

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้าง
ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวง
ที่ ๑ (ฝาง)

ณัฐพร เล้าสุวรรณ¹

Nutthaporn Laosuwan

รัฐไท พรเจริญ²

Ratthai Porncharoen

¹ นักศึกษาหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต การออกแบบผลิตภัณฑ์
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Master of Product Design,
Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University
(E-mail: nutthaporn@gmail.com)

² รองศาสตราจารย์ ดร., สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Associate Professor Dr., Program Product Design,
Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ

โดยมีลำดับขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามปลายเปิดสอบถาม เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ และเก็บข้อมูลความต้องการผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย นักท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) โดยใช้เวลา 3 วัน มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ และแบบมาตราส่วนประเมินค่า 2) สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จำนวน 1 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญประจำพิพิธภัณฑ์จำนวน 1 ท่าน ใช้วิธีเลือกโดยเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม มาตราส่วนประเมินค่า การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อวัดผลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผู้วิจัยออกแบบ ได้แก่ นักท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) โดยใช้เวลา 1 สัปดาห์ มีผู้เข้ามาตอบแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 110 คน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อวัดผลความพึงพอใจของผู้บริโภค แล้วจึงนำมาแปลผลโดยการบรรยาย

สรุปผลความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกแต่ละชิ้น โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนจาก 1. มีความสวยงามและสื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) 2. มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม 3. มีความสะดวกในการพกพา 4. มีความเหมาะสมในการซื้อใช้เองหรือซื้อฝากผู้อื่น 5. มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ซึ่งเรียงลำดับผลความพึงพอใจ ดังนี้

อันดับที่ 1 “Ben - Bennie” เซตกระเป๋าผ้าดิบบิมพ์ลาย ความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{x}=4.48$, S.D.=0.72) อันดับที่ 2 “Beranie” ผ้าพันคอ ขนาด 100x100 ซม. ความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{x}=4.34$, S.D.=0.75) อันดับที่ 3 “Bamblue” ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงานความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{x}=4.06$, S.D.=0.93) อันดับที่ 4 “Birds in Blue” โคมไฟตั้งโต๊ะความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{x}=4.03$, S.D.=0.94) อันดับที่ 5 “Bulbul” กรอบรูปสำหรับใส่รูปภาพขนาด 5x7 นิ้ว ความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{x}=3.70$, S.D.=1.03)

คำสำคัญ: ของที่ระลึก, พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง), โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง), ร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

Abstract

The objectives of this research were 1) to survey consumers' demand over the souvenirs of the First Royal Factory at Fang Museum, 2) to design and develop tourism's iconic souvenir for the First Royal Factory at Fang Museum, and 3) to evaluate consumers' satisfaction with the souvenirs designed by the researcher. The method of this research was conducted to meet the research objectives as follows: 1) Data were collected using open-ended questionnaire from museum staff and consumer demand data were collected from the sample consumers and tourists visiting the First Royal Factory at Fang Museum. The data collection duration was 3 days. The number of respondents was 30. The sample was selected based on a simple random sampling. The research instruments were a checklist questionnaire and rating scale questionnaire, 2) questionnaire on opinions and suggestions from 3 product design experts, 1 marketing expert and 1 museum specialist. The key informants were selected based on a purposive sampling.

The research tool was also rating scale questionnaire, 3) satisfaction survey on the designed souvenirs. The respondents were 110 tourists visiting the First Royal Factory at Fang Museum. The data collection duration was 1 week. They were selected based on a simple random sampling. The research tools were rating scale questionnaire. Data were analyzed using statistics, including average and standard deviation to measure consumers' satisfaction. Analyzed data were then processed using descriptive statistics.

The results of this research indicated that the sample consumers had the highest level of their satisfaction with the designed souvenir under the scoring criteria of 1 = beauty, 2= usefulness, 3= portability, 4= personal use or purchase as souvenir, and 5= suitability. The levels of satisfaction were ranked as follows:

The first rank was “Ben - Bennie” screen printed canvas bag set with (\bar{x} =4.48, S.D.=0.72) The second rank was “Beranie” scarf with a dimension of 1x1 m at (\bar{x} =4.34, S.D.=0.75) The third rank was “Bamblue” stationery shelf organizer at (\bar{x} =4.06, S.D.=0.93) The fourth rank was “Birds in Blue” desk lamp at (\bar{x} =4.03, S.D.=0.94) The fifth rank was “Bulbul” 5x7 inches picture frame at (\bar{x} =3.70, S.D.=1.03)

Keywords: Souvenirs design, The First Royal Factory at Fang Museum, The First Royal Factory at Fang, The First Royal Factory at Fang museum shop

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศไทย และยังเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก

ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2564

จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่ได้รับมาตรฐานสากล เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้ โดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ เพิ่มคุณค่า มูลค่าสินค้าและบริการท่องเที่ยว กระจายรายได้สู่เกษตรกรและท้องถิ่น และยังคงอัตลักษณ์ของชุมชน ดังนั้น จึงมุ่งเน้นการบูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคเหนือของประเทศไทย มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน เคยเป็นเมืองหลวงของอาณาจักรล้านนาแต่โบราณ มี “คำเมือง” เป็นภาษาท้องถิ่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทั้งด้านประเพณีวัฒนธรรม และมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงจำนวนมาก สำหรับอำเภอฝางนั้น เป็นอำเภอเล็กๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่โดดเด่นของชาวไทยภูเขาเผ่าต่างๆ นอกจากนั้นยังมีโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) เกิดขึ้นโดยพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร ในหลวงรัชกาลที่ 9 สร้างขึ้นเพื่อแก้ปัญหาความทุกข์ยากของราษฎร ปัญหาการปลูกฝิ่น และการทำไร่เลื่อนลอย จึงจัดตั้งโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปแห่งแรกขึ้น เพื่อช่วยเหลือด้านการรับซื้อผลผลิตทางการเกษตรจากเกษตรกรเพื่อนำมาแปรรูป ตลอดจนการจัดหาช่องทางกระจายสินค้าสู่ตลาด รวมถึงจัดให้มีการค้นคว้า วิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารตามแนวพระราชดำริ ภายใต้ตราสินค้า “ดอยคำ”

พิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ตั้งอยู่ที่บ้านยาง หมู่ที่ 12 ตำบลแม่ฮอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ จัดตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงการศึกษาด้านอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป และเป็นสถานที่รวบรวมจัดแสดงแนวพระราชดำริในการพัฒนาที่ยั่งยืน ตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จุดเริ่มต้นของการก่อตั้งพิพิธภัณฑสถานี่สืบเนื่องมาจากเมื่อวันที่ 8 - 9 ตุลาคม 2549 เกิดภัยพิบัติจากน้ำท่วมและดินโคลนถล่ม พื้นที่ในตำบลแม่ฮอน และตำบลแม่ข่า อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง)

ซึ่งได้รับความเสียหายเกือบทั้งหมด ภายหลังจากอุทกภัยในครั้งนี้ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ในฐานะที่เป็นหุ้นส่วนใหญ่ของบริษัท โดยคำผลิตภัณฑอาหารจำกัด จึงวางแผนทางการดูแลฟื้นฟูโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) เป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิตและการฟื้นฟูโรงงานด้านการเรียนรู้ ด้านธุรกิจสนับสนุน และงานด้านงานพิพิธภัณฑ โดยเริ่มเปิดดำเนินการผลิตอีกครั้งในเดือน พฤษภาคม ปี พ.ศ. 2552

ชุมชนบ้านยาง หมู่บ้านเล็กๆ ใกล้กับโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) และพิพิธภัณฑโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) กิตติพงษ์ ยาวุฒิ ผู้ใหญ่บ้านบ้านยางกล่าวว่า ชุมชนบ้านยาง เป็นชุมชนที่มีวัฒนธรรมจีนยูนนานแท้ๆ มีจุดเด่นทางด้านวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมบ้านเรือนแบบจีนโบราณ และอนุรักษ์อาหารท้องถิ่นที่หากินได้ยาก การเดินทางมาที่บ้านยาง ถนนใหญ่เข้าถึงหมู่บ้านได้โดยตรง และยังเป็นที่ตั้งของโรงงานหลวงฯ โดยเริ่มเปิดตัวเป็นหมู่บ้านโอท็อปเพื่อการท่องเที่ยว (OTOP Village Champion : OVC) ในปี พ.ศ.2552 การทำตลาดในช่วงแรก กรมการพัฒนาชุมชน พาสื่อมวลชนเข้ามาเยี่ยมชม เพื่อนำไปประชาสัมพันธ์ จนเกิดกระแสปากต่อปาก มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ มาเที่ยวมากขึ้นเรื่อยๆ ช่วยให้เศรษฐกิจในท้องถิ่นดีขึ้นโดยลำดับ (ผู้จัดการออนไลน์, 2557)

ดังนั้นการมาเที่ยวชมพิพิธภัณฑโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) เป็นพิพิธภัณฑพื้นที่มีชีวิตแล้วยังมีส่วนจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ผลไม้อบแห้ง สินค้าภายใต้ตราดอยคำ และของที่ระลึกต่างๆ อาทิ เสื้อ หมวก กระเป๋า พวงกุญแจ มีการใช้ตราสัญลักษณ์พิพิธภัณฑฯ บนสินค้าของที่ระลึก สื่อถึงพิพิธภัณฑโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) และชุมชนบ้านยาง โดยสินค้าเหล่านี้ เป็นสินค้าที่มีจำหน่ายทั่วไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ ควรถ่ายทอดเอกลักษณ์เฉพาะผ่านสินค้าของที่ระลึกที่จัดจำหน่าย และสร้างภาพจำให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ระลึกนึกถึงพิพิธภัณฑ โดยสินค้าแต่ละประเภทนั้นควรมีรูปแบบเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นนั้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับพิพิธภัณฑโรงงาน

หลวงที่ ๑ (ผาง) สู่สายตาของนักท่องเที่ยวยโดยให้มีรูปแบบเฉพาะตัวสร้างความหลากหลายรวมทั้งสร้างความจดจำให้นักท่องเที่ยวยามเมื่อระลึกถึงพิพิธภัณฑท์แห่งนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจความต้องการผลิตภัณฑท์ของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑท์โรงงานหลวงที่ ๑ (ผาง)
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑท์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑท์โรงงานหลวงที่ ๑ (ผาง)
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑท์ของที่ระลึกที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. มีองค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑท์ที่มีอัตลักษณ์ในพื้นที่การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑท์โรงงานหลวงที่ ๑ (ผาง)
2. มีต้นแบบผลิตภัณฑท์ของที่ระลึกที่สามารถนำไปผลิตสำหรับการจำหน่าย
3. เกิดเครือข่ายการออกแบบขึ้นระหว่างพิพิธภัณฑท์และนักวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ใช้ในการออกแบบ ผู้วิจัยเลือกเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับบริบทของพิพิธภัณฑท์โรงงานหลวงที่ ๑ (ผาง) และวัฒนธรรมจีนยูนนาน โดยศึกษาวิเคราะห์เพื่อหาอัตลักษณ์ด้านรูปทรง รูปแบบ และสี ก่อนการออกแบบ
2. ขอบเขตด้านผลงาน ผู้วิจัยนำเสนองานออกแบบ 3 ประเภท ดังนี้
 - 2.1 สินค้าประเภทของตกแต่งบ้าน แบ่งสินค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะและกลุ่มกรอบรูป โดยคัดเลือกนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ อย่างละ 4 แบบ
 - 2.2 สินค้าประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน โดยคัดเลือกนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 4 แบบ

2.3 สินค้าประเภทของใช้แฟชั่น แบ่งสินค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผ้าพันคอและกลุ่มกระเป๋า โดยคัดเลือกนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ อย่างละ 6 แบบ

3. ขอบเขตด้านกระบวนการคัดเลือกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบร่างจากนั้นจึงสร้างเป็นรูปภาพ 3 มิติ จากสินค้าทั้งหมด 3 ประเภท รวมทั้งหมด 24 แบบ สร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ Google Form เพื่อนำเสนอแบบและขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อคัดเลือกสินค้าแต่ละกลุ่มเหลืออย่างละ 1 แบบ

นิยามศัพท์เฉพาะ

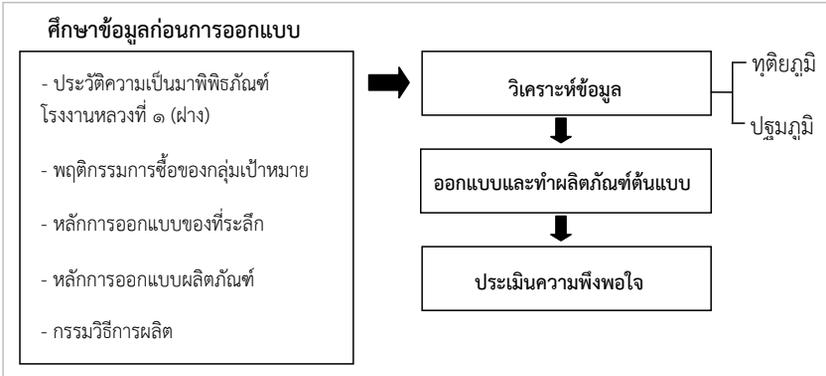
1. ของที่ระลึก หมายถึง สิ่งของหรือสิ่งใดๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อทำให้นึกถึง เรื่องราวในอดีตมีส่วนร่วมกระตุ้นเตือนความทรงจำเดิมของบุคคลอันเกี่ยวเนื่องกับบุคคล สถานที่ หรือเหตุการณ์เรื่องราวที่เคยมีประสบการณ์ผ่านเข้ามาในชีวิต

2. พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวเชิงการศึกษาด้านอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป และเป็นสถานที่รวบรวม และจัดแสดงแนวพระราชดำริในการพัฒนาที่ยั่งยืน ตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตั้งอยู่ที่อำเภอผาง จังหวัดเชียงใหม่

3. โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ผาง) หมายถึง โรงงานหลวงแห่งแรกของประเทศไทยตั้งอยู่ที่อำเภอผาง จังหวัดเชียงใหม่ รับซื้อผลผลิตทางการเกษตรจากเกษตรกรเพื่อนำมาแปรรูป ตลอดจนการจัดหาช่องทางกระจายสินค้าสู่ตลาด รวมถึงจัดให้มีการค้นคว้า วิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารตามแนวพระราชดำริภายใต้ตราสินค้า “ดอยคำ”

4. ร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) หมายถึง ร้านค้าที่จัดจำหน่ายสินค้าอยู่ภายในพิพิธภัณฑสถาน ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนพื้นที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ดอยคำและสินค้าที่ระลึก ซึ่งแบ่งสินค้าออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มจากผลิตภัณฑ์ดอยคำ เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้ง เป็นต้น 2. กลุ่มสินค้าที่ระลึกจากพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) เช่น เสื้อโปโล กระเป๋า ถุงผ้า ที่คั่นหนังสือ เป็นต้น

กรอบกระบวนการทำงาน



ภาพประกอบที่ 1 แสดงกรอบกระบวนการทำงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนดังนี้

1.1 ขั้นตอนการศึกษาความเป็นมาและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีดังนี้

กลุ่มประชากรเป้าหมายประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญจากพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวง ที่ ๑ (ฝาง) และเจ้าหน้าที่ร้านค้าพิพิธภัณฑ์ จำนวน 2 คน ได้มาโดยวิธีการเจาะจง

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 30 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย

1.2 กลุ่มประชากรเป้าหมายขั้นการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ 3 คน ด้านการตลาด 1 คน ด้านพิพิธภัณฑ์ 1 คน ได้มาโดยวิธีการเจาะจงตามคุณสมบัติที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

กลุ่มผู้บริโภคจากโลกออนไลน์ จำนวน 110 คน ได้มาโดยวิธีการทำแบบสำรวจออนไลน์บนเว็บไซต์ Google Form โดยการส่ง Link แบบสอบถามให้รักษาการผู้จัดการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติโรงงานหลวงที่ ๑ (ผาง) และผู้จัดการฝ่ายขายบริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ช่วยประชาสัมพันธ์

2. เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วย

2.1 แบบสอบถาม มีรายละเอียด แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเฉพาะเพื่อนำมาพัฒนาในการออกแบบและส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

2.2 การสัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่ร้านค้าพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติและเจ้าหน้าที่มวชนสัมพันธ์ ประจำพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ (ผาง) เพื่อศึกษาบริบทของพิพิธภัณฑสถานฯ และความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายภายในพิพิธภัณฑสถานฯ

2.3 แบบประเมินผลงานการออกแบบ (จากผู้เชี่ยวชาญ)

2.4 แบบประเมินความพึงพอใจสินค้าของที่ระลึกที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ จากกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 110 คน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 เก็บข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม

3.2 เก็บข้อมูลทุติยภูมิ จากการค้นคว้า เอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงบรรยาย ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลรวมทั้งสรุปผลการวิจัย โดยได้ดำเนินการไปตามวัตถุประสงค์ตามที่แบ่งไว้เป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1

1. ผลวิเคราะห์ การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

พบว่าพิพิธภัณฑ์ฯ จะมีนักท่องเที่ยวมากเป็นพิเศษในช่วงเดือน ธันวาคม - มกราคม หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวดอยอ่างขางและแวะชมพิพิธภัณฑ์ฯ ส่วนใหญ่จะมาเป็นกลุ่ม Walk-in เดินทางมาเที่ยวสัปดาห์ละ 1-2 วัน มีทั้งกลุ่มผู้ใหญ่ คณะนักเรียน และอีกกลุ่มพิเศษที่จะมาเรียนรู้ในพื้นที่ 3-4 วัน ผู้ที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์ฯ ส่วนมากให้ความสนใจกับข้อมูลประวัติความเป็นมาของพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) หลักการพัฒนาโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) และชุมชนโดยรอบ ของในหลวง รัชกาลที่ 9 และผู้เข้าชมเกิดความรู้สึกประทับใจต่อภาพวาดหุ่นจีน ของอากาศที่เป็นชาวจีนอาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชนบ้างบาง อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแสดงออกถึงความรู้สึกซาบซึ้งในพระมหากรุณาธิคุณของ พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร รัชกาลที่ 9 (ประณต ใจดี, 2561)

ส่วนแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายที่ร้านค้า พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) นั้น พบว่าอยากให้มีการเพิ่มทางเลือกสินค้าใหม่ๆ ที่ต่างออกไปจากเดิม มีเรื่องราวเป็นซีรี่ส์ เป็นแบบเฉพาะหรือมีลวดลายเฉพาะสำหรับ ขยายที่พิพิธภัณฑ์ฯ แห่งนี้ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษา และวัยทำงาน ที่มาศึกษาดูงานกับหน่วยงาน กลุ่มลูกค้าผู้ชายกับผู้หญิงจะมีวิธีการซื้อที่แตกต่างกัน กลุ่มลูกค้าผู้ชายจะนิยมซื้อของใช้ เช่น เสื้อโปโล หมวกแก๊ป ที่มีตราสัญลักษณ์ พิพิธภัณฑ์ฯ ส่วนลูกค้าผู้หญิงจะนิยมซื้อสินค้าประเภทอาหาร สินค้าตามไปโรมันชั้น หรือซื้อสินค้าประเภทถุงผ้า กระเป๋า เพื่อใส่สินค้ากลับไป ส่วนกลุ่มลูกค้าที่รองลงมาคือ กลุ่มนักเรียนที่มาทัศนศึกษา จะให้ความสนใจกับสินค้าชิ้นเล็ก เช่น พวงกุญแจ กระเป๋าใส่ปากกา ที่มีราคาไม่สูงมากนัก

2. ผลสำรวจความคิดเห็น และความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของกลุ่มเป้าหมาย

พบว่า ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) โดยใช้เวลา 3 วัน ตั้งแต่วันที่ 22 - 24 กุมภาพันธ์ 2561 มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 30 คน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย โดยใช้คำถามแบบปรนัยเพื่อสอบถามความคิดเห็น ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นคนไทย เพศชาย ร้อยละ 27 เพศหญิง ร้อยละ 70 และเพศทางเลือก ร้อยละ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 60 สถานะโสด ร้อยละ 83 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 30 รายได้ 15,001-25,000 บาท ร้อยละ 43 เดินทางมาพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ด้วยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 73

สรุปข้อมูลจากคำถามเกี่ยวกับความประทับใจ นิทรรศการถาวร 2 อันดับแรก 1) กำเนิดโครงการหลวง ร้อยละ 93 2) กำเนิดโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) ร้อยละ 67 ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกการนำเสนอแบบการสร้างภาพจำเอกลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

สรุปข้อมูลจากคำถามเกี่ยวกับสัญลักษณ์ตัวแทนพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) โดยคัดเลือกจากข้อมูลจาก 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ในหลวงรัชกาลที่ 9 ร้อยละ 87 2) หมายเลข ๑ (ตราสัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ฯ) ร้อยละ 70 3) วัฒนธรรมจันทุนาน ร้อยละ 63 ด้วยความเหมาะสมในการออกแบบจึงตัดสินใจเลือก อันดับ 2 และ 3 เป็นสัญลักษณ์หรือตัวแทนของพิพิธภัณฑ์มาเป็นความคิดแบบรวบยอด (Concept) และสรุปข้อมูลประเภทสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจจากข้อมูล 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ของตกแต่งบ้าน ร้อยละ 40 2) เครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน ร้อยละ 27 3) ของใช้แฟชั่น ร้อยละ 23

ผู้วิจัยได้เลือกวิจัยสินค้าจาก 3 อันดับแรก คือ ของตกแต่งบ้าน เครื่องเขียน และอุปกรณ์สำนักงาน และของใช้แฟชั่น ตามที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจ ประกอบกับความต้องการจากทางพิพิธภัณฑ์ ที่ต้องการให้เพิ่มทางเลือกสินค้าใหม่ๆ ที่ต่างออกไปจากเดิม มีเรื่องราวเป็นซีรี่ส์ เป็นแบบเฉพาะหรือมีลวดลายเฉพาะสำหรับขายที่พิพิธภัณฑ์ฯ

ประเภทสินค้าที่ให้ความสนใจ



อันดับ 1

ของตกแต่งบ้าน



อันดับ 2

เครื่องใช้สำนักงาน



อันดับ 3

ของใช้แฟชั่น



อันดับ 4

เครื่องประดับ



อันดับ 5

ของเล่น

ภาพประกอบที่ 2 แสดงลำดับการตัดสินใจในการซื้อสินค้า

สรุปข้อมูลสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากสินค้าของที่ระลึก พิพิธภัณฑิ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ผาง) มีความต้องการเรียงตามลำดับดังนี้ 1) เป็นสิ่งที่มีขายเฉพาะที่พิพิธภัณฑิ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ผาง) ร้อยละ 70 2) มีสัญลักษณ์ความเป็นโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ผาง) ร้อยละ 53 เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2

จากผลการวิเคราะห์ การออกแบบสินค้าของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายที่พิพิธภัณฑิ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ผาง) นั้น ได้ข้อกำหนดและแนวทางการออกแบบ ดังนี้

ข้อกำหนดในการออกแบบ

กลุ่มเป้าหมาย

อายุ : 21 - 40 ปี สถานภาพ : โสด รายได้ : 15,000 - 35,000 บาท/เดือน อาชีพ : นักเรียน, นักศึกษา, พนักงานบริษัท

ข้อกำหนดที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ

- มีขายเฉพาะที่พิพิธภัณฑิ์
- มีสัญลักษณ์ความเป็นโรงงานหลวง
- มีประโยชน์ใช้สอย

ข้อกำหนดที่พิพิธภัณฑิ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ผาง) ต้องการ

- เพิ่มทางเลือกสินค้าใหม่ๆ ที่ต่างออกไปจากเดิม
- มีเรื่องราวเป็นซีรีส์ เป็นแบบเฉพาะหรือมีลวดลายเฉพาะสำหรับขายที่พิพิธภัณฑิ์ฯ

Mood & Tone

■ สีน้ำเงินที่สื่อถึงพิพิธภัณฑิ์, ลวดลายเชิงสัญลักษณ์เงินที่มีความหมายเป็นมงคลและสามารถพบเห็นได้ภายในอาคารพิพิธภัณฑิ์ฯ หรือสิ่งของประดับตกแต่งประเภทเครื่องลายคราม

ภาพประกอบที่ 3 แสดงข้อกำหนดในการออกแบบ

แนวทางการออกแบบ**ประเภทสินค้าที่ได้รับความนิยม****อันดับ 1**

ของตกแต่งบ้าน
ไม่จำกัดราคา

**อันดับ 2**

เครื่องใช้สำนักงาน
ช่วงราคา
301 - 500 บาท

**อันดับ 3**

ของใช้แฟชั่น
ราคาไม่เกิน
300 บาท

แนวทางการความคิด

ศิลปะแบบจีนที่รายล้อมอยู่รอบๆ พิพิธภัณฑฯ เช่น ลายประแจจีน ลายต้นไผ่ ลายนกระเรียน เป็นต้น ซึ่งเป็นลวดลายที่มีความหมายเป็นมงคล



พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ผาง)

ภาพประกอบที่ 4 แสดงแนวทางการออกแบบ

ผู้วิจัยออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 3 ประเภท ได้แก่ สินค้าประเภทของตกแต่งบ้าน (โคมไฟตั้งโต๊ะ 6 แบบ คัดเลือกนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 4 แบบ, กรอบรูป 4 แบบ คัดเลือกนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 แบบ) สินค้าประเภทเครื่องเขียน เครื่องใช้สำนักงาน (ที่จัดวางเครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน 4 แบบ คัดเลือกนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 แบบ) สินค้าประเภท ของใช้แฟชั่น (ผ้าพันคอ 6 แบบ คัดเลือกนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญทั้ง 6 แบบ, เซตกระเป๋่า 6 แบบ คัดเลือกนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญทั้ง 6 แบบ) รวม 24 แบบ โดยขอคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อคัดเลือกสินค้าแต่ละชนิดเหลืออย่างละ 1 แบบ โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านทั้ง 5 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ 3 ท่าน 1) รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เกอภูมิจวงศา ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปารีชาติ รัตนพล อาจารย์ประจำ สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

3) คุณสุจรรยา คงฉวี ผู้จัดการแผนกออกแบบสื่อและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ฝ่ายบริหารงานออกแบบ บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ผู้เชี่ยวชาญด้านพิพิธภัณฑ์ 1 ท่าน คุณนพดล วงศ์สุน ผู้จัดการแผนกงานข้อมูลและวิชาการ และรักษาการผู้จัดการแผนกพิพิธภัณฑ์ ฝ่ายชุมชนสัมพันธ์ บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด 1 ท่าน คุณสุกัญญา ศรีสุทธิยากร รองผู้จัดการใหญ่ บริษัทดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด โดยผลจากแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญพบว่าให้มีการพัฒนาปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญในรายละเอียดแต่ละชิ้นงาน ดังนี้

สรุปผลความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ที่ระลึก จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนจาก 1. ความสวยงาม 2. มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม 3. มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” 4. มีรูปแบบเหมาะสมที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) 5. มีขนาดเหมาะสมในการจัดวางในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) 6. มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

ประเภทของเต่างบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ

แบบที่ 1 เป็นโคมไฟอะคริลิกตั้งโต๊ะกิ่งของชำร่วย เมื่อเปิดไฟจะสะท้อนภาพอาคารพิพิธภัณฑ์ขึ้นมา เน้นรูปแบบที่เรียบง่าย มีความทันสมัย ผลความพึงพอใจระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.30$, S.D.=1.05)

แบบที่ 2 โคมไฟอะคริลิกตั้งโต๊ะที่ได้แรงบันดาลใจมาจากเอกลักษณ์การลวดลายของบานประตูพิพิธภัณฑ์ฯ โดยออกแบบบนรูปทรงพื้นฐานทรงสี่เหลี่ยม ซึ่งให้แสงสะท้อนออกด้านบนของโคมไฟ และแสงลอดผ่านกระจกใสด้านข้างทั้ง 2 ฝั่ง นำเสนอการตกแต่งลวดลาย แบบ A มีลวดลายด้านใน และแบบ B มีลวดลายด้านนอก กลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้เลือกแบบ B ความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{x}=3.93$, S.D.=1.00)

แบบที่ 3 โคมไฟไม้ตั้งโต๊ะ มีแนวคิดมาจากการพัฒนาโรงงานหลวงสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) อย่างเป็นขั้นตอน โดยให้แสงไฟลอดผ่านชั้นบันไดแต่ละชั้น พร้อมตกแต่งด้วยลวดลายแบบจีน นำเสนอการตกแต่งลวดลาย แบบ A มีลวดลายด้านนอก และแบบ B มีลวดลายระหว่างช่องแสงไฟ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้เลือกแบบ B ความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{x}=4.13$, S.D.=0.90)

แบบที่ 4 โคมไฟอะคริลิกตั้งโต๊ะ รูปทรงโคมไฟสไตล์จีน ประดับตกแต่งลวดลายจีนมงคล ให้แสงสีนวลสร้างบรรยากาศอบอุ่น นำเสนอการตกแต่งลวดลายแบบ A มีลวดลายด้านบน และแบบ B มีลวดลายด้านล่าง กลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้เลือกแบบ B ความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{x}=4.30$, S.D.=0.63)



ภาพประกอบที่ 5 ภาพจำลอง 3 มิติ การออกแบบโคมไฟตั้งโต๊ะ แบบที่ 1-4

“Birds in Blue” โคมไฟตั้งโต๊ะจัดอยู่ในกลุ่มสินค้าประเภทของตกแต่งบ้าน พัฒนาแบบจากแบบที่ 4 ตำแหน่งพิมพ์ลายแบบ B คือแบบที่ผ่านความเห็นชอบของผู้เชี่ยวชาญใน ระดับมากแต่ขอให้ระมัดระวังเรื่องการกำหนดขนาดของโคมไฟ เรื่องของขนาดกับการขนย้ายจากการเดินทาง เรื่องของขนาดกับการใช้งานจริง และมีการปรับแบบจากการผลิตโคมไฟต้นแบบ ในส่วนรอยต่อระหว่างอะคริลิกสีขาวขุ่น (ด้านบน) อะคริลิกพิมพ์ลาย (ด้านล่าง) ปรับแบบเป็นอะคริลิกสีขาวขุ่นเต็มแผ่นระหว่างด้านบน-ด้านล่าง เพื่อความแข็งแรง และ Engrave ลายเฉพาะของพิพิธภัณฑ์ลงบนผิวอะคริลิก



ภาพประกอบที่ 6 ภาพจำลองบรรยากาศการใช้งานโคมไฟตั้งโต๊ะ
และโคมไฟตั้งโต๊ะต้นแบบ

ประเภทของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป

แบบที่ 1 กรอบรูปและที่แขวนพวงกุญแจ สำหรับใส่รูปภาพขนาดเล็กตาม
ช่องหน้าต่างบนรูปภาพอาคารพิพิธภัณฑ์ที่เลเซอร์ลงบนลายไม้ ส่วนที่ใส่พวงกุญแจ
เป็นไม้กลึงกลมมีสายคล้องเชือกหนังสำหรับร้อยกับของที่ต้องการแขวน ความ
พึงพอใจระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.56$, S.D.=1.27)

แบบที่ 2 กรอบรูปและที่แขวนพวงกุญแจ สำหรับใส่รูปภาพขนาด 4x6 นิ้ว
จำนวน 3 รูปภาพ 3 ช่องแขวนพวงกุญแจ ได้แรงบันดาลใจมาจากหน้าจั่วของอาคาร
พิพิธภัณฑ์ ความพึงพอใจระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.23$, S.D.=1.16)

แบบที่ 3 กรอบรูปไม้ตั้งโต๊ะ สำหรับใส่รูปภาพ 5x7 นิ้ว ได้แนวคิดมาจาก
การตัดทอนลวดลายจากหน้าต่างหรือประตู และเอกลักษณ์การลงกลอนของ
บานประตูพิพิธภัณฑ์ฯ ความพึงพอใจระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.23$, S.D.=0.87)

แบบที่ 4 กรอบรูปไม้สีขาวที่ถูกประดับตกแต่งมูรูปร่างด้วยลวดลาย
ครอบครัวนกระเรียนบนอะคริลิกใสพิมพ์ลาย ใช้โทนสีขาวและน้ำเงินเป็นสีหลัก
ความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{x}=3.70$, S.D.=0.88)



ภาพประกอบที่ 7 ภาพจำลอง 3 มิติ การออกแบบกรอบรูป แบบที่ 1-4

“Bulbul” กรอบรูปสำหรับใส่รูปภาพขนาด 5x7 นิ้ว จัดอยู่ในกลุ่มสินค้าประเภทของตกแต่งบ้าน แบบที่ 4 คือแบบที่ ผ่านความเห็นชอบของผู้เชี่ยวชาญในระดับมาก และถูกนำไปพัฒนาต่อ โดยการเพิ่มลวดลาย Engrave ลงบนอะคริลิก หน้ากรอบรูป และปรับให้มีความบาง เพื่อให้เหมาะกับการซื้อและพกพากลับ



ภาพประกอบที่ 8 ภาพกรอบรูปที่ผ่านการพัฒนาแบบและผลิตจริง

ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2564

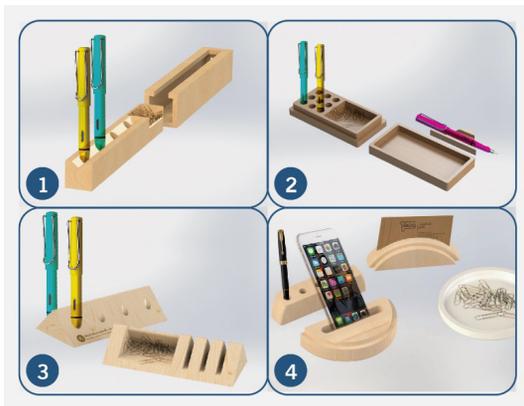
ประเภทของเครื่องใช้สำนักงาน ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน

แบบที่ 1 ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงานขนาดเล็ก มี 2 ชั้น สไลด์เข้า-ออกเพื่อสะดวกต่อการพกพาในการซื้อกลับ วัสดุทำจากไม้ ความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{x}=3.53$, S.D.=0.93)

แบบที่ 2 ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนสำหรับการจัดวางและใช้พื้นที่บนโต๊ะทำงานอย่างลงตัวลักษณะ 2 ชั้นประกบเข้าหากัน เพิ่มเติมชั้นพิเศษสำหรับวางแท่งปากกาด้านนอก ความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{x}=3.90$, S.D.=1.03)

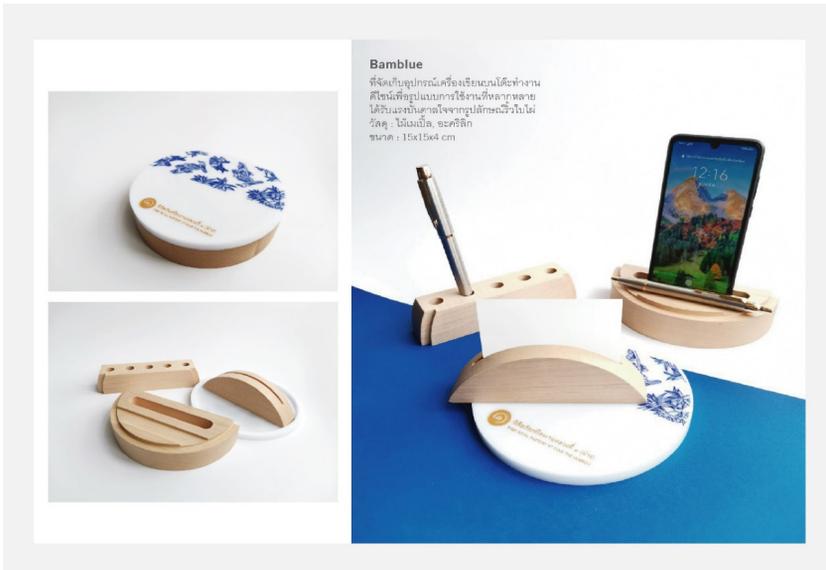
แบบที่ 3 ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงานที่เน้นความเรียบง่าย รูปทรงสามเหลี่ยม มีฟังก์ชันการใช้งานหลายอย่าง สามารถเสียบปากกา วางลวดเสียบเอกสาร หรือเสียบนามบัตรได้ และอีกความพิเศษคือเป็น 2 ชั้นที่สามารถประกบกันเข้าหากันด้วยแม่เหล็กที่ฝังอยู่ในวัสดุไม้ทั้ง 2 ชั้น เมื่อประกบกันแล้วจะเปลี่ยนเป็นทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า สะดวกต่อการพกพาซื้อกลับ ความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{x}=3.66$, S.D.=0.96)

แบบที่ 4 ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากการตัดทอนรีวไบไฟ มีหลากหลายฟังก์ชันการใช้งาน เมื่อนำส่วนประกอบทั้ง 4 ส่วนมารวมกันจะมีหน้าตัดเป็นรูปวงกลม ความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{x}=3.96$, S.D.=0.87)



ภาพประกอบที่ 9 ภาพจำลอง 3 มิติ การออกแบบที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน แบบที่ 1-4

“Bamblue” ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน จัดอยู่ในกลุ่มสินค้าประเภทเครื่องใช้สำนักงาน แบบที่ 4 คือแบบที่ผ่านความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญในระดับมาก มีคำแนะนำคือควรเพิ่มเอกลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ฯ เข้าไปด้วย และส่วนของการวางโทรศัพท์มือถือควรจัดวางช่องให้เหมาะสม เพราะอาจทำให้โทรศัพท์มือถือวางแล้วห้อยหลังได้



ภาพประกอบที่ 10 ภาพที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน
ที่ผ่านการพัฒนาแบบและผลิตจริง

ประเภทสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ ขนาด 100x100 ซม. เนื้อผ้า Silk Satin Spandex

แบบที่ 1 ผ้าพันคอลวดลายมงคลแบบจีน ที่ประกอบด้วยต้นไผ่ ดอกโบตั๋น นกกระเรียน ซึ่งหลายเหล่านี้เป็นลวดลายที่ถอดแบบมาจากลายประตูไม้ของ

พิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ความพึงพอใจด้านลวดลาย ระดับมาก ($\bar{x}=4.30$, S.D.=0.69)

แบบที่ 2 ผ้าพันคอลวดลายประแจเงินที่มีการประดับตกแต่งอยู่ที่อาคารพิพิธภัณฑสถาน นำมาผสมผสานกับภาพผลสตรอว์เบอร์รี่ที่โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) เป็นแหล่งเพาะปลูกและรับซื้อผลสตรอว์เบอร์รี่สดมาแปรรูปเป็นสินค้าโดยคำ ความพึงพอใจด้านลวดลาย ระดับมาก ($\bar{x}=3.70$, S.D.=1.48)

แบบที่ 3 นำภาพผลและใบของสตรอว์เบอร์รี่ มาสร้างลวดลายใหม่โดยใช้เทคนิคการลงสีน้ำ และประดับเข้ากับตราสัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ใช้สีน้ำเงินกับสีทองตัดกันอย่างลงตัวบนลวดลายผ้าพันคอ ความพึงพอใจด้านลวดลาย ระดับมาก ($\bar{x}=3.90$, S.D.=1.17)

แบบที่ 4 ผ้าพันคอลวดลายตัดทอนมาจาก “ทางไก่อ” ซึ่งเป็นลวดลายบนเครื่องลายครามที่ถูกประดับตกแต่งตามสถานที่ส่วนต่างๆ ของพิพิธภัณฑสถานและโรงงานหลวงฯ ความพึงพอใจด้านลวดลาย ระดับมาก ($\bar{x}=3.90$, S.D.=0.90)

แบบที่ 5 ผ้าพันคอลวดลายของครอบครัววงกระเรียนตัดทอนจากผ้าพันคอแบบที่ 1 โดยนกกระเรียนนั้นเป็นสัญลักษณ์ของความยั่งยืนมีวาสนายศถาบรรดาศักดิ์ ผสมเข้ากับดอกโป๊ตั้นซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความมั่นคง มีเกียรติและสง่างาม ความพึงพอใจด้านลวดลาย ระดับมาก ($\bar{x}=3.90$, S.D.=0.98)

แบบที่ 6 ผ้าพันคอลวดลายประแจเงินผสมผสานกับลวดลายของโป๊ตั้น ความพึงพอใจด้านลวดลาย ระดับมาก ($\bar{x}=4.00$, S.D.=0.84)

ความพึงพอใจภาพรวมของประเภทสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ ระดับมาก ($\bar{x}=4.05$, S.D.=0.65)



ภาพประกอบที่ 11 ภาพจำลอง 3 มิติ การออกแบบลวดลายผ้าพันคอ แบบที่ 1-6

“Beranie” ผ้าพันคอ ขนาด 100x100 ซม. จัดอยู่ในกลุ่มสินค้าประเภทของใช้แฟชั่น พัฒนาลวดลายใหม่ตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ โดยการผสมผสานลวดลายระหว่างกัน เพื่อให้มีรู้สึกถึงความเป็นเงินมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้คัดเลือกลวดลายขึ้นมา 2 ลาย จากผลคะแนน 2 อันดับแรกที่อยู่ในระดับมาก คือ ลายที่ 1 ผสมเข้ากับลายที่ 6 มาพัฒนาลวดลายให้สอดคล้องกัน



ภาพประกอบที่ 12 ภาพผ้าพันคอที่ผ่านการพัฒนาแบบและผลิตจริง

ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2564

ประเภทสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้าและกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก

แบบที่ 1 เซตกระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย ประกอบด้วยถุงผ้าขนาดมาตรฐาน และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก ลวดลายมงคลแบบจีน ที่ประกอบด้วยต้นไม้ ดอกโบตั๋น นกกระเรียน ซึ่งหลายเหล่านี้เป็นลวดลายที่ถอดแบบมาจากลายประตูไม้ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ ๑ (ผาง) ความพึงพอใจด้านลวดลาย ระดับมาก ($\bar{x}=4.00$, S.D.=1.22)

แบบที่ 2 เซตกระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย ประกอบด้วยถุงผ้าขนาดมาตรฐาน และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก ลวดลายประแจจีนที่มีการประดับตกแต่งอยู่ที่อาคารพิพิธภัณฑสถานฯ นำมาผสมผสานกับภาพผลสตรอว์เบอร์รี่ที่โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ผาง) เป็นแหล่งเพาะปลูกและรับซื้อผลสตรอว์เบอร์รี่สดมาแปรรูปเป็นสินค้าคอตอยคำ ความพึงพอใจด้านลวดลาย ระดับมาก ($\bar{x}=3.60$, S.D.=1.40)

แบบที่ 3 เซตกระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย ประกอบด้วยถุงผ้าขนาดมาตรฐาน และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก โดยนำภาพผลและใบของสตรอว์เบอร์รี่ มาสร้างลวดลายใหม่โดยใช้เทคนิคการลงสีน้ำ และประดับเข้ากับตราสัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ ๑ (ผาง) ใช้สีน้ำเงินกับสีทองตัดกันอย่างลงตัว ความพึงพอใจด้านลวดลาย ระดับมาก ($\bar{x}=3.80$, S.D.=1.17)

แบบที่ 4 เซตกระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย ประกอบด้วยถุงผ้าขนาดมาตรฐาน และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก ลวดลายตัดทอนมาจาก “หางไก่” ซึ่งเป็นลวดลายบนเครื่องลายครามที่ถูกประดับตกแต่งตามสถานที่ส่วนต่างๆ ของพิพิธภัณฑสถานฯและโรงงานหลวงฯความพึงพอใจด้านลวดลาย ระดับมาก ($\bar{x}=4.00$, S.D.=0.83)

แบบที่ 5 เซตกระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย ประกอบด้วยถุงผ้าขนาดมาตรฐาน และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก ลวดลายของครอบครัวนกกระเรียนตัดทอนจาก เซตกระเป๋าแบบที่ 1 โดยนกกระเรียนนั้นเป็นสัญลักษณ์ของความยั่งยืนมีवासนายศตวรรษาคดี ผสมเข้ากับดอกโบตั๋นซึ่งเป็นสัญลักษณ์

ของความมั่นคง มีเกียรติและสง่างาม ความพึงพอใจด้านลวดลาย ระดับมาก ($\bar{x}=4.20$, S.D.=0.69)

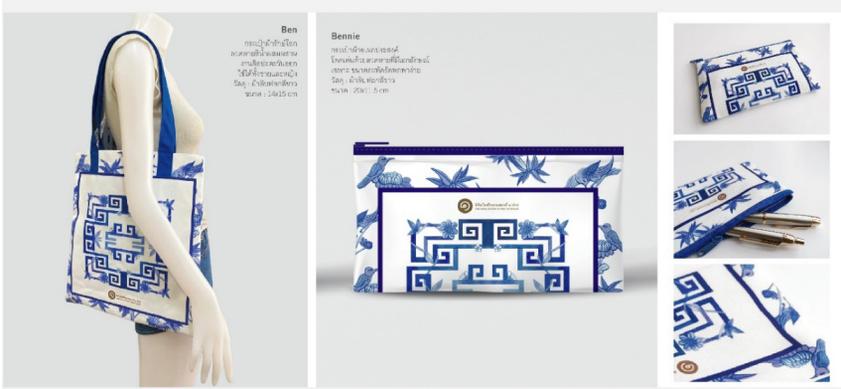
แบบที่ 6 เซตกระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย ประกอบด้วยถุงผ้าขนาดมาตรฐาน และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก ลวดลายประแจเงินผสมผสานกับลวดลายของใบไม้ ความพึงพอใจด้านลวดลาย ระดับมาก ($\bar{x}=4.00$, S.D.=0.89)

ความพึงพอใจภาพรวมของประเภทสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้าและกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก ระดับมาก ($\bar{x}=4.40$, S.D.=0.47)



ภาพประกอบที่ 13 ภาพจำลอง 3 มิติ เซตกระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย แบบที่ 1-6

“Ben - Bennie” เซตกระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย ถูกนำมาพัฒนาแบบ โดยนำลาย แบบที่ 1 ผสมเข้ากับลายที่ 6 เช่นเดียวกับผ้าพันคอ สร้างลวดลายขึ้นมาใหม่ เพื่อเป็นลวดลายเฉพาะของเซตกระเป๋า



ภาพประกอบที่ 14 เซตกระเป๋าผ้าดิบทพิมพ์ลายที่ผ่านการพัฒนาแบบและผลิตจริง

ขั้นตอนที่ 3

ผลการวิเคราะห์ การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ถามเพื่อประเมินความพึงพอใจซึ่งมีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) และพนักงาน บริษัท โดยค่าผลิตภัณฑ์อาหารจำกัด ตั้งแต่ วันที่ 8-14 เมษายน 2563 ระยะเวลาเก็บข้อมูล 1 สัปดาห์

มีผู้เข้ามาตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (79 คน) คิดเป็นร้อยละ 71.8, ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุ 21 - 30 ปี (39 คน) คิดเป็นร้อยละ 35.5, โสด (65 คน) คิดเป็นร้อยละ 59.1, ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และลูกจ้าง (56 คน) คิดเป็นร้อยละ 50.9, ช่วงเงินเดือน 15,001 - 25,000 บาท (36 คน) คิดเป็นร้อยละ 32.7 และช่วงเงินเดือน 25,001 - 35,000 บาท (19 คน) คิดเป็นร้อยละ 17.3 ซึ่งถือเป็นส่วนมากของทั้งหมดของผู้ตอบแบบสอบถาม

สรุปผลความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกแต่ละชิ้น โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนจาก 1. มีความสวยงามและสื่อถึงพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)

2. มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม 3. มีความสะดวกในการพกพา 4. มีความเหมาะสมในการซื้อใช้เอง หรือซื้อฝากผู้อื่น 5. มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ซึ่งเรียงลำดับผลความพึงพอใจ ดังนี้

อันดับที่ 1 “Ben - Bennie” เซตกระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย

ความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{x}=4.48$, S.D.=0.72)

อันดับที่ 2 “Beranie” ผ้าพันคอ ขนาด 100x100 ซม.

ความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{x}=4.34$, S.D.=0.75)

อันดับที่ 3 “Bamblue” ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน

ความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{x}=4.06$, S.D.=0.93)

อันดับที่ 4 “Birds in Blue” โคมไฟตั้งโต๊ะ

ความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{x}=4.03$, S.D.=0.94)

อันดับที่ 5 “Bulbul” กรอบรูปสำหรับใส่รูปภาพขนาด 5x7 นิ้ว

ความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{x}=3.70$, S.D.=1.03)



ภาพประกอบที่ 15 เรียงลำดับผลความพึงพอใจสินค้าที่ผู้วิจัยทำการออกแบบ

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ซึ่งเป็นพิพิธภัณฑสถานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงการศึกษาด้านอุตสาหกรรมและการเกษตรแปรรูป เป็นสถานที่รวบรวมและจัดแสดงแนวพระราชดำริในการพัฒนาที่ยั่งยืน ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนเสริมสร้างความภาคภูมิใจที่ได้มาเยือนพิพิธภัณฑสถานสำหรับผู้ที่ได้มาเยือนและ

พบเห็นวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม บ้านเรือน หรืออาหารท้องถิ่นของชุมชนบ้านยาง ซึ่งตั้งอยู่บริเวณพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) และสำรวจความต้องการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จัดจำหน่ายในพิพิธภัณฑสถานฯ ซึ่งทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในหน่วยงานนั้น และสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ทำให้ผู้วิจัยได้รับทราบถึงข้อมูลความต้องการต่างๆ เพื่อนำข้อมูลมาเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) โดยผู้วิจัยได้ลงศึกษาพื้นที่นำส่งต่างๆ เหล่านี้ มามาทำการวิเคราะห์เพื่อสร้างแนวทางการออกแบบชิ้นใหม่เพื่อเป็นการช่วยเพิ่มรูปแบบของผลิตภัณฑ์แหล่งท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ให้มีภาพลักษณ์เฉพาะของที่ระลึกแห่งนี้ใหม่มากที่สุด

ผลจากการศึกษาด้านสถานภาพ พบว่าแนวทางศึกษาและออกแบบของที่ระลึกที่จัดจำหน่ายในพิพิธภัณฑสถานฯ มีความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 21 - 30 ปี สถานภาพโสดส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และลูกจ้าง ช่วงเงินเดือน 15,001 - 35,000 บาท เดินทางมาพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ด้วยรถยนต์ส่วนตัว ในการศึกษาข้อมูลเพื่อการออกแบบและพัฒนาของที่ระลึกที่จัดจำหน่ายในพิพิธภัณฑสถานฯ ของกลุ่มเป้าหมายพบว่า มีการตัดสินใจในการเลือกซื้อของที่ระลึกจากสินค้าที่มีตราสัญลักษณ์ และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) นิยมซื้อของนำไปใช้เอง ให้ความสนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน เครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน และของใช้แฟชั่น

ผลจากการสัมภาษณ์จากผู้ปฏิบัติหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑสถานฯมีความต้องการเพิ่มทางเลือกสินค้าใหม่ๆ ที่ต่างออกไปจากเดิม มีเรื่องราวเป็นชีรี่ เป็นแบบเฉพาะหรือมีลวดลายเฉพาะสำหรับขายที่พิพิธภัณฑสถานฯ แห่งนี้ ซึ่งกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษา และวัยทำงานที่มาศึกษาดูงานกับหน่วยงาน ข้อมูลการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานฯเดิม นั้น เป็นสินค้าประเภทแฟชั่น เช่น หมวก สายรัดข้อมือริชแบรนด์ กระเป๋า และสินค้าชิ้นเล็ก เช่น พวงกุญแจ เข็มกลัด สติกเกอร์ เป็นต้น จากการสังเกตดูภายในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานฯพบว่าสินค้าเดิมมีความ

คล้ายคลึงกับสินค้าที่ขายอยู่ที่พิพิธภัณฑ์อื่น และขาดเอกลักษณ์ร่วมกันในสินค้าแต่ละประเภท

ผลสรุปแนวทางที่นำมาใช้เป็นข้อกำหนดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของทีระลึก จากข้อมูลแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ลงศึกษาจากพื้นที่จริง สิ่งในกลุ่มเป้าหมาย และทางพิพิธภัณฑ์ต้องการคือ เป็นสินค้าที่มีประโยชน์ใช้สอย เป็นแบบเฉพาะหรือมีลวดลายพิเศษสำหรับการจัดจำหน่ายที่พิพิธภัณฑ์ฯ เท่านั้น เพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ ควรถ่ายทอดเอกลักษณ์เฉพาะผ่านสินค้าของที่ระลึกที่จัดจำหน่าย และสร้างภาพจำให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ระลึกนึกถึงพิพิธภัณฑ์ โดยสินค้าแต่ละประเภทนั้นควรมีรูปแบบเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเพิ่มทางเลือกสินค้าใหม่ๆ ที่ต่างออกไปจากเดิม เพื่อตอบสนองความหลากหลายทางการใช้งาน

เมื่อได้ข้อกำหนดในการออกแบบแล้วจึงนำแบบเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการออกแบบด้านการตลาด ด้านพิพิธภัณฑ์ และขอคำแนะนำในการพัฒนาแบบสินค้าที่ระลึกเพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการจัดจำหน่ายต่อไป โดยเลือกนำเสนอสินค้าของที่ระลึกทั้งหมด 3 ประเภท ดังนี้

1. ประเภทของแตงบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ 4 แบบ และกลุ่มกรอบรูป 4 แบบ
2. ประเภทเครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน 4 แบบ
3. ประเภทสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ 6 แบบ และกลุ่มถุงผ้า กระเป๋าใส่เครื่องเขียน หรือใส่ของขนาดเล็ก 6 แบบ โดยขอคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อคัดเลือกสินค้าแต่ละชนิดเหลืออย่างละ 1 แบบ เพื่อทำการผลิตจริง

โดยมีแนวคิดในการออกแบบ (Concept) สินค้าที่ระลึกทั้ง 3 ประเภท ให้เป็นสินค้าพิเศษเฉพาะ เน้นความเรียบง่าย และมีกลิ่นอายความเป็นจีน ใช้โทนสีขาว และสีน้ำเงินสไตล์เครื่องลายคราม ออกมาเป็นสินค้าพิเศษหนึ่งซีรีส์

ผู้วิจัยทำการออกแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของพิพิธภัณฑ์ขึ้นมาใหม่ ซึ่งได้แรงบันดาลใจจากลวดลายเชิงสัญลักษณ์จีนที่มีความหมายเป็นมงคลสามารถพบเห็นลวดลายนี้ได้ภายในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) เช่น ลายประแจจีน หรือลายตะขอกี่หวดทรัพย์ ลายต้นไผ่ที่ให้ความหมายเรื่องอายุยืนยาว หรือลายนกกกระเรียนซึ่งมีความหมายว่าความยั่งยืนมีวิสาขสถานบรรดาศักดิ์ การนำลวดลายจากเครื่องลายคราม หรือลวดลายของประตูแบบจีน ที่ใช้ประดับตกแต่งสถานที่ พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) และโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) มาทำการออกแบบลวดลายใหม่ โดยใช้เทคนิคการลงสีน้ำ เลือกใช้โทนสีน้ำเงินตาม CI (Corporate identity) ของพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ซึ่งได้ให้ความหมายว่าสีน้ำเงินสื่อถึงพิพิธภัณฑ์ฯ จึงเลือกสร้างลวดลายออกมาเป็นชุดๆ และให้เข้ากันกับสินค้าที่ระลึกแต่ละประเภท

นอกจากนี้ความมุ่งหมายของผู้วิจัยคาดหวังให้การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกนี้จะเป็นแนวคิด ในการถ่ายทอดเอกลักษณ์หรือนำสิ่งที่เป็นรูปธรรมภายนอก มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบลวดลาย ลงสู่สินค้าที่ระลึกเพื่อเป็นจุดเด่นให้กับสินค้านั้นๆ จนเกิดเป็นสินค้าที่ระลึกที่มีเสน่ห์น่าสนใจ ต่างจากสินค้าที่ระลึกในรูปแบบเดิม อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มทางเลือกใหม่ให้กับกลุ่มลูกค้าได้มีโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าอีกด้วย

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกของผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับประโยชน์ใช้สอยของการใช้งานสินค้าที่ระลึก โดยมีความเป็นสินค้าที่มีความร่วมสมัย นำมาใช้งานได้ในปัจจุบัน และมีลวดลายสีสันเฉพาะของสินค้าก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ดร.ชา รัตนดำรงอักษร ในหัวข้อเรื่อง การพัฒนาประสิทธิภาพบริการของร้านค้าปลีกงานหัตถกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ และผลการวิจัยของจิราภรณ์ ชาวศรี (2556) ในหัวข้อเรื่องการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับประโยชน์ใช้สอยของสินค้าที่ระลึกมากที่สุด อีกทั้งยังนิยมซื้อสินค้าที่ระลึกเพื่อนำไปใช้เองในชีวิตประจำวันซึ่งตรงกับ

อภิญา คักดาคีโรรัตน์, ดรุชา รัตนดำรงอักษร, และพารินทร์รัตน์ ธรรมหมื่นยอง (2559) การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกจากธุรกิจค้าปลีกของนักท่องเที่ยวในย่านท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านการออกแบบสินค้าที่ระลึกกลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญกับความงามควบคู่กับการสอดแทรกเนื้อหาแนวคิดและแรงบันดาลใจลงไปในผลิตภัณฑ์ที่ระลึก และมีการใช้งานที่ทันสมัยสามารถใช้ได้จริงมากกว่าการตั้งโชว์เพียงอย่างเดียว สอดคล้องกับปนัดดา มนุรัชฎา (2555) เรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการควรเลือกใช้วัสดุในการทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ควรคำนึงถึง ขนาดการถอดประกอบ น้ำหนักในการเคลื่อนย้ายสินค้า ความแข็งแรงในการใช้งานเป็นหลัก

ผู้ประกอบการควรมีการเลือกใช้โทนสีของลวดลาย การกำหนดขนาดของลวดลาย เพราะจะมีผลต่อความสวยงาม

ผู้ประกอบการควรสร้างหุ่นจำลอง (Model) ขนาดเท่าจริง ก่อนผลิตสินค้าจริงเพื่อตรวจสอบความสวยงามและปรับรูปแบบ แทนการทำหุ่นจำลองย่อส่วน

ผู้ประกอบการควรส่งผลิตสินค้าจริงจำนวนมาก เพื่อการลดต้นทุนการผลิต

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

ควรมีการศึกษาวิจัยด้านการออกแบบลวดลาย รวมไปถึงประวัติความเป็นมาของลวดลายนั้นๆ เพื่อการนำลวดลายต่างๆ มาประยุกต์ใช้ร่วมกัน และมีความหมายในทางที่เหมาะสม

ควรมุ่งเน้นความสนใจไปที่สินค้าที่ระลึกประเภทใดประเภทหนึ่ง อย่างลึกซึ้งเพื่อศึกษาปัญหาเฉพาะด้านของสินค้าแล้วจึงทำการปรับปรุงพัฒนารูปแบบ และหาแนวทางแก้ไขปัญหาของผลิตภัณฑ์สินค้านั้นให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2561). **แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561-2564 ของกรมการท่องเที่ยว**. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2562, จาก <https://www.dot.go.th/>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560**. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2562, จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114
- จิราภรณ์ ขาวศรี. (2556). การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยว จังหวัดพัทลุง. **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**, 9(2), 66-84.
- ดรุชา รัตนดำรงอักษร. (2557). การพัฒนาประสิทธิภาพบริการของร้านค้าปลีกงานหัตถกรรมในจังหวัดเชียงใหม่. **วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่**, 16, 84-98.
- บริษัทดอยคำผลิตภัณฑ์อาหารจำกัด. (2562). **พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ 1 (ฝาง)**. ค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2562, จาก <https://www.doikham.co.th>
- ปนัดดา มนุรัชฎา. (2555). การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม). วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปมหาบัณฑิต สาขาการออกแบบผลิตภัณฑ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2557). **ฟ้าหลังฝน “บ้านยาง” ยกของดีอาหารจีนยูนนาน เปิดตลาดท่องเที่ยว**. ค้นเมื่อ 9 พฤษภาคม 2560, จาก <https://mgronline.com/smes/detail/9570000109955>
- อภิญา คักดาศิริรัตน์, ดรุชา รัตนดำรงอักษร, และพารินทร์รัตน์ ธรรมหมื่นยอง. (2559). การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกจากธุรกิจค้าปลีกของนักท่องเที่ยวในย่านท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยพายัพ**, 10, 279.