



แนวทางการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ กรมธนารักษ์



โดย

นางสาวณภััสสรกุล รอดเรืองศรี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

แนวทางการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ กรมธนารักษ์



โดย
นางสาวณัฏฐ์สรกุล รอดเรืองศรี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

DESIGN GUIDELINES FOR SOUVENIRS OF THE COIN MUSEUM, THE TREASURY
DEPARTMENT



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Arts (CULTURAL RESOURCE MANAGEMENT)

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2019

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

58112304 : การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทบัณฑิต

คำสำคัญ : พิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณารักษ์/การออกแบบของที่ระลึก/ร้านจำหน่ายของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์

นางสาว ณภัทรกุล รอดเรืองศรี: แนวทางการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณารักษ์ กรมธนารักษ์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กรรณิการ์ สุธีรัตนภิรมย์

การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณารักษ์ และเสนอแนวทางการออกแบบที่เหมาะสม และเป็นไปได้สำหรับจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณารักษ์ วิธีการศึกษาใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลการศึกษาจากเอกสารด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง การศึกษาจากการลงพื้นที่ภาคสนาม ณ พิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณารักษ์ ใช้วิธีการสำรวจทัศนคติ และความต้องการของที่ระลึกของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์และ Museum Shop โดยแบ่งประชากรที่ศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ 2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน 3) ผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑ์และ Museum Shop การลงพื้นที่เพื่อสังเกตการณ์ใช้วิธีสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ/กึ่งทางการ และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก อีกทั้งการสำรวจของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อเสนอแนวทางการออกแบบของที่ระลึกที่เหมาะสมและเป็นไปได้สำหรับการจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณารักษ์ จากการศึกษา ได้ผลดังนี้

ปัญหาที่พบได้แก่ 1. การบริหาร Museum Shop ช่วงที่ 1 โดยบริษัทเอกชน ของที่ระลึกส่วนใหญ่เป็นของที่ระลึกที่พบได้ทั่วไป และไม่สามารถแสดงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ได้ 2. การบริหาร Museum Shop ช่วงที่ 2 โดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน ของที่ระลึกไม่มีความหลากหลายและไม่มีความน่าสนใจ 3. ปัญหาที่มีร่วมกันของการบริหาร Museum Shop ทั้ง 2 ช่วงคือ ของที่ระลึกมีราคาสูง และไม่ได้ออกแบบเพื่อเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นผู้ชมกลุ่มใหญ่และเป็นกลุ่มเป้าหมายของพิพิธภัณฑ์ อีกทั้งไม่มีการสอดแทรกความรู้ในของที่ระลึก แนวทางการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณารักษ์ กรมธนารักษ์ มีดังนี้ 1) การออกแบบของที่ระลึกเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ 2) การออกแบบของที่ระลึกเพื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ 3) การออกแบบของที่ระลึกโดยให้ความรู้เป็นส่วนหนึ่งในของที่ระลึก 4) การออกแบบของที่ระลึกโดยใช้สัญลักษณ์/วัฒนธรรมประจำชาติ/ประจำท้องถิ่นเป็นแรงบันดาลใจ 5) การออกแบบของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย 6) การออกแบบของที่ระลึกที่มีความสวยงาม น่าสนใจ ผู้วิจัยได้ทดลองออกแบบของที่ระลึกโดยนำปัญหา ความคิดเห็น และความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม มาเป็นข้อมูลประกอบในการออกแบบ และนำอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณารักษ์ที่โดดเด่น 4 อันดับแรก ได้แก่ 1) เงินพดด้วง 2) เหรียญอาทิตยอุทัย - ศรีวิฑูษะ 3) เหรียญบรรณาการ 4) เหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9 มาออกแบบเป็นของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก โดยมีราคาต่ำที่สุด คือ 10 บาท จนถึงราคาสูงที่สุดไม่เกิน 600 บาท โดยต้องคำนึงถึงความเหมาะสม เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับศาสนา และพระมหากษัตริย์ ส่วนเงินตราอื่น ๆ ที่มีตราประทับ หรือสัญลักษณ์มงคลที่มีความหมาย และมีความสวยงาม สามารถนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกได้เช่นกัน เช่นเดียวกับสำนวน/สุภาษิต และความเชื่อเกี่ยวกับเหรียญและเงินตราที่สามารถนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกได้ ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการทดลองออกแบบในครั้งนี้ สรุปได้ว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดทุกด้าน และสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์ ได้นำแนวทางการออกแบบจากการศึกษาค้นคว้าไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณารักษ์ในปัจจุบัน

58112304 : Major (CULTURAL RESOURCE MANAGEMENT)

Keyword : The Coin Museum, The Treasury Department of Thailand, Souvenir design, Museum shop

MISS NAPHATKUL RODRUANGSRI : DESIGN GUIDELINES FOR SOUVENIRS OF THE COIN MUSEUM, THE TREASURY DEPARTMENT THESIS ADVISOR : KANNIKA SUTEERATTANAPIROM

The aims of this research are to study the problems of souvenirs of the museum shop in The Coin Museum, The Treasury Department, and to suggest suitable and possible design guidelines for sale. The methods are to collect data from involved documents and inquire stakeholders about souvenirs and the museum shop of The Coin Museum. The population study is divided into three groups which are (1) government stakeholders, (2) stakeholders from private sectors and (3) people visiting The Coin Museum and its museum shop. Other methods are participation observation and non-participation observation, informal, semi-formal and in-depth interviews, and a survey of souvenirs at many museum shops in Thailand and foreign countries. The study indicates three problems about souvenirs. First, the museum is managed by a private company in the first term; the result is most souvenirs are not outstanding enough and not designed to present the museum's identity. Second, the museum is managed by Bureau of Grand National Treasure of The Treasury Department in the second term, the result is most souvenirs are not various and functional. Third, the mutual problems under the management of the private company and Bureau of Grand National Treasure are the souvenirs are too expensive to buy, they are not designed to meet the needs of children and teenagers who are the largest target audience and souvenirs do not have some knowledge of the museum's stories or items displayed in the museum.

From the result of the study, the guidelines for souvenir design of The Coin Museum are to 1) present the museum's identity, 2) feature things, such as museum's logo or name, to make the museum well-known, 3) show knowledge or necessary information on the souvenirs, 4) present symbols, national or local cultures, 5) be functional and 6) be beautiful and interesting. Considered as remarkable items which present museum's identity, the researcher chooses four items which are (1) Pod Duang (bullet money), (2) coins with the Sun-Sriwatsa design (coins used during the Funan kingdom), (3) royal gift coins and (4) circulating coins produced in the reign of King Rama IX, and designs them to be functional with the lowest price of 10 bath and the highest price not over of 600 baht. Official marks or auspicious symbols imprinted on old money, involving religions and the monarch, could be used for souvenir design with careful consideration. In addition, proverbs, aphorisms or beliefs about money can be also chosen for design. According to stakeholder satisfaction surveys, most stakeholders feel completely satisfied with all of the guidelines and consequently Bureau of Grand National Treasure, The Treasury Department follows the mentioned guidelines for designing souvenirs of The Coin Museum.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ทุกท่าน โดยเฉพาะผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรรณิการ์ สุธีรัตนภิรมย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้ชี้แนะแนวทางการจัดการข้อมูล และให้คำแนะนำต่าง ๆ มากมายที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง จนทำให้งานวิจัยนี้มีระบบ ระเบียบมากขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.รัศมี ชูทรงเดช ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่มีความห่วงใยและกระตุ้นเตือนศิษย์ CRM 7 ทุกคนตลอดมา อีกทั้งให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นหลายประการเพื่อปรับปรุงงานวิจัยเล่มนี้ให้ดียิ่งขึ้น เช่นเดียวกับรองศาสตราจารย์ สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์ ซึ่งนอกจากให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุงงานวิจัยแล้ว ยังเป็นผู้สอนให้รู้จักการลงพื้นที่ และการพูดคุยเพื่อขอข้อมูล ซึ่งเป็นความรู้และประสบการณ์ที่ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้ได้ตลอดไป ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. เอกรินทร์ พึ่งประชา อาจารย์ที่ปรึกษาของนักศึกษา CRM รุ่นที่ 7 ที่ให้คำแนะนำในการทำธีสิสอย่างเข้มข้นมาตั้งแต่ก่อนสอบหัวข้อวิทยานิพนธ์ รวมทั้งคณาจารย์สาขาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมทุกท่าน ทุกวิชาที่ได้ให้ความรู้ ความเข้าใจในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม และขอขอบคุณคุณณมิตา จันทร์ทนต์ เจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยที่ให้ความช่วยเหลือในการทำ IThesis เป็นอย่างดี และขอขอบคุณกระทรวงการคลังที่ให้ทุนการศึกษาแก่ผู้วิจัยเป็นเวลา 2 ปี

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้รับความช่วยเหลือ และความร่วมมืออย่างดียิ่งจากผู้บริหาร ทั้ง ผส. ผช.โก๋ ผอ.เอ และเจ้าหน้าที่ พี่ ๆ น้อง ๆ ส่วนเก็บรักษาและอนุรักษ์ทรัพย์สิน ส่วนจัดแสดงทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน ส่วนจัดการผลิตภัณฑ์ ส่วนเผยแพร่ฯ สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์ รวมถึงภาคเอกชน และอาจารย์นวรรตน์ เลขาภกุล ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาปณิธิวิทยา อีกทั้งผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ทุกท่านที่เสียสละเวลาให้ข้อมูล และแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ จึงขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ ที่นี้

ขอขอบคุณกำลังใจและความห่วงใยจากเพื่อน ๆ B1 จุ่ม ยิ้ม และน้อง ๆ จา ปุย ฯลฯ ที่คอยติ-ชม ผลงานที่ผู้วิจัยออกแบบตลอดมา ขอขอบคุณเธย์ และจอยสุวรา ที่ช่วยตรวจดูและแก้ไข Abstract ขอขอบคุณน้องอีฟ สำหรับโปรแกรม Ai และขอบคุณ CRM 7 ที่เป็นเพื่อนร่วมทุกข์ร่วมสุขกันมาอย่างยาวนานตลอดเวลา 5 ปี ขอขอบคุณญาติ ไบโพนี่ ทางยาว (แมวของผู้วิจัย) ที่คอยนอนอยู่เคียงข้างเสมอเมื่อเปิดคอมพิวเตอร์ ทำให้การทำธีสิสในยามค่ำคืนไม่โดดเดี่ยวจนเกินไป

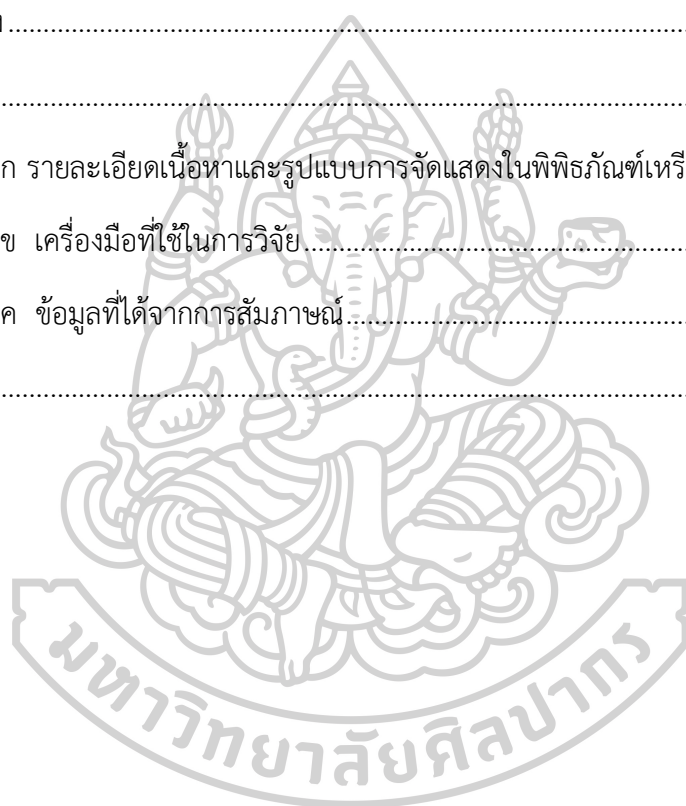
สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณแม่ของผู้วิจัยที่เป็นแรงผลักดันสำคัญและคอยถามอยู่เสมอว่าเมื่อไหร่จะเรียนจบ ทำให้ผู้วิจัยมีความอดทนและพยายามทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้จนสำเร็จได้ในที่สุด

ณภัตสรกุล รอดเรืองศรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
3. ขอบเขตการศึกษา.....	3
4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
5. ขั้นตอนและวิธีการศึกษา.....	4
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี และการศึกษาที่ผ่านมา.....	8
1. แนวคิดเรื่องของของที่ระลึก.....	8
1.1 ความหมายของของที่ระลึก (Souvenir).....	8
1.2 ประวัติความเป็นมาของของที่ระลึก	9
1.3 ประเภทของของที่ระลึก.....	13
1.4 ความสำคัญของของที่ระลึก	14
2. แนวคิดการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์	16
2.1 ความหมายของการออกแบบ.....	16
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18

3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์านุรักษ์ มีเพียงหนึ่งเรื่อง ได้แก่	18
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา.....	86
บทที่ 4 ข้อมูลพื้นฐาน ณ พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์านุรักษ์	95
บทที่ 5 บทวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการออกแบบสินค้าที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์ านุรักษ์.....	148
บทที่ 6 บทสรุปและอภิปรายผลการศึกษา	203
รายการอ้างอิง	215
ภาคผนวก.....	220
ภาคผนวก ก รายละเอียดเนื้อหาและรูปแบบการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์านุรักษ์.	221
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	254
ภาคผนวก ค ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์.....	256
ประวัติผู้เขียน.....	270

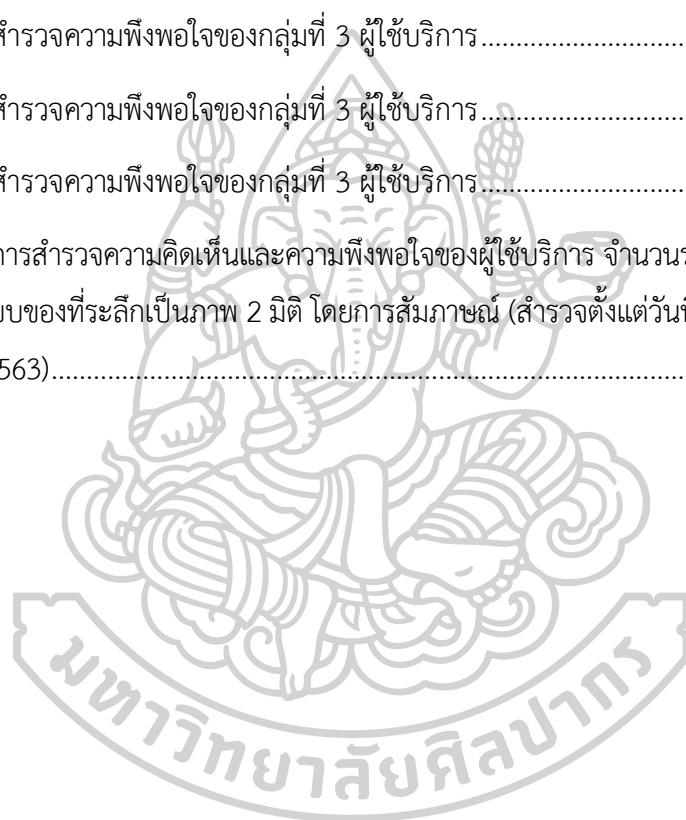


สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 : ตัวอย่างแนวความคิดในการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ และตัวอย่างราคาของที่ระลึกในบางพิพิธภัณฑ์.....	69
ตารางที่ 2 : แสดงประเภทของที่ระลึกที่พิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ นิยมจำหน่าย.....	80
ตารางที่ 3 : สรุปสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์.....	103
ตารางที่ 4 : ประเภทของที่ระลึกที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ ช่วงที่ 1 บริหารโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด	114
ตารางที่ 5 : ของที่ระลึกที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ ช่วงที่ 1 บริหารโดย บริษัทไรท์แมน จำกัด.....	116
ตารางที่ 6 : ประเภทของที่ระลึกที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญฯ ช่วงที่ 2 บริหารโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์ ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2561 – ปัจจุบัน.....	124
ตารางที่ 7 : ความต้องการของผู้ใช้บริการด้านราคา.....	134
ตารางที่ 8 : ทักษะ/ความต้องการของผู้ใช้บริการด้านรูปแบบที่มีต่อของที่ระลึกช่วงที่ 1 Museum Shop บริหารโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด	136
ตารางที่ 9 : ทักษะ/ความต้องการของผู้ใช้บริการด้านรูปแบบที่มีต่อของที่ระลึกช่วงที่ 2 Museum Shop บริหารโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน.....	138
ตารางที่ 10: สรุปผลการสำรวจทัศนคติของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ ช่วงที่ 1 Museum Shop บริหารโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด.....	141
ตารางที่ 11: สรุปผลการสำรวจทัศนคติของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ ช่วงที่ 2 Museum Shop บริหารโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน	142
ตารางที่ 12: สรุปผลการคัดเลือกเหรียญและเงินตราเพื่อนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึก	145
ตารางที่ 13: ความต้องการด้านรูปแบบ/ความต้องการด้านราคา/ความต้องการเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์/ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์	155

ตารางที่ 14: สรุปปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์รักษ์ .	159
ตารางที่ 15: สำนวความพึงพอใจของกลุ่มที่ 1 บุคลากรภายใน (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ) จำนวน 4 คน.....	195
ตารางที่ 16: สำนวความพึงพอใจของกลุ่มที่ 2 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน จำนวน 2 คน	195
ตารางที่ 17: สำนวความพึงพอใจของกลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการ.....	196
ตารางที่ 18: สำนวความพึงพอใจของกลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการ.....	196
ตารางที่ 19: สำนวความพึงพอใจของกลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการ.....	197
ตารางที่ 20: สำนวความพึงพอใจของกลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการ.....	197
ตารางที่ 21: สำนวความพึงพอใจของกลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการ.....	198
ตารางที่ 22: การสำวความคิดเห็นและคามพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำนวนรวม 31 คน ต่อการทดลองออกแบบของที่ระลึกเป็นภาพ 2 มิติ โดยการสัมภาษณ์ (สำวตั้งแต่วันที่ 28 กันยายน 2561 – 21 เมษายน 2563).....	200



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 ไปรษณียบัตร รัชกาลที่ 5 เสด็จประพาสประเทศเยอรมันปี พ.ศ. 2450.....	11
ภาพที่ 2 The British Museum Shop.....	26
ภาพที่ 3 เสื้อยืดจากปกหนังสือ Ancient Egyptian Book of the Dead.....	26
ภาพที่ 4 ของที่ระลึกซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมอียิปต์โบราณ.....	26
ภาพที่ 5 (ซ้าย) ของที่ระลึกซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากประติมากรรมกรีก.....	27
ภาพที่ 6 ของที่ระลึกที่มีชื่อและสัญลักษณ์พิพิธภัณฑสถานเป็นรูปอาคาร.....	27
ภาพที่ 7 ของที่ระลึกสำหรับเด็กประเภทเกมส์และของเล่นเสริมทักษะ.....	27
ภาพที่ 8 (ซ้าย) บรรยากาศ Museum Shop ของ National Museum of Korea (ขวา) พวงกุญแจ.....	28
ภาพที่ 9 สมุดโน้ต และดินสอ ลวดลายจากงานจิตรกรรม.....	28
ภาพที่ 10 (ซ้าย) Magnet (ขวา) กระเป๋าใส่บัตร.....	28
ภาพที่ 11 บรรยากาศ Museum Shop ของ Kyoto National Museum.....	29
ภาพที่ 12 ภาพเสื่อน้อยโทะระริน (Torarin) มาสคอตของพิพิธภัณฑสถานซึ่งได้รับแรงบันดาลใจมาจาก ภาพวาดในสมัยศตวรรษที่ 18.....	29
ภาพที่ 13 ตุ๊กตา พวงกุญแจ และโปสการ์ดเสื่อน้อยโทะระริน.....	30
ภาพที่ 14 (ซ้าย) เคสโทรศัพท์ และตลับ (ขวา) สมุดจด และแฟ้มใส่เอกสาร.....	30
ภาพที่ 15 (ซ้าย) แทนวางโทรศัพท์ และผ้าเช็ดหน้า (ขวา) เสื้อยืด.....	30
ภาพที่ 16 กระดาษโอริกามิ (ขวา) กระเป๋าผ้ารูปเสื่อน้อยโทะระริน.....	30
ภาพที่ 17 (ซ้าย) Magnet รูปอาคาร Kyoto National Museum (ขวา) กระเป๋าผ้ารูปอาคาร Kyoto National Museum.....	31
ภาพที่ 18 โปสการ์ดงานจิตรกรรมในพิพิธภัณฑสถาน (ขวา) แฟ้มใส่เอกสาร และที่คั่นหนังสือ.....	31
ภาพที่ 19 แฟ้มใส่เอกสาร (ขวา) หนังสือ และงานศิลปะ.....	31

ภาพที่ 20 (ซ้าย) กิจกรรมส่งเสริมให้ผู้ชมเขียนจดหมายถึง Kyoto National Museum โดยส่งผ่าน เสือน้อยโทะระริน (ขวา) การใช้เสือน้อยโทะระรินในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของพิพิธภัณฑ์.....	31
ภาพที่ 21 บรรยากาศหน้า Museum Shop.....	32
ภาพที่ 22 บรรยากาศภายใน Museum Shop ของ National Museum of Singapore.....	32
ภาพที่ 23 (ซ้าย) สัญลักษณ์ MUSEUM LABEL (ขวา) เหรียญที่ระลึกรูป Merlion.....	33
ภาพที่ 24 กระเป๋าผ้า ลวดลายออกแบบจากภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา และอาคารในสิงคโปร์.....	33
ภาพที่ 25 ซอกโกแลต บรรจุภัณฑ์ออกแบบเป็นรูปเครื่องเคลือบดินเผาในพิพิธภัณฑ์ของสิงคโปร์ และพีชในสิงคโปร์.....	33
ภาพที่ 26 (ซ้าย) ถาดลวดลายออกแบบจากภาพวาดพีชในสิงคโปร์.....	34
ภาพที่ 27 พัด สมุด ปลอกหมอนอิง ลวดลายจากงานจิตรกรรม.....	34
ภาพที่ 28 ที่คั่นหนังสือ ผสมผสานวัฒนธรรมจีน – อินเดีย / สมุดสตีกเกอร์/ สมุดภาพพระบายสี.....	34
ภาพที่ 29 (ซ้าย) แฟ้มเอกสาร ลวดลายมาจากผลงานศิลปินที่มีชื่อเสียงในสิงคโปร์.....	34
ภาพที่ 30 เสื้อยืดลวดลายออกแบบจากภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา ภาพถ่ายเก่าและอนุสาวรีย์ ในสิงคโปร์.....	35
ภาพที่ 31 Magnet จากภาพอาคารและอาหารประจำชาติสิงคโปร์.....	35
ภาพที่ 32 ตุ้เหรียญที่ระลึก National Museum of Singapore.....	35
ภาพที่ 33 บรรยากาศของ The Royal Mint Gift Shop.....	37
ภาพที่ 34 ด้านหน้าอาคาร The Royal Mint Museum มี Shaun the Sheep เป็นมาสคอต ชั่วคราวของพิพิธภัณฑ์.....	37
ภาพที่ 35 คอลเลคชันในปี 2020 Peter Rabbit และ มาสคอต Peter Rabbit.....	37
ภาพที่ 36 (ซ้าย) เหรียญที่ระลึก Peddington ราคา 1,020 ปอนด์ (กลาง) เหรียญที่ระลึก Peddington ราคา 65 ปอนด์ (ขวา) อัลบั้ม ราคา 5 ปอนด์.....	38
ภาพที่ 37 เหรียญที่ระลึกรูปแบบต่าง ๆ เป็นสินค้าหลักของพิพิธภัณฑ์.....	38
ภาพที่ 38 (จากซ้ายไปขวา) ของที่ระลึกประเภทเครื่องประดับ ต่างหู ราคา 110 ปอนด์ จี๋พร้อมสร้อย ราคา 140 ปอนด์ เข็มกลัดเนคไท ราคา 950 ปอนด์ และ กระดุมข้อมือ ราคา 1,750 ปอนด์.....	38

ภาพที่ 39 (จากซ้ายไปขวา) คลิปเนคไท ราคา 125 ปอนด์ ที่คั่นหนังสือจากโลหะเงิน บรรจุเหรียญเงิน 6 เพนนี ราคา 100 ปอนด์ พวงกุญแจ ราคา 130 ปอนด์ คลิปสำหรับหนีบเงิน ราคา 135 ปอนด์	38
ภาพที่ 40 (ซ้าย) การ์ดรูปการ์ตูนบรรจุเหรียญ ราคา 30 ปอนด์ (กลาง) สร้อยคอรูปตุ๊กตาหมี ราคา 50 ปอนด์ (ขวา) กระปุกออมสินรูปหมีพิมพ์ลาย Peter Rabbit ราคา 95 ปอนด์.....	39
ภาพที่ 41 โปสการ์ดรูป The Royal Mint ในอดีต.....	39
ภาพที่ 42 (ซ้าย) กระเป๋าผ้า (กลาง) แก้วน้ำ (ขวา) สมุดจด	39
ภาพที่ 43 อัลบั้มสะสมเหรียญ ราคา 38, 7.95 และ 10.95 ปอนด์	39
ภาพที่ 44 (ซ้าย) สมุดฉีกรูปเงินพดด้วง ราคา 15 บาท (ขวา) Magnet memo ออกแบบจากลวดลายบนธนบัตร ราคา 27 บาท	40
ภาพที่ 45 สมุดบันทึกราคา 40 และ 35 บาท.....	40
ภาพที่ 46 (ซ้าย) USB รูปทองคำแท่ง ราคา 300 บาท.....	40
ภาพที่ 47 (ซ้าย) หมวก ราคา 175 บาท (ขวา) ร่ม ราคา 190 บาท ออกแบบให้มีชื่อ สัญลักษณ์ธนาคารแห่งประเทศไทย และลวดลายบางส่วนบนธนบัตร.....	41
ภาพที่ 48 (ซ้าย) กระเป๋าผ้าแคนวาส ออกแบบจากลวดลายบนธนบัตร ราคา 190 บาท.....	41
ภาพที่ 49 (ซ้าย) ถุงผ้า พับเก็บได้ ลวดลายอาคารศูนย์การเรียนรู้ สถานที่สำคัญ และเงินตราโบราณ ราคา 100 บาท (ขวา) พวงกุญแจ กระเป๋าสตางค์ ราคา 120 บาท	41
ภาพที่ 50 บรรยากาศภายในร้าน bacc Shop.....	42
ภาพที่ 51 เสื้อยืดพิมพ์ชื่อ bacc และรูปอาคารหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร	42
ภาพที่ 52 ตุ๊กตาที่แสดงอัตลักษณ์ความเป็นไทย.....	43
ภาพที่ 53 (ซ้าย) งานศิลปะรูปนางกวัก (กลางและขวา) โปสการ์ดรูปอาหารไทยและสถานที่ท่องเที่ยว	43
ภาพที่ 54 (ซ้าย) หมอนอิงผ้าขาม้า (ขวา) กระเป๋าผ้า	43
ภาพที่ 55 (ซ้าย) เสื้อยืดพิมพ์ภาพงานศิลปะ (ขวา) งานศิลปะ และหนังสือ.....	43
ภาพที่ 56 (ซ้าย) ต่างหู (กลาง) กระเป๋าและเข็มกลัด (ขวา) Souvenir Magnet รูปอาหารไทย และกระเป๋าผ้าบาติก	43

ภาพที่ 57	บรรยากาศ Museum Shop พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร	44
ภาพที่ 58	หัวโขน รถตุ๊ก ๆ และมวยไทย สัญลักษณ์หนึ่งของประเทศไทย	45
ภาพที่ 59	(ซ้าย) Souvenir Magnet (สินค้าขายดี) ราคา 49 บาท	45
ภาพที่ 60	(ซ้าย) เสื้อยืดลวดลายไทย (กลาง) กระเป๋าผ้าลายแผนที่เก่าสมัยอยุธยา ราคา 145 บาท (ขวา) แก้วน้ำราคา 159 บาท	45
ภาพที่ 61	(ซ้าย) ปลอกหมอนอิงรูปควาย ราคา 250 บาท (ขวา) เข็มกลัดอาหารไทย	45
ภาพที่ 62	(ซ้าย) ปลอกหมอนราคา 390 บาท	45
ภาพที่ 63	(ซ้าย) ตุ๊กตาดินเผารูปสัตว์ (ขวา) ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา	46
ภาพที่ 64	ตุ๊กตาทหารดินเผาจำลอง ราคา 100 – 18,000 บาท	46
ภาพที่ 65	เสื้อยืด ราคา 300 บาท	46
ภาพที่ 66	ปากกา ราคา 200 บาท	46
ภาพที่ 67	(ซ้าย) ที่เปิดขวด ราคา 200 บาท (ขวา) พวงกุญแจ ราคา 50 บาท	46
ภาพที่ 68	อาคารพิพิธภัณฑฯผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ	47
ภาพที่ 69	(ซ้าย) ผ้าเช็ดแว่นตาลายผ้าบาติก ราคา 60 บาท (ขวา) สมุดบันทึกลายผ้าบาติก ราคา 250 บาท แรงบันทาลใจจากนิทรรศการผ้าบาติกในพระปิยมหาราช: สายสัมพันธ์สยามและขวา	48
ภาพที่ 70	(ซ้าย) หมวกนกสัมพันธ์ ราคา ๓๙๐ บาท (ขวา) ต่างหูลกรักปิดทอง ราคา 650 บาท	49
ภาพที่ 71	(ซ้าย) ผ้าพันคอพิมพ์ลาย ราคา 800 บาท (กลาง) ร่ม ราคา 900 บาท	49
ภาพที่ 72	(ซ้าย) ที่หุ้มพาสปอร์ตผ้าไหม ราคา 600 บาท (ขวา) หมวกประดับด้วยผ้าชาวเขา	49
ภาพที่ 73	(ซ้าย) จิกซอวิโลกัสลับโรงเลี้ยงไหม ราคา 75 บาท	49
ภาพที่ 74	บรรยากาศภายใน Muse Shop	50
ภาพที่ 75	(ซ้าย) พวงกุญแจ ราคา 54 – 90 บาท (ขวา) เข็มกลัด ราคา 36 บาท	52
ภาพที่ 76	แฟ้มเอกสาร ราคา 30 บาท	52
ภาพที่ 77	(ซ้าย) ดินสอพร้อมยางลบรูปศาลพระภูมิ ราคา 35 บาท (กลาง) ดินสอพิมพ์ชื่อ MUSEUM SIAM ราคา 12 บาท (ขวา) ยางลบ ราคา 6 บาท	52
ภาพที่ 78	เทปยี่ห้อ ราคา 100 บาท พวงกุญแจและที่เปิดขวด ราคา 28 บาท	53

ภาพที่ 79 (ซ้าย) ที่รองแก้วรูปเหรียญกษาปณ์ ราคา 180 บาท (ขวา) Magnet ราคา 150 บาท.....	53
ภาพที่ 80 (ซ้าย) Magnet ราคา 150 บาท มีข้อความให้ความรู้ในบรรจุภัณฑ์.....	53
ภาพที่ 81 (ซ้าย) โปสเตอร์ ราคา 59 บาท (ขวา) สุนัขบัตร และสมุดเป็นของที่ระลึกแทนบัตรเข้าชม	53
ภาพที่ 82 เหรียญที่ระลึกในนิทรรศการหมุนเวียน ของมิวเซียมสยาม.....	54
ภาพที่ 83 ตู้หยอดเหรียญที่ระลึกจากแหล่งท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น.....	54
ภาพที่ 84 เหรียญที่ระลึกในร้านค้าพิพิธภัณฑ์ของ National Museum of Nature and Science ประเทศญี่ปุ่น บริการสลักชื่อหรือข้อความตามต้องการลงบนเหรียญ (เหรียญฮาจิ ราคา 400 เยน).	54
ภาพที่ 85 เหรียญที่ระลึกของไทยที่ผู้ชมสามารถออกแบบได้ด้วยตนเองที่ศูนย์การเรียนรู้วิวัฒนาการ	54
.....	54
ภาพที่ 86 อัตลักษณ์ของ The Royal Mint Museum และของที่ระลึก	60
ภาพที่ 87 อัตลักษณ์ของ The British Museum และของที่ระลึก.....	60
ภาพที่ 88 อัตลักษณ์ของศูนย์การเรียนรู้ธนาคารแห่งประเทศไทย และของที่ระลึก	60
ภาพที่ 89 อัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และของที่ระลึก	61
.....	61
ภาพที่ 90 ตัวอย่างของที่ระลึกจากรูปแบบอาคารของ The British Museum.....	61
ภาพที่ 91 ตัวอย่างของที่ระลึกจากรูปแบบอาคารของ Kyoto National Museum	62
ภาพที่ 92 ตัวอย่างของที่ระลึกจากรูปแบบอาคารของ National Museum of Singapore	62
ภาพที่ 93 ตัวอย่างของที่ระลึกจากรูปแบบอาคารหอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (bacc) ...	62
ภาพที่ 94 ตัวอย่างการออกแบบของที่ระลึกจากรูปแบบอาคารพิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ	63
ภาพที่ 95 ตัวอย่างการออกแบบของที่ระลึกจากมาสคอตของ Kyoto National Museum.....	63
ภาพที่ 96 ตัวอย่างการออกแบบของที่ระลึกจากสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์ของมิวเซียมสยาม.....	63
ภาพที่ 97 ตัวอย่างด้านในของปกสมุดของ National Museum of Korea มีการออกแบบให้ความรู้ เป็นส่วนหนึ่งในของที่ระลึก.....	64
ภาพที่ 98 การออกแบบให้ความรู้เป็นส่วนหนึ่งของของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์.....	65

ภาพที่ 99 การให้ความรู้ และบอกเล่าแรงบันดาลใจในการออกแบบของที่ระลึกจากวัตถุจัดแสดงของ The British Museum ผ่านทางเว็บไซต์.....	65
ภาพที่ 100 การออกแบบของที่ระลึกโดยใช้สัญลักษณ์ประจำชาติของสิงคโปร์เป็นแรงบันดาลใจ.....	66
ภาพที่ 101 การออกแบบของที่ระลึกโดยใช้วัฒนธรรมไทย (อาหารไทย) เป็นแรงบันดาลใจ.....	66
ภาพที่ 102 อาคารพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์.....	95
ภาพที่ 103 แผนที่พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์.....	96
ภาพที่ 104 วัสดุคอตหลักของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์เป็นการ์ตูนพุดด้วง ชายและหญิง.....	98
ภาพที่ 105 วัสดุคอตทั้ง 4 ตัว ของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ จากซ้ายไปขวา เหรียญพุดด้วง พุดด้วงทองคำ เงินพุดด้วง และเงินเจียง ออกแบบโดยฝ่ายศิลป์ของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน 99	
ภาพที่ 106 ภาพด้านหน้าร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของพิพิธภัณฑ์ (MUSEUM SHOP).....	112
ภาพที่ 107 ของที่ระลึกชายดี 5 รายการ.....	121
ภาพที่ 108 ของที่ระลึกชายไม่ดี 5 รายการ.....	121
ภาพที่ 109 บรรยากาศ Museum Shop ในปัจจุบันที่บริหารโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน	122
ภาพที่ 110 ผู้จำหน่ายเหรียญที่ระลึก.....	123
ภาพที่ 111 ผู้จำหน่ายเหรียญที่ระลึกและหนังสือ.....	123
ภาพที่ 112 ผู้จำหน่ายเหรียญที่ระลึกและเสื้อยืด.....	123
ภาพที่ 113 เหรียญที่ระลึกทองแดงกาญจนาภิเษก.....	126
ภาพที่ 114 เหรียญที่ระลึกประจำจังหวัด.....	126
ภาพที่ 115 บรรยากาศของ Museum Shop ช่วงที่บริหารโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด.....	152
ภาพที่ 116 เด็ก ๆ มีความสนใจต้องการซื้อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์.....	152
ภาพที่ 117 เงินพุดด้วงประทับตราสัญลักษณ์ต่าง ๆ.....	163
ภาพที่ 118 (ซ้าย) หอยเบี้ย (กลาง) เงินอีแปะ (ขวา) เหรียญบรรณาการ.....	163
ภาพที่ 119 (ซ้าย) ภาพพิมพ์ลายนูน (Paper Embossing) บนเหรียญลิเดีย (ขวา) เหรียญลิเดีย..	163
ภาพที่ 120 เหรียญพุดด้วง (อาทิตย์อุทัย – ศรีวิไล) (กลาง) เงินรูป (ขวา) เหรียญเงินเม็กชิกัน.....	163

ภาพที่ 121 (ซ้าย) เงินไซซี (กลาง) เงินลาด (ขวา) เงินนโม	163
ภาพที่ 122 (ซ้าย) เงินกำไล (ขวา) เทวรูปพระคลัง	163
ภาพที่ 123 (ซ้าย) ตราประทับบนเงินพดด้วงสมัยสุโขทัย (กลางและขวา) ตราประทับบนเงินพดด้วงสมัยอยุธยา.....	164
ภาพที่ 124 เหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9	164
ภาพที่ 125 เงินตรา 4 อันดับแรกที่ควรนำมาออกแบบเป็นที่ระลึก	165
ภาพที่ 126 แก้วน้ำ พิมพ์ลายรูปพดด้วงสมัยสุโขทัย.....	169
ภาพที่ 127 กระเป๋าค่าพิมพ์ลาย ตราประทับบนเงินพดด้วงสมัยสุโขทัยตราจักรแบบวงล้อ และตราข้าง	170
ภาพที่ 128 แก้วน้ำ พิมพ์ลายรูปพดด้วงสมัยอยุธยา ตราช่อดอกไม้ และตราจักร	170
ภาพที่ 129 (ซ้าย) ปากกา พิมพ์ชื่อและตราสัญลักษณ์พิพิธภัณฑน์ มีหัวเป็นเงินพดด้วง (ขวา) สมุดโน้ตลายพดด้วงตราพุ่มข้าวบิณฑ์ สมัยอยุธยา	170
ภาพที่ 130 เข็มกลัดออกแบบจากพดด้วงสมัยอยุธยา ตราพุ่มข้าวบิณฑ์	171
ภาพที่ 131 กระเป๋าค่าพิมพ์ลายตราประทับบนเงินพดด้วงสมัยอยุธยา ตราช่ออุทุมพร.....	171
ภาพที่ 132 ของที่ระลึกที่มีแรงบันดาลใจจากพดด้วงทองคำในสมัยรัชกาลที่ 4 ใช้เพียงสีส้นและรูปทรงไม่นำตราประทับซึ่งเป็นตราพระราชลัญจกรมาใช้	171
ภาพที่ 133 ของที่ระลึกจากพดด้วงตราเฉลว สัญลักษณ์ศักดิ์สิทธิ์ที่เชื่อว่าช่วยรักษาโรค.....	172
ภาพที่ 134 เหรียญอาทิตย์อุทัย – ศรีวัตสะ (เงินตราสมัยพูน้น) ออกแบบเป็นภาพ Graphic Design	173
ภาพที่ 135 แก้วน้ำพิมพ์ลายรูปเงินพูน้น รูปแบบเหมือนจริง และรูปแบบ Graphic Design	173
ภาพที่ 136 แก้วน้ำพิมพ์ลายรูปเงินพูน้นในรูปแบบ Graphic Design.....	173
ภาพที่ 137 สมุดจด พิมพ์ลายรูปเหรียญอาทิตย์อุทัย	174
ภาพที่ 138 ของที่ระลึกออกแบบจากศรีวัตสะ รูปแบบเหมือนจริง และรูปแบบ Graphic Design	174
ภาพที่ 139 แก้วน้ำพิมพ์ลายเหรียญบรรณาการ	175
ภาพที่ 140 กระเป๋าสะพายและกระเป๋าสตางค์พิมพ์ลายนูนรูปเหรียญบรรณาการ	175

ภาพที่ 141	กระเป๋าผ้าพิมพ์ลายรูปเหรียญบรรณาการ	175
ภาพที่ 142	เสื้อยืดปกอาร์มรูปเหรียญบรรณาการ	176
ภาพที่ 143	การ์ดบรรจุเหรียญกาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9	176
ภาพที่ 144	สมุดโน้ต และสมุดฉีก หน้าปกเป็นรูปเงินอียิปต์	176
ภาพที่ 145	Souvenir Magnet และที่คั่นหนังสือพิมพ์รูปเงินตราโบราณ	176
ภาพที่ 146	กระเป๋าผ้าพิมพ์ชื่อ และภาพลายเส้นรูปอาคารพิพิธภัณฑ์	177
ภาพที่ 147	กระเป๋าผ้าพิมพ์ชื่อพิพิธภัณฑ์ และรูปร่างของเงินพดด้วงในมุมมองที่คล้ายรูปหัวใจ	177
ภาพที่ 148	(บน) กระเป๋าผ้าพิมพ์ชื่อพิพิธภัณฑ์และเงินพดด้วง (ล่าง) ดินสอพิมพ์ชื่อ/สัญลักษณ์ พิพิธภัณฑ์ บนผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	178
ภาพที่ 149	สมุดโน้ตรูปตัวการ์ตูนพดด้วง มาสคอตของพิพิธภัณฑ์ สวมเครื่องแต่งกายในสมัยปัจจุบัน เพื่อเชื่อมโยงระหว่างอดีตและปัจจุบัน	179
ภาพที่ 150	บนหน้าผากของมาสคอตพดด้วง มีตราประทับรูปพุ่มข้าวบิณฑ์	179
ภาพที่ 151	การออกแบบพดด้วงเป็นพวงกุญแจด้วยรูปแบบการ์ตูน	180
ภาพที่ 152	ของที่ระลึกจากมาสคอตของพิพิธภัณฑ์	180
ภาพที่ 153	กระเป๋าผ้าพิมพ์ชื่อพิพิธภัณฑ์และรูปเงินพดด้วงพร้อมเว็บไซต์พิพิธภัณฑ์ emuseum.treasury.go.th	181
ภาพที่ 154	ความรู้หลังปกสมุดเรื่องระบบน้ำหนักและมาตราเงินไทยโบราณ	182
ภาพที่ 155	ความรู้เกี่ยวกับเหรียญกาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9	182
ภาพที่ 156	ความรู้หลังปกสมุดเรื่องเงินตราสมัยกรุงศรีอยุธยา	183
ภาพที่ 157	ตัวอย่างเอกสารความรู้ที่แนบกับของที่ระลึกที่ออกแบบจากพดด้วงตราเฉลว	183
ภาพที่ 158	สมุดบันทึกหน้าปกภาพวาดลายเส้นเงินตราสมัยอยุธยา โดย ชีมง เดอ ลาลูแบร์	184
ภาพที่ 159	ของที่ระลึกจากสุภาชิต และสำนวนไทยเกี่ยวกับเงิน – ทอง	185
ภาพที่ 160	ของที่ระลึกประเภทเครื่องเขียนสำหรับเด็กในวัยประถมศึกษาของไทย (อายุ 5 – 11 ปี)	186
ภาพที่ 161	ของที่ระลึกสำหรับเด็กในวัยประถมศึกษาของไทย (อายุ 5 – 11 ปี)	187

ภาพที่ 162 ของที่ระลึกสำหรับเด็กและเยาวชนในระดับมัธยมและอุดมศึกษาของไทย (อายุ 12 – 24 ปี)
 188

ภาพที่ 163 ของที่ระลึกสำหรับเด็กเยาวชนต่างชาติ (อายุ 12 -24 ปี)..... 189

ภาพที่ 164 ของที่ระลึกสำหรับผู้ใหญ่วัยทำงาน ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (อายุ 25 – 60 ปี) 190

ภาพที่ 165 ของที่ระลึกสำหรับผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป)..... 191

ภาพที่ 166 ของที่ระลึกสำหรับผู้พิการทางสายตา..... 192



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พิพิธภัณฑ์ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งที่ทำให้ความรู้แก่สังคม และมีการให้ความสำคัญกับการจำหน่ายของที่ระลึก เห็นได้จากพิพิธภัณฑ์ที่สำคัญทั่วโลก รวมทั้งพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยหลายแห่ง ล้วนจัดสรรพื้นที่ภายในพิพิธภัณฑ์ซึ่งเป็นตำแหน่งที่ดี โดยมักเป็นบริเวณใกล้กับประตูทางเข้า – ออกหลักของพิพิธภัณฑ์ ที่ผู้คนสามารถมองเห็นได้ชัดเจนและเข้าถึงได้ง่าย เพื่อเปิดเป็นร้านจำหน่ายของที่ระลึก หรือ Museum Shop ปัจจุบันมีผู้ชมจำนวนมากที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์และนิยมซื้อสินค้าในพิพิธภัณฑ์กลับไปเพื่อเป็นของที่ระลึก ซึ่งอาจเป็นหนังสือเกี่ยวกับนิทรรศการ ภาพโปสเตอร์งานศิลปะ เสื้อยืดที่มีสัญลักษณ์และชื่อของพิพิธภัณฑ์ เครื่องประดับ เกมสำหรับเด็ก และสินค้าอีกหลายประเภท Museum Shop จึงเป็นส่วนบริการที่หารายได้ในเชิงธุรกิจ และเป็นแหล่งรายได้ที่มีผลตอบแทนสูงของพิพิธภัณฑ์ ซึ่งของที่ระลึกควรมีความเกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์โดยตรง เพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ซึ่งมีความแตกต่างจากที่อื่น (สำนักพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กรมศิลปากร, 2548: 319-320)

ในอดีตนั้นพิพิธภัณฑ์เป็นองค์กรเพื่อการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่มีนโยบายไม่แสวงหาผลกำไรแต่ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับในระดับสากลแล้วว่าพิพิธภัณฑ์จำเป็นที่จะต้องข้องเกี่ยวกับธุรกิจด้วย เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์มีหลายด้าน การหารายได้ของพิพิธภัณฑ์จะมีส่วนช่วยให้พิพิธภัณฑ์ได้มีการปรับปรุงและพัฒนากิจการด้านต่าง ๆ ต่อไป ของที่ระลึกจึงเป็นแหล่งรายได้ทางหนึ่งของพิพิธภัณฑ์ซึ่งมีความสำคัญมากขึ้น และช่วยประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ การให้ความรู้ในของที่ระลึกทำให้ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์มีความแตกต่างจากของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

การบริหารจัดการ Museum Shop นั้น มีความแตกต่างจากร้านค้าโดยทั่วไป การทำให้ Museum Shop ประสบความสำเร็จได้ต้องประกอบไปด้วยการบริการที่ดี การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า การออกแบบและพัฒนาของที่ระลึกให้มีคุณค่าและน่าสนใจ และดำเนินกิจการ Museum Shop เช่นเดียวกับการบริหารธุรกิจ รายได้ที่สร้างขึ้นจาก Museum Shop เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้พิพิธภัณฑ์สามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืนต่อไป ของที่ระลึกที่คัดสรรมาจำหน่ายใน Museum Shop มีประโยชน์ทั้งต่อผู้เข้าชม นักเรียน นักศึกษา นักวิจัย อาสาสมัคร สมาชิก และเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์

เหล่านี้เป็นการแสดงออกทางความคิดสร้างสรรค์ เป็นงานฝีมือ และเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการศึกษาย่างต่อเนื่องต่อไป (Andoniadis, 2010: 9 - 10)

พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์เป็นพิพิธภัณฑ์ของรัฐ ที่จัดแสดงและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเหรียญและเงินตราของไทย รวมทั้งเหรียญนานาชาติ เป็นแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ผ่านเหรียญและเงินตราในยุคต่าง ๆ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางในการพบปะแลกเปลี่ยนความรู้ การให้ข้อมูล และการจัดกิจกรรมด้านเหรียญกษาปณ์สำหรับนักสะสมเหรียญ เยาวชน และผู้สนใจทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งก่อตั้งขึ้นโดยกรมธนารักษ์ กระทรวงการคลัง เมื่อ พ.ศ. 2555 โดยใช้เงินงบประมาณแผ่นดินในการว่าจ้างบริษัทเอกชนให้เป็นผู้ดำเนินการจัดทำโครงการพิพิธภัณฑ์ ทั้งการก่อสร้าง และการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ รวมทั้งการนำของที่ระลึกเข้ามาจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์ (กรมธนารักษ์, 2557: 2) ซึ่งการจ้างงานทั้งหมดที่กรมธนารักษ์มีต่อบริษัทเอกชนได้สิ้นสุดสัญญาลงในวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2561 หลังจากนั้น สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินเป็นหน่วยงานของกรมธนารักษ์ที่บริหารจัดการทุกอย่างในพิพิธภัณฑ์ด้วยตนเอง รวมทั้งร้านจำหน่ายของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์

ผู้วิจัยพบปัญหาจากการสำรวจและสังเกตการณ์ Museum Shop ของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ซึ่งในระยะที่ 1 บริหารโดยบริษัทเอกชนนับตั้งแต่เริ่มทดลองเปิดพิพิธภัณฑ์ใน พ.ศ. 2557 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2561 เป็นเวลา 4 ปี พบว่าสัดส่วนของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับเหรียญและเงินตราซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์นั้น มีจำนวนน้อยกว่าสินค้าชนิดอื่น ๆ ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์หรือเกี่ยวข้องกับความเป็นไทยและท้องถิ่น ของที่ระลึกส่วนใหญ่เป็นสินค้าทั่วไปที่ไม่มีใครพิเศษ และมีรูปแบบที่ไม่น่าดึงดูดใจเท่าที่ควร ต่างจากของที่ระลึกใน Museum Shop ชั้นนำต่าง ๆ ที่มีการออกแบบของที่ระลึกสำหรับจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์อย่างน่าสนใจ ส่งผลให้พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์มีรายได้จากการจำหน่ายของที่ระลึกไม่มากนัก

ส่วนการบริหาร Museum Shop ในระยะที่ 2 โดยหน่วยงานของกรมธนารักษ์ คือ สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน นับตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2561 จนถึงปัจจุบัน เป็นระยะเวลาเกือบ 2 ปี ผู้วิจัยพบว่าประเภทของที่ระลึกลดน้อยลงจากเดิมมาก ทำให้ไม่มีความหลากหลาย และไม่มีของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย มีแค่การจำหน่ายเหรียญที่ระลึกเพียงเท่านั้น ดังนั้นลูกค้าของ Museum Shop จึงมีเพียงกลุ่มเฉพาะ คือ นักสะสมเหรียญ ส่วนเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นผู้ชมกลุ่มใหญ่ที่สุดของพิพิธภัณฑ์แทบจะไม่มีซื้อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เลย

ทั้งนี้ การบริหาร Museum Shop ที่ผ่านมามีทั้งที่บริหารโดยบริษัทเอกชนและที่บริหารโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน พบว่ามีปัญหาที่เด่นชัด คือ ของที่ระลึกมีราคาแพง และยังไม่มีของที่ระลึกที่เหมาะสมกับผู้ชมบางกลุ่มเท่าที่ควร เช่น เด็กและเยาวชน แม้ว่าเด็กและเยาวชนจะเป็น

ผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งของที่ระลึกที่จำหน่ายนั้น ไม่ได้ให้ความรู้ หรือทำหน้าที่เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์เท่าที่ควร

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาวิจัยเพื่อหาแนวทางในการออกแบบของที่ระลึกจากทรัพยากรวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับเงินตรา สำหรับจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณานุกรักษ์ เพื่อเป็นการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาทำให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้นทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม และสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการ ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณานุกรักษ์ส่วนหนึ่ง ควรเป็นสิ่งที่ยส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ยั่งยืนต่อไปผ่านทางของที่ระลึก

การศึกษาแนวทางการออกแบบของที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณานุกรักษ์ จะเป็นประโยชน์ในการกำหนดทิศทางการออกแบบของที่ระลึกให้มีความเหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการและผู้ที่เกี่ยวข้อง ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ควรเป็นของที่ระลึกที่มีความพิเศษ มีอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ และสามารถเสริมสร้างการเรียนรู้แก่เด็กและเยาวชน รวมทั้งสามารถประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่พิพิธภัณฑ์ได้

ดังนั้นการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณานุกรักษ์ และนำเสนอแนวทางในการออกแบบ เพื่อให้สามารถนำไปใช้ได้จริงในพิพิธภัณฑ์ต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณานุกรักษ์
2. เพื่อเสนอแนวทางการออกแบบของที่ระลึกที่เหมาะสมและเป็นไปได้สำหรับจำหน่าย

ในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณานุกรักษ์

3. ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านสถานที่

กำหนดให้พิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณานุกรักษ์ ตั้งอยู่บนถนนจักรพงษ์ แขวงชนะสงคราม เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ในการศึกษา

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาปัญหาและแนวทางในการออกแบบของที่ระลึกที่เหมาะสมกับผู้ให้บริการในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณานุกรักษ์

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้เข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้นกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์านุรักษ์
2. ทำให้ได้แนวทางการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์านุรักษ์ที่เหมาะสม
3. สามารถใช้แนวทางการออกแบบนี้ในการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์อื่น ๆ ของกรมธนารักษ์ได้ต่อไปในอนาคต

5. ขั้นตอนและวิธีการศึกษา

1. การศึกษาจากเอกสารด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ประวัติความเป็นมาของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์านุรักษ์ วัตถุประสงค์ในการก่อตั้ง สถิติจำนวนผู้เข้าชม ประเภทของผู้เข้าชม เนื้อหาการจัดแสดง วัตถุพิพิธภัณฑ์ที่มีความสำคัญ อัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ การบริหาร Museum Shop ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ รายได้จากการจำหน่ายของที่ระลึก รวมถึงเอกสารเพื่อทบทวนวรรณกรรมในแนวคิดที่เกี่ยวกับของที่ระลึก การออกแบบ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์และของที่ระลึก

2. การศึกษาจากการลงพื้นที่ภาคสนาม ได้แก่ การลงพื้นที่เพื่อสังเกตการณ์ผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ และผู้ใช้บริการ Museum Shop ในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์านุรักษ์ ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

2.1 การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (participation observation) ได้แก่ การสังเกตผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยเข้าไปร่วมทำกิจกรรมด้วย คือ การเดินชมนิทรรศการ และเข้าไปสำรวจ Museum Shop ด้วยกันกับผู้ใช้บริการ เมื่อสังเกตแล้ว มีการซักถาม และการจดบันทึกข้อมูล (note – taking) ในระหว่างการสังเกต

2.2 การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (non-participation observation) ใช้กับการสังเกตผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง คือ ผู้ใช้บริการ ในขณะที่อยู่ใน Museum Shop โดยที่ผู้วิจัยไม่ได้เข้าไปทำกิจกรรมร่วมกับผู้ใช้บริการ เนื่องจากไม่ต้องการให้ผู้ใช้บริการซึ่งถูกสังเกตอยู่ รู้สึกว่าถูกรบกวน เพราะอาจมีผลทำให้พฤติกรรมผิดไปจากปกติ

2.3 การสำรวจทัศนคติผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ (interview) ใช้ 3 วิธี คือ

2.3.1 การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (informal interview) ใช้ควบคู่ไปกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้เห็นภาพและเข้าใจสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยมีการเตรียมคำถามแบบกว้าง ๆ มาล่วงหน้าแบบไม่ได้จำกัดคำตอบ โดยใช้การพูดคุยซักถามแบบตะล่อม (probe)

เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นออกมา ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของภาครัฐที่เป็นพนักงานนำชม พนักงานขาย นักวิชาการช่างศิลป์ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของภาคเอกชนที่เป็นพนักงานขาย และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่เป็นผู้ใช้บริการโดยเฉพาะเด็กและเยาวชน

2.3.2 การสัมภาษณ์แบบกึ่งทางการ (semi – formal interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่เตรียมคำถามไว้ล่วงหน้าเพื่อให้ตรงกับจุดประสงค์ในการศึกษา โดยจะสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของภาครัฐที่เป็นภัณฑารักษ์ของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน คือ นักสะสมเหรียญและเงินตราโบราณ และผู้ใช้บริการที่เป็นผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ

2.3.3 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) เป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant interview) ซึ่งเป็นผู้ที่มีข้อมูล และเกี่ยวข้องมากที่สุดในเรื่องที่ผู้วิจัยกำลังศึกษา โดยจะสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ ซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูงของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน ซึ่งเป็นผู้จัดการพิพิธภัณฑ์เหรียญ และ Museum Shop ในช่วงที่บริหารโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด

2.4 การสำรวจทัศนคติผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจ

เป็นการสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน และผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการทดลองออกแบบของที่ระลึกเป็นภาพ 2 มิติของผู้วิจัย โดยใช้การสัมภาษณ์ และการทำแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจ โดยมีประเด็น ดังนี้ 1) รูปแบบ 2) ราคา 3) ประโยชน์ใช้สอย 4) ความคุ้มค่า 5) ความมีอัตลักษณ์ เชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์ 6) ความสามารถในการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ และเผยแพร่ความรู้ โดยให้กลุ่มเป้าหมายเลือกระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด 5/มาก 4/ปานกลาง 3/น้อย 2/น้อยที่สุด 1 และนำผลที่ได้มาคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ เพื่อสรุปผลความพึงพอใจ

2.5 การสำรวจของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ของประเทศไทยและต่างประเทศ

การสำรวจ Museum Shop ทั้งต่างประเทศและในประเทศที่น่าสนใจ โดยมีรายละเอียดของที่ตั้ง การบริหารงาน และของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ ในด้านรูปแบบ และราคา จำนวน 9 แห่ง แบ่งออกเป็นพิพิธภัณฑ์ในต่างประเทศ 5 แห่ง และพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย 5 แห่ง ได้แก่

2.5.1 The British Museum สหราชอาณาจักร

2.5.2 National Museum of Korea กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้

2.5.3 Kyoto National Museum ประเทศญี่ปุ่น

2.5.4 National Museum of Singapore ประเทศสิงคโปร์

2.5.5 The Royal Mint สหราชอาณาจักร

2.5.6 ศูนย์การเรียนรู้ธนาคารแห่งประเทศไทย

2.5.7 หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (bacc)

2.5.8 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร

2.5.9 พิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ (Queen Sirikit Museum of Textiles)

2.5.10 มิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (Museum Siam: Discovery Museum)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาพิพิธภัณฑ์อื่น ๆ เพิ่มเติมอีก 9 แห่ง โดยไม่ลงรายละเอียด เรื่องการบริหารจัดการ แต่เป็นการสำรวจเฉพาะรูปแบบ และประเภทของที่ระลึกที่พิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ นิยมจำหน่าย ได้แก่

- (1) National Gallery of Denmark ประเทศเดนมาร์ก
- (2) Andy Warhol Museum สหรัฐอเมริกา
- (3) National Museum of Modern and Contemporary Art (MMCA) ประเทศเกาหลีใต้
- (4) Indian Heritage Centre ประเทศสิงคโปร์
- (5) Asian Civilisations Museum ประเทศสิงคโปร์
- (6) Red Dot Design Museum ประเทศสิงคโปร์
- (7) พิพิธภัณฑ์ธนาคารแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคเหนือ
- (8) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สงขลา
- (9) พิพิธภัณฑ์บางลำพู

ดังนั้นจึงมีการศึกษาของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์รวมทั้งสิ้น 19 แห่ง

3. การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ ของที่ระลึก ในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ และพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เป็นกรณีศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ สังเกต และการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อทราบถึงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ ข้อดี ข้อเสีย และปัญหาที่เกิดขึ้นกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับของที่ระลึก

4. การทดลองออกแบบของที่ระลึก

เมื่อได้ข้อมูลของทรัพยากรพิพิธภัณฑ์ที่มีคุณค่าความสำคัญ และทราบถึงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ รูปแบบของที่ระลึกที่นิยมออกแบบ และประเภทของที่ระลึกที่นิยมจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์ตามที่ได้ศึกษา อีกทั้งผลจากการสำรวจความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม ผู้วิจัยนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการออกแบบ และทดลองออกแบบของที่ระลึก

เป็นภาพ 2 มิติ เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถเข้าใจและเห็นภาพได้ชัดเจนที่สุด เพื่อสามารถแสดงความคิดเห็น และความพึงพอใจที่มีต่อการทดลองออกแบบของที่ระลึกดังกล่าวได้

5. การนำเสนอข้อมูล

ใช้วิธีการเขียนเชิงพรรณนาจากการรวบรวมข้อมูลและแนวทางที่ได้จากการอภิปรายและสรุปผลการศึกษา รวมทั้งข้อเสนอแนะ โดยได้จัดพิมพ์รายงานและเสนอผลงานวิทยานิพนธ์ในรูปแบบของการเสนอผลงานทางวิชาการด้วยรูปแบบโปสเตอร์



บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎี และการศึกษาที่ผ่านมา

ในบทนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับของที่ระลึก และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อทำความเข้าใจถึงความหมายของของที่ระลึก ประเภทและรูปแบบของที่ระลึก เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสร้างกรอบแนวคิดที่เกี่ยวกับการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ เพื่อนำไปสู่การหาแนวทางในการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์ราษฎร์ที่เหมาะสม และเสนอแนะแนวทางดังกล่าวเพื่อนำมาปรับใช้กับพิพิธภัณฑ์อื่น ๆ ของกรมธนารักษ์ ทั้งที่มีอยู่ในปัจจุบันและที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต

1. แนวคิดเรื่องของที่ระลึก

1.1 ความหมายของของที่ระลึก (Souvenir)

ของที่ระลึก (souvenir) คือ วัตถุ สิ่งของที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้น เป็นสัญลักษณ์ซึ่งทำให้เกิดความนึกถึง คิดถึงตัวบุคคล สถานที่ หรือเรื่องราวที่ได้ผ่านพ้นไปแล้ว มนุษย์ใช้ของที่ระลึกเพื่อเตือนความทรงจำซึ่งอยู่ในรูปแบบของสิ่งของชนิดต่าง ๆ ของที่ระลึกจึงมักมีความสวยงาม เพราะต้องเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้เก็บไว้ เภมณีในการจัดว่าสิ่งใดเป็นของที่ระลึก ประกอบด้วย จุดประสงค์ของการสร้างหรือประดิษฐ์สิ่งนั้น ที่สร้างขึ้นเพื่อระลึกถึงบุคคล สถานที่ โอกาสต่าง ๆ และจุดมุ่งหมายของผู้รับซึ่งนำไปใช้ และ/หรือเก็บของนั้นไว้เป็นที่ระลึก รวมทั้งความรู้สึก และเจตนาของผู้ซื้อหรือผู้รับ อีกทั้งสิ่งของนี้จะต้องมีสัญลักษณ์ หรือสัญลักษณ์บ่งชี้มาที่บุคลิกภาพของบุคคลผู้สร้าง และลักษณะสังคมที่ครอบงำบุคคลนั้นอยู่ ซึ่งมักมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีผลต่อรูปแบบของของที่ระลึก นอกเหนือไปจากวัสดุที่ใช้ทำ และเทคนิคในการผลิต (สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2542: 306-310 อ้างถึงใน อมรรัตน์ อนันต์วรภาพงษ์, 2560: 27)

มนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่มเพื่อการช่วยเหลือพึ่งพากัน และเกิดความรู้สึกผูกพันกันทั้งกับคน สถานที่ เหตุการณ์ สิ่งแวดล้อม และวัตถุ ซึ่งล้วนนำไปสู่ความทรงจำ และทำให้มนุษย์ต้องการสร้างตัวแทนเพื่อเป็นสิ่งที่ใช้ระลึกถึงสิ่งที่ได้ผ่านพ้นไปแล้ว มนุษย์ใช้ของที่ระลึกเป็นตัวแทนช่วงเวลาโดยการสร้างตัวแทนในการจูงใจ และก่อให้เกิดการระลึกถึงเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับช่วงเวลาที่ผ่านมา หรืออาจหมายถึงสิ่งที่ใช้แทนตำแหน่งของสถานที่ที่เคยมีประสบการณ์หรือเดินทางไป และอาจหมายถึงสิ่งที่ใช้แทนวาระ โอกาส และเทศกาล โดยสร้างตัวแทน และการจูงใจให้เกิดการระลึกถึงเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ และอาจหมายถึง สิ่งที่ใช้แทนบุคคล กลุ่ม

องค์กร โดยสร้างตัวแทนในการจูงใจให้เกิดการระลึกถึงเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือองค์กรนั้น สิ่งของบางอย่างอาจทำหน้าที่ หรือมีวัตถุประสงค์ในลักษณะเดียวกันกับของที่ระลึก แต่ถูกเรียกด้วยชื่อที่แตกต่าง เช่น ของขวัญ ของชำร่วย ของฝาก ของกำนัล ของแถม ซึ่งล้วนมีวัตถุประสงค์คล้ายคลึงกับของที่ระลึก คือ การเป็นตัวแทนของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพื่อจูงใจให้ระลึกถึงเรื่องราวที่เกี่ยวข้องในอดีต ซึ่งผ่านไปแล้ว การเดินทางท่องเที่ยวเป็นจุดกำเนิดที่สำคัญของวัฒนธรรมในการเก็บสะสมของที่ระลึกต่าง ๆ เพื่อเป็นตัวแทนประสบการณ์ที่ตนเองได้ประสบ และเพื่อแบ่งปันประสบการณ์กับผู้ที่ไม่ได้ไปด้วย (อัญชลี โสมดี, 2552: 7-15)

ดังนั้น ของที่ระลึก (Souvenir) จึงหมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดถึงเรื่องราว บุคคล สถานที่ หรือเหตุการณ์ในอดีตที่มีความหมาย หรือ มีความสำคัญต่อเจ้าของความทรงจำนั้น ซึ่งมักเป็นสิ่งที่มีความสวยงาม แปลกใหม่ หรือดึงดูดใจ มีความพิเศษ ที่ทำให้ต้องการเก็บสะสมสิ่งของนั้นไว้เพื่อระลึกถึง หรือเป็นของฝาก ของขวัญ แก่ครอบครัว เพื่อน คนใกล้ชิด หรือคนที่มีความสำคัญ เพื่อแบ่งปันประสบการณ์ และความทรงจำร่วมกัน ซึ่งเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของมนุษย์ในการอยู่ร่วมกันในสังคม ของที่ระลึกจึงให้คุณค่ากับมนุษย์ในเชิงสัญลักษณ์ของความประทับใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ออกมาในรูปวัตถุ

1.2 ประวัติความเป็นมาของของที่ระลึก

วิวัฒนาการทางสังคมของมนุษย์เริ่มจากระดับสังคมเร่ร่อนเก็บของป่าล่าสัตว์ และพัฒนาเป็นสังคมที่มีการแลกเปลี่ยนของกำนัล ต่อมาจึงเป็นขั้นเศรษฐกิจแบบตลาดและสินค้า Marcel Mauss ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบและหน้าที่ของการแลกเปลี่ยนของขวัญในสังคมโบราณ โดยศึกษาเปรียบเทียบการมอบของขวัญในสังคมโบราณ (Archaic Societies) ในชนเผ่าต่าง ๆ บริเวณหมู่เกาะแปซิฟิก ได้แก่ Polynesia Melanesia และพื้นที่ทางตะวันออกเฉียงเหนือของสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้แสดงให้เห็นถึงการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสังคมผ่านการให้ของขวัญของกำนัล โดยมีเรื่องของจารีต และศีลธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง เพราะมีระบบและกฎเกณฑ์ของการให้และการให้คืนกลับด้วย เช่นเดียวกับในสแกนดิเนเวียและอีกหลายอารยธรรม ได้มีการแลกเปลี่ยนสิ่งของที่มีความหมายของการเป็นของขวัญ ในทางทฤษฎีการให้นี้เป็นการให้โดยความสมัครใจ แต่ในความเป็นจริงผู้ให้รู้ดีอยู่แล้วว่าจะได้รับของขวัญคืนกลับมาภายใต้พันธะข้อผูกพัน ซึ่งของขวัญที่ได้รับกลับคืนมาจะไม่ใช่ของสิ่งเดียวกับที่ให้ไป โดยอาจเป็นของมีค่า สินค้า ความสุภาพอ่อนน้อม การให้ความบันเทิง พิธีกรรมทางศาสนา ความช่วยเหลือ แรงงาน ผู้หญิง เด็ก การเดินร่ำ และงานเลี้ยง เป็นต้น ในสังคมโบราณเชื่อว่าสิ่งของที่ได้รับมานั้นมีจิตวิญญาณของผู้ให้อยู่ด้วย เนื่องจากผู้ให้ของยังคงมีความผูกพันกับของที่ให้ ซึ่งถ้าได้รับมาแล้วไม่ตอบแทนคืนกลับไป ผู้รับเพียงฝ่ายเดียวจะโชค

ร้าย Mauss เชื่อว่าการแลกเปลี่ยนของกำนัลเป็นการกระทำเชิงศีลธรรม (มาร์เซล มอสส์ (Marcel Mauss),1950)

การแลกเปลี่ยนของในสังคมโบราณ แสดงให้เห็นถึงการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสังคมซึ่งมีหลายระดับ ตั้งแต่ระหว่างบุคคลกับบุคคล เครือญาติกับเครือญาติ ชุมชนกับชุมชน และคนกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การให้ของขวัญระหว่างบุคคลกับบุคคลนั้น ผู้รับต้องให้กลับคืนอย่างเท่าเทียมกันหรือมากกว่า เพื่อแสดงสถานะที่เท่าเทียมกันระหว่างผู้ให้และผู้รับ และปัจจุบันในหลายพื้นที่ของโลกยังคงยึดถือธรรมเนียมนี้อยู่ การให้ของขวัญในหมู่เครือญาติมักเป็นไปเพื่อความสัมพันธ์ที่กลมเกลียว แน่นแฟ้นขึ้น โดยพบว่าการมอบเด็กทารกซึ่งเป็นลูกของตนเองเป็นของขวัญในหมู่เครือญาติด้วย โดยถือว่ามนุษย์เป็นทรัพย์สินสมบัติอย่างหนึ่งที่สามารถมอบให้แก่กันได้

ในบางครั้งการให้ของขวัญเป็นการแสดงออกซึ่งการต่อต้านอำนาจของเพศชายอีกด้วย ส่วนการให้ของขวัญระหว่างชุมชนกับชุมชน หรือเผ่ากับเผ่า มีจุดประสงค์เพื่อทำความตกลงร่วมกันบางอย่าง เช่น การสงบศึก และความร่วมมือกันทางการค้า ส่วนการแลกเปลี่ยนระหว่างคนกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์นั้น อยู่ในรูปแบบของการบูชา ซึ่งเป็นการให้ของขวัญแก่สิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อหวังผลตอบแทน เช่นเดียวกับในศาสนาฮินดู ที่เชื่อว่าผู้ที่มอบของขวัญแก่พราหมณ์จะได้รับผลตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งอาจได้รับในโลกนี้ หรือในโลกหน้าก็ได้ การให้ทานหรือการบริจาคแก่คนยากจนที่ไม่มีอะไรจะตอบแทน ถือว่าเป็นการให้ของขวัญด้วยเช่นกัน โดยเชื่อกันว่า หากผู้มั่งมีไม่ให้อะไรแก่คนยากจน ที่สุดแล้วผู้นั้นจะถูกสิ่งศักดิ์สิทธิ์ลงโทษ

ในยุคหนึ่ง การมอบของขวัญเป็นสิ่งที่แสดงถึงความมีหน้ามีตา และความน่าเชื่อถือในสังคม เป็นการแสดงเกียรติยศ อีกทั้งเป็นเรื่องของการแสดงคุณธรรมในสังคม เนื่องจากผู้ให้จะได้ชื่อว่าเป็นผู้มีศีลธรรมสูง และผลตอบแทนที่ได้รับคือชื่อเสียง และการสนับสนุนในการทำประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ซึ่งคล้ายกับการชื่อเสียงในยุคปัจจุบัน ส่วนในอดีตการแลกเปลี่ยนสิ่งของ คือพฤติกรรมที่ควบคุมให้บุคคลมีระเบียบโดยการแลกเปลี่ยนของและบริการ การแลกเปลี่ยนสิ่งของจึงเป็นการปฏิบัติทางสังคม มนุษย์จะมีสังคมได้ก็ต่อเมื่อมีการแลกเปลี่ยนสิ่งของกับผู้อื่น การแลกเปลี่ยนของในสังคมชนเผ่าเป็นการกระทำที่ศักดิ์สิทธิ์ ของกำนัลที่ใช้แลกเปลี่ยนเป็นวัตถุที่มีความศักดิ์สิทธิ์ และเป็นสิ่งที่สร้างความเท่าเทียมให้กับสมาชิก (อิมิล เดอร์ไคม์,1893 อ้างถึงโดย นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ,2561: 1)

ความนิยมแลกเปลี่ยนเครื่องราง (Fetish) ของคนในอดีต ได้พัฒนามาสู่การเป็นสินค้า (Commodity Fetish) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงสถานภาพทางสังคม จนถึงยุควิกตอเรียน (Victorian) ช่วงกลางคริสต์ศตวรรษที่ 17 ถึงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 18 ซึ่งเป็นยุคของการปฏิบัติอุตสาหกรรม สินค้าเครื่องรางกลายเป็นสินค้าที่มีความน่าตื่นตาตื่นใจ (Exotic) ทำให้เกิดความนิยมสะสม และเสาะแสวงหาสินค้าที่แปลกใหม่จากต่างแดน โดยเฉพาะสินค้าจากดินแดนตะวันออก โดยได้บรรจุความหมายและคุณค่าในฐานะตัวแทนของสถานที่นั้นลงไปเป็นสิ่งของ และเรียกของสิ่งนั้น

ว่า “ของที่ระลึก” ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นสินค้าที่เป็นเครื่องหมาย หรือสัญลักษณ์หลังจากการท่องเที่ยวสิ้นสุดลง (Benson, 2001, p.12-13 อ้างถึงโดย บุญยสฤกษ์ อเนกสุข, 2559: 163)

สำหรับประเทศไทย การเสด็จประพาสยุโรปของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 อาจถือได้ว่าเป็นประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวในยุคแรกของไทย ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของชนชั้นสูงชาวยุโรปที่เรียกว่าแกรนด์ทัวร์ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาหลายเดือน เพื่อศึกษาหาความรู้และประสบการณ์ชีวิต ซึ่งต่อมาได้กลายเป็นธรรมเนียมปฏิบัติของสังคมชั้นสูงของไทย และกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไทยในที่สุด ในการเสด็จประพาสยุโรปนั้น พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ทรงเก็บสะสมไปรษณียบัตรตามสถานที่ต่าง ๆ ที่เสด็จประพาสไว้เป็นที่ระลึก และส่งพระราชทานแก่บุคคลต่าง ๆ ที่เมืองไทย เนื่องด้วยทรงเห็นว่าไปรษณียบัตรเป็นของแปลกประหลาดที่ผู้รับไม่เคยเห็น ดังที่ทรงมีพระราชปรารภเกี่ยวกับไปรษณียบัตรมายังสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาดำรงราชานุภาพตอนหนึ่งว่า

“...ยินดีที่ได้รับโปสตก๊าดเนื่อง ๆ หวังว่าจะไม่เบื่อ

จรรยาได้ทำสมุดมาเล่มหนึ่งแล้ว

โปสตก๊าดในเมืองฝรั่งนี้ช่างทวีมากมายขึ้นเสียจริงๆ เหลือที่จะเก็บให้หมด

ได้ให้เก็บโปสตก๊าดที่นี่ เพราะเขามีสิ่งอัลบั้มให้บรรจุ จะส่งเข้าไปให้เธอ

ด้วยเห็นว่าบางทีจะเป็นของประหลาดที่เธอไม่เคยเห็น...” ไกรฤกษ์ นานา (2549: 181-183)



ภาพที่ 1 ไปรษณียบัตร รัชกาลที่ 5 เสด็จประพาสประเทศเยอรมันปี พ.ศ. 2450
ที่มา : ไกรฤกษ์ นานา (2549). การเมืองนอกพงศาวดารรัชกาลที่ 5 เบื้องหลังพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จประพาสยุโรป. กรุงเทพฯ: มติชน จำกัด (มหาชน): 190.

การเสด็จประพาสยุโรปของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ในครั้งนั้น อาจถือได้ว่าเป็นจุดกำเนิดของการสะสมของที่ระลึกในประเทศไทยที่ได้มีการบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ดังที่ปรากฏในพระราชหัตถเลขาฉบับที่ 28 มีข้อความที่ได้บรรยายถึงการสรรหาของที่ระลึกซึ่งเป็นของที่พิเศษ และทรงบรรยายถึงของที่ระลึกที่ได้ทอดพระเนตรและซื้อไว้ ดังนี้

“...ข้ามฟากถนนไปอีกฟากหนึ่งเข้าห้างเบนโรงแถวชั้นเดียวทั้งหมด

ขายของต่าง ๆ อย่างสามัญ

จะหาของซึ่งเปนสเปเซียลสำหรับที่นี่ได้แต่กระโปรงปลา

ซึ่งควรจะเรียกว่าจองได้ แลศิลาที่ฝังทำนองเปนแร่อย่างใดอย่างหนึ่ง

เปนเครื่องทับหนังสือกับโปสต์การ์ด มีเท่านั้น...”

พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (2508: 92)

“...เรือนทั้งปวงเปนเรือนไม้ทั้งสิ้น มีถนนตรงสายเดียวลงไปข้างใต้เปนร้านขายของ

มีหนังสือชาวเปนอันมาก ที่เย็บแล้วก็มี ยังไม่ได้เย็บก็มี

ที่ยังไม่ได้เย็บมีหัวกะโหลกไว้สำหรับเข้ากับหนังสือต่างหาก ราคาถูกเหลือเกิน

เมื่อขึ้นพระที่นั่งซื้อหนังสือ 800 บาท 1000 บาท ที่นี้อยู่ใน 150 บาท 160 บาท

มีหนังสืออื่น ๆ อีกหลายอย่าง มีเครื่องแต่งตัวพวกลับ เกือกเฟอ เลื่อเฟอ

แลของขายประจำสำหรับประเทศ คือเครื่องมือต่าง ๆ เขียนสี เครื่องเงินเล็ก ๆ ที่ราคาถูก

ได้ซื้อแจกกันแลซื้อฝาก ซื้อโปสต์การ์ดแลรูปต่าง ๆ...”

พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (2508: 101)

“...มีของเล็ก ๆ น้อย ๆ มาตั้งมาขาย เปนเครื่องรถกในการที่มาถึงที่นี้

ถ้วยบ้าง ที่เขียบุหรีบ้าง รูปโปสต์การ์ด ล้วนแต่มีรูปนอกเคบในนั้นทั้งสิ้น...”

พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (2508: 106)

“...พวกเราไปพักถ่ายรูปลักษณ์ของต่าง ๆ ซื้อโปสต์การ์ดเขียนโปสต์การ์ด

จนการแล้วเสร็จ ไปถ่ายรูปในที่นั้น...”

พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (2508: 110)

จากพระราชหัตถเลขาได้บรรยายให้เห็นภาพการเดินทางท่องเที่ยวไปในที่ต่าง ๆ และการซื้อของที่ระลึกเพื่อพระราชทานแจกจ่ายแก่ผู้ที่ตามเสด็จ และซื้อเป็นของฝาก ของกำนัล สำหรับผู้ที่ไม่ได้โดยเสด็จ ซึ่งของที่ระลึกนั้นต้องเป็นของประจำท้องถิ่นที่มีความพิเศษกว่าของทั่วไป หรืออย่างน้อยก็เป็น “โปสตการ์ด” หรือ ไปรษณียบัตร ซึ่งพระองค์ทรงโปรด และทรงเก็บสะสม เนื่องจากภาพที่ปรากฏบนโปสการ์ดสามารถแทนคำบรรยายได้ อีกทั้งสะดวก เก็บรักษาง่าย และเป็นเครื่องเตือนความจำทั้งผู้ให้และผู้รับ ตลอดเวลาระหว่างการเสด็จประพาสยุโรปนั้น รัชกาลที่ 5 ได้ทรงพระราชทานไปรษณียบัตรแก่บุคคลต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ หนึ่งในนั้น คือ เจ้าจอมหม่อมราชวงศ์สดับ (ลดาวัลย์) ที่ได้เล่าไว้ว่า

“...ต่อมาข้าพเจ้าก็ได้รับพระราชหัตถเลขาทุกสัปดาห์ตลอดจนวันเสด็จกลับ นอกจากนั้นก็จะพระราชทานของฝากจากทุกแห่งที่เสด็จไปถึง แม้ตำบลที่ไม่มีของควรฝาก ก็พระราชทานโปสการ์ดแทนของพระราชทาน...”
(ไกรฤกษ์ นานา, 2549: 185-187)

จะเห็นได้ว่าธรรมเนียมในการเก็บสะสม หรือการมอบของที่ระลึกแก่กันนั้นเกิดขึ้นมานานแล้วในสังคมมนุษย์ทั่วโลก เช่นเดียวกับสังคมไทยทั้งในอดีตและปัจจุบัน ผู้คนยังคงนิยมซื้อหาของที่ระลึกเมื่อไปเยือนสถานที่พิเศษ หรือแปลกใหม่อยู่เสมอ

1.3 ประเภทของของที่ระลึก

ของที่ระลึกแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

- 1) ของที่ระลึกประเภทภาพ (Pictorial)
- 2) ของที่ระลึกประเภทชิ้นส่วนธรรมชาติ (Natural Item)
- 3) ของที่ระลึกประเภทสัญลักษณ์แทนแหล่งท่องเที่ยว (Symbolic Shorthand)
- 4) ของที่ระลึกประเภทเป็นเครื่องหมายว่าได้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวแล้ว (Marker)
- 5) ของที่ระลึกประเภทผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (Local Product) (Anderson, 1993, p. 43 อ้างถึงโดย บุนยสฤกษ์ อเนกสุข, 2559)

ของที่ระลึกมีหลายรูปแบบ โดยอาจเป็นวัตถุสิ่งของทั้งที่ผลิตสร้างขึ้นใหม่เพื่อจำหน่าย และวัตถุสิ่งของที่มีอยู่เดิม ณ สถานที่แห่งนั้นซึ่งมักมีอยู่โดยธรรมชาติ การซื้อกลับมาหรือ

เก็บกลับมา โดยมากเพื่อเป็นการระลึกถึงสถานที่นั้น ทั้งนี้ ของที่ระลึกอาจเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้ เช่น การจดบันทึก การถ่ายภาพ ฯลฯ ในอดีตของที่ระลึกอาจเป็นของที่ไม่ต้องซื้อหาสามารถเก็บได้จากธรรมชาติ แต่ในปัจจุบันได้เกิดธุรกิจการจำหน่ายของที่ระลึกขึ้นอย่างจริงจัง ทุกวันนี้สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มีการจำหน่ายของที่ระลึกซึ่งเป็นภาพตัวแทนของแหล่งท่องเที่ยวให้ผู้มาเยือนได้ซื้อเพื่อเก็บเป็นที่ระลึก เป็นของฝากหรือของขวัญทั้งแก่ตนเองและคนที่สำคัญ ของที่ระลึกจึงมีความแตกต่าง และมีความหลากหลายเพื่อตอบสนองของกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มที่มีความแตกต่าง ทั้งอายุ เพศ รายได้ การศึกษา และรสนิยม

1.4 ความสำคัญของของที่ระลึก

ของที่ระลึกถือเป็นการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง จากการที่ผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นซึ่งมีวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่งได้เผยแพร่ออกไปสู่วัฒนธรรมอีกรูปแบบหนึ่ง การให้ของขวัญ/ของที่ระลึกเป็นประสบการณ์ทางสังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจ โดยการใช้วัตถุเป็นสื่อ ของขวัญมักถูกมอบให้ในการเฉลิมฉลองเหตุการณ์สำคัญในชีวิตของผู้รับซึ่งเป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์ส่วนตัว และเป็นการรักษาความสัมพันธ์ทางสังคม เป็นการแสดงความรู้สึก เป็นการสื่อสารซึ่งมีอยู่ในสังคมมนุษย์ และเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจและการติดต่อทางสังคมที่ยืนยาว การแลกเปลี่ยน มีองค์ประกอบ 3 อย่าง คือ หน้าที่ในการเป็นผู้ให้ หน้าที่ในการเป็นผู้รับ และภาระผูกพันในการชำระคืน (Mayet, C. & Pine, K. J., 2010: 1)

ปัจจุบันของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญเพราะกลายเป็นค่านิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่จะต้องซื้อของที่ระลึกเพื่อตนเอง และเป็นของฝากแก่ผู้อื่น จึงเกิดเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น ซึ่งบางแห่งกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวไปในตัว หรือบางแห่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำของที่ระลึกด้วยตนเองอีกด้วย (ประเสริฐศิริรัตน์, 2531: 64-65 อ้างถึงโดยพรพจน์ หมั่นหาญ สิริวิภา วิมุกตายน และเข็มชาติ เขยชม, 2560: 53)

พิพิธภัณฑ์นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ และให้ความสำคัญกับของที่ระลึก เช่นเดียวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ร้านจำหน่ายของที่ระลึก หรือ Museum Shop เป็นหนึ่งในการให้บริการของพิพิธภัณฑ์ในปัจจุบันที่จำเป็นต้องมี นอกเหนือไปจากการให้บริการที่จำเป็นอื่น ๆ เพื่อเติมเต็มความต้องการทางด้านจิตใจของผู้ชม โดยทั่วไปแล้วรายได้จากการจำหน่ายของที่ระลึกในร้านค้าของพิพิธภัณฑ์เป็นรายได้ที่พิพิธภัณฑ์ได้รับโดยตรงจากผู้เข้าชม รายได้เหล่านี้สามารถนำมาหมุนเวียนในกิจการพิพิธภัณฑ์ และเป็นค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ ของพิพิธภัณฑ์ เช่น ค่าซ่อมบำรุง ค่าสาธารณูปโภค ค่าจ้างทำความสะอาด และค่าจัดกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นภาระค่าใช้จ่าย

ที่สูงมากในแต่ละเดือน การจำหน่ายของที่ระลึกใน Museum Shop จึงเป็นการสร้างรายได้ให้แก่พิพิธภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี ซึ่งสำหรับบางพิพิธภัณฑ์แล้ว ของที่ระลึกได้กลายเป็นรายได้หลักของพิพิธภัณฑ์ที่มากกว่ารายได้จากการเข้าชม เช่น สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ ภูเก็ต และพิพิธภัณฑ์โรงพยาบาลอภัยภูเบศร์ ที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพร มากกว่ารายได้จากค่าเข้าชมพิพิธภัณฑ์ (สำนักพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กรมศิลปากร, 2548: 167-205)

นอกจากความสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับพิพิธภัณฑ์แล้ว ของที่ระลึกยังถือเป็นภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ที่ต้องมีอยู่ในการบริการของพิพิธภัณฑ์ Museum Shop เป็นพื้นที่ที่สามารถขยายขอบเขตของการศึกษาได้อย่างต่อเนื่อง โดยคัดสรรของที่ระลึกที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้มาวางจำหน่าย เพื่อไม่ให้กระบวนการการเรียนรู้ การทดลอง และประสบการณ์ที่ได้รับจากพิพิธภัณฑ์ของผู้เข้าชมต้องหยุดชะงักลงภายหลังการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ (Andoniadis (2010: 17-19)

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับของที่ระลึกสามารถสรุปได้ว่า

- 1) ของที่ระลึกเป็นสิ่งที่ใช้สื่อถึงอารมณ์ ความรู้สึกของมนุษย์ เป็นการเก็บความประทับใจ และเป็นเครื่องเตือนความจำในรูปของวัตถุ
- 2) ของที่ระลึกเป็นส่วนหนึ่งของการอยู่ร่วมกันในสังคม เป็นการแสดงออกถึงความสัมพันธ์อันดีและการแสดงความปรารถนาดีที่มีให้แก่กันระหว่างผู้ให้และผู้รับ เป็นความผูกพันและเป็นการแสดงความระลึกถึงระหว่างมนุษย์
- 3) ของที่ระลึกเป็นส่วนหนึ่งของการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งทำให้เกิดการสะสมสิ่งของอันเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การได้ท่องเที่ยวไปในสถานที่แปลกใหม่ ได้พบเห็นสิ่งที่น่าสนใจทำให้มนุษย์เกิดความประทับใจ และต้องการครอบครองวัตถุบางอย่างที่เป็นภาพตัวแทนเพื่อรำลึกถึงสถานที่หรือเหตุการณ์นั้น
- 4) ของที่ระลึก หรือของแปลกประหลาดและของหายากต่าง ๆ นานา ถือเป็นของมีค่า เป็นของขวัญ ของกำนัล ที่ใช้แลกเปลี่ยนระหว่างกันในสังคมมนุษย์ยุคโบราณ ซึ่งเป็นที่มาของการกำเนิดเงินตราเพื่อใช้แทนมูลค่าสิ่งของในปัจจุบันที่มีวิวัฒนาการ และเป้าประสงค์เปลี่ยนไปเป็นลำดับ
- 5) ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ คือ สินค้าที่พิพิธภัณฑ์ออกแบบและจัดทำขึ้น หรืออนุญาตให้เจ้าของสินค้านำมาวางจำหน่ายในพื้นที่ที่เป็นร้านค้าของพิพิธภัณฑ์หรือ Museum Shop ซึ่งมักออกแบบจากวัตถุที่พิพิธภัณฑ์นั้น ๆ จัดแสดงอยู่ เช่น ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดีมักจะเป็นแบบจำลองโบราณวัตถุที่จัดแสดง เป็นต้น

การสำรวจและซื้อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เป็นกิจกรรมหนึ่งที่เป็นที่นิยมของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่ ดังนั้น Museum Shop จึงเป็นสิ่งที่พิพิธภัณฑ์จำเป็นต้องมีเพื่อเติมเต็มการ

ให้บริการในพิพิธภัณฑ์ให้สมบูรณ์ ของที่ระลึกสามารถทำรายได้ให้แก่พิพิธภัณฑ์ ช่วยประชาสัมพันธ์ พิพิธภัณฑ์ และเป็นภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ที่ดีควรมีการให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการ

2. แนวคิดการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์

การออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์นั้นยังไม่มีหลักวิชาการที่บ่งบอกไว้อย่างชัดเจน หรือเป็นสูตรสำเร็จตายตัว ผู้ศึกษาจึงจำเป็นต้องใช้หลักการเบื้องต้นของการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นพื้นฐานในการออกแบบ ซึ่งน่าจะเป็นสิ่งที่ใกล้เคียงที่สุดมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการ ออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ต่อไป

2.1 ความหมายของการออกแบบ

การออกแบบ คือ การสร้างสรรค์ผลงานในรูป 2 มิติ และ 3 มิติ ให้เกิดความสวยงาม และสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามความเหมาะสมกับสภาพต่าง ๆ โดยมีส่วนประกอบที่สำคัญ ในการออกแบบ ได้แก่ จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง สี ช่วงระยะ จังหวะ ลวดลาย และ ลักษณะผิว การออกแบบที่ดีต้องรู้จักประหยัด และเลือกวัสดุได้เหมาะสมกับงานที่ออกแบบ ซึ่งสิ่งสำคัญที่สุด ของการออกแบบ คือ ต้องรวบรวมข้อมูล (Collect Fact) โดยการสังเกต (Direct Observation) สดท้ายแล้วผลงานออกแบบที่ดีต้องให้ความพอใจ และสร้างความประทับใจแก่ผู้พบเห็น (วัฒนะ จุฑา วิภาต, 2527: 10 - 34)

การออกแบบ คือ กิจกรรมการแก้ปัญหาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ หัวใจของการออกแบบ คือ การสร้างแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นกระบวนการของการ พัฒนาความคิดที่สลับซับซ้อน ที่สั่งสมจากข้อคิด หรือข้อสังเกต (Notion) ที่เพิ่มความสลับซับซ้อน มากขึ้นทีละขั้นจนกลายเป็นแนวความคิด (Concept) แนวความคิดเกี่ยวกับการออกแบบ (Design Concept) และความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Product Idea) เป็นผลมาจากการสังเคราะห์ความรู้ทาง เทคโนโลยีกับความต้องการของตลาดตามที่หน่วยงานการตลาดในองค์กรสำรวจได้ ซึ่งการสังเคราะห์ นี้ มีลักษณะเหมือนการต่อจิ๊กซอว์ที่เมื่อปะติดปะต่อกันได้แล้วเค้าโครงของภาพจึงปรากฏให้เห็น (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2550)

การออกแบบที่ดี หมายถึง การมอบความสุขให้มนุษย์ โดยอาศัยปัจจัยที่กระตุ้น ให้เกิดความรู้สึก ซึ่งประกอบไปด้วยความสวยงาม ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ความพึงพอใจ และอารมณ์ ส่วนการตัดสินใจว่าการออกแบบดีหรือไม่นั้น มีเรื่องของวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมเข้ามา เกี่ยวข้องด้วย (Noman, 2013)

มนุษย์ออกแบบสิ่งต่าง ๆ มากมายรอบตัว ซึ่งมีทั้งผลิตภัณฑ์ ระบบต่าง ๆ การบริการ ประสบการณ์ และแม้แต่การออกแบบที่ว่าง ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการต่าง ๆ ของมนุษย์ ทั้งทางร่างกาย อารมณ์ สังคม วัฒนธรรม หรือความต้องการทางเศรษฐกิจ การออกแบบผลิตภัณฑ์จึงมีความหมายที่กว้าง เป็นการแสดงถึงความคิดของคนแต่ละยุคสมัย เป็นการพัฒนาของแนวความคิด การทดสอบผลิตภัณฑ์ และการผลิต หรือการดำเนินงานของวัตถุทางกายภาพของระบบ หรือการบริการ กฎของนักออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นเต็มไปด้วยวินัย เช่นเดียวกับการผลิต การจัดการ การออกแบบ และวิศวกรรม รวมทั้งศิลปะ วิทยาศาสตร์ และพาณิชย์ ซึ่งนำไปสู่จุดมุ่งหมายของการผลิตสิ่งของที่จับต้องได้ (Paul Rogers and Alex Milton, 2001: 6)

การออกแบบเป็นความพยายามสร้างให้เกิดความเปลี่ยนแปลงด้วยความมุ่งมั่นต้องการที่จะแก้ปัญหา เพื่อสนองประโยชน์ทั้งของตนเองและคนในสังคม งานออกแบบหมายถึงสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเท่านั้น เมื่อมนุษย์พบว่าสิ่งที่ธรรมชาติสร้างให้ไม่เหมาะสมสอดคล้องต่อการใช้งานมนุษย์จึงเริ่มปรับปรุงเปลี่ยนแปลงลักษณะรูปร่างของสิ่งต่าง ๆ รอบตัว การที่มนุษย์เริ่มต้นดัดแปลงรูปร่างของสิ่งแวดล้อม นับว่ามนุษย์ได้เริ่มต้นการออกแบบแล้ว หรือกล่าวได้ว่าการออกแบบเป็นการแสดงออกอย่างหนึ่งของมนุษย์เมื่อมีความไม่พอใจในลักษณะรูปร่างของสิ่งที่เป็นอยู่ คุณสมบัติของนักออกแบบควรเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญ มีประสบการณ์ และที่สำคัญคือมีความคิดและจินตนาการ (นวลน้อย บุญวงศ์, 2542: 2-8)

ดังนั้น การออกแบบ หมายถึง การสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ โดยมีจุดประสงค์ให้สิ่งนั้นดีขึ้นกว่าเดิม การออกแบบต้องผ่านการรวบรวมข้อมูลและการสังเกตสิ่งต่าง ๆ รอบตัว การออกแบบที่ดีต้องมีความสวยงาม และมีประโยชน์ ทำให้เกิดความพึงพอใจและความประทับใจแก่ผู้พบเห็น

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ มีเพียงหนึ่งเรื่อง

ได้แก่

3.1.1 งานวิจัยของ ลลิตา อัสวกุลฤชา เรื่อง ยูนิเวอร์ซิตีดีไซน์ในพิพิธภัณฑ์เหรียญ กรมธนารักษ์ (ลลิตา อัสวกุลฤชา, 2559) งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษายูนิเวอร์ซิตีดีไซน์ในพิพิธภัณฑ์เหรียญในด้านการบริหาร การจัดนิทรรศการ สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการบริการให้เหมาะสมกับผู้เข้าชมโดยเฉพาะกลุ่มคนพิการ และเพื่อให้สอดคล้องกับยูนิเวอร์ซิตีดีไซน์มากยิ่งขึ้น โดยทำการสำรวจยูนิเวอร์ซิตีดีไซน์ด้านกายภาพ การสัมภาษณ์ผู้เข้าชมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ และการสัมภาษณ์คณะทำงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์ และบริษัท ไรท์แมน จำกัด

ผลการวิจัยพบว่า การบริหารพิพิธภัณฑ์เหรียญค่อนข้างสอดคล้องกับหลักยูนิเวอร์ซิตีดีไซน์ โดยมีการกำหนดให้ยูนิเวอร์ซิตีดีไซน์เป็นแนวคิดหลักของพิพิธภัณฑ์ ส่งผลให้การจัดนิทรรศการ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการส่วนใหญ่ของพิพิธภัณฑ์เป็นไปตามหลักยูนิเวอร์ซิตีดีไซน์ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้เข้าชมได้ และได้เสนอแนวทางในการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยการเพิ่มสื่อประเภทเสียงให้มากขึ้น และการปรับระดับความสูงของสิ่งก่อสร้างภายในนิทรรศการให้เหมาะสม อีกทั้งการเพิ่มล่ามภาษามือในการให้บริการมากขึ้น

งานวิจัยของ ลลิตา อัสวกุลฤชา เน้นการศึกษาเรื่อง ยูนิเวอร์ซิตีดีไซน์ด้านกายภาพเป็นหลัก และยังไม่ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นเรื่องของที่ระลึกสำหรับผู้พิการที่มาใช้บริการพิพิธภัณฑ์ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ ควรมีการออกแบบของที่ระลึกที่คำนึงถึงผู้พิการด้วย เพื่อให้ครอบคลุมต่อแนวคิดของพิพิธภัณฑ์เหรียญในการเป็นพิพิธภัณฑ์เพื่อความเท่าเทียม ดังนั้น ในการออกแบบของที่ระลึกจึงควรมีการสำรวจความคิดเห็นของผู้เข้าชมทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง และออกแบบของที่ระลึกให้เหมาะสมกับผู้ชมทุกกลุ่มอย่างแท้จริง

3.2 งานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารพิพิธภัณฑ์ในเชิงธุรกิจ ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ (Museum Shop) มีจำนวน 3 เรื่อง ได้แก่

3.2.1 งานวิจัยของสำนักพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กรมศิลปากร เรื่อง การบริหารพิพิธภัณฑ์เชิงธุรกิจ (สำนักพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กรมศิลปากร, 2548) งานวิจัยเรื่องนี้มีที่มาจากกรณีที่พิพิธภัณฑ์สถานทุกประเภทในประเทศ ประสบกับปัญหาด้านงบประมาณในการ

บริหารจัดการ เนื่องจากมีการกำหนดรูปแบบขององค์กรพิพิธภัณฑ์ให้เป็นองค์กรที่เน้นการอนุรักษ์มรดกทางศิลปวัฒนธรรมโดยไม่แสวงหาผลกำไร ดังนั้นพิพิธภัณฑ์จึงไม่มีรายได้ที่จะนำมาพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพ และการพึ่งพางบประมาณรัฐเป็นเรื่องยากเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ

สำนักพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กรมศิลปากร จึงศึกษาความเป็นไปได้ในการกำหนดให้พิพิธภัณฑ์ปรับเปลี่ยนรูปแบบองค์กร ให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมด้วยการวิเคราะห์รูปแบบที่สามารถแปลงสินทรัพย์ให้เป็นทุน เพื่อให้ทันกับสถานการณ์ในปัจจุบัน จากการศึกษาแบบสอบถามในการวิจัยดังกล่าวพบว่า Museum Shop เป็นสิ่งที่ผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ต้องการเป็นอันดับต้น ๆ ของการบริการในพิพิธภัณฑ์ จากการสำรวจพิพิธภัณฑ์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 แห่ง เป็นพิพิธภัณฑ์ที่มี Museum Shop จำนวน 9 แห่ง ซึ่งผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งในการตลาด/การประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ Museum Shop หลายแห่งในต่างประเทศได้รับความนิยมนิยมจากประชาชนมาก จนสามารถขยายสาขาออกไปนอกพิพิธภัณฑ์ เช่น สนามบิน สถานีรถไฟ และห้างสรรพสินค้า แสดงให้เห็นถึงความประสบความสำเร็จของพิพิธภัณฑ์ในการออกแบบของที่ระลึก และความต้องการของผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑ์ที่มีต่อที่ระลึก

Museum Shop ที่โด่งดังในระดับโลก เช่น The Chicago's Art Institute เป็นตัวอย่างหนึ่งของ Museum Shop ที่มีขนาดใหญ่และตั้งอยู่ในทำเลที่ดี คือ ด้านหน้าอาคารพิพิธภัณฑ์ ของที่ระลึกในร้านมีความหลากหลาย และมีความเกี่ยวข้องกับวัตถุพิพิธภัณฑ์และนิทรรศการ การออกแบบร้านค้ามีความสวยงาม และสะดวกต่อการเลือกซื้อสินค้า เหล่านี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ Museum Shop ได้รับความนิยมนิยม

3.2.2 งานวิจัยของ ปารมี สุขคล้าย เรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาร้านขายของที่ระลึกของพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย (ปารมี สุขคล้าย, 2552) ได้ศึกษาการทำงานของ Museum shop ที่ประสบความสำเร็จหลายแห่งในต่างประเทศ ร่วมกับการศึกษา Museum shop ในประเทศไทย และเสนอแนะแนวทางการบริหารจัดการ Museum shop ในประเทศไทยให้ประสบความสำเร็จ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ ต้องการให้ Museum shop เป็นส่วนหนึ่งของการเผยแพร่ความรู้ของพิพิธภัณฑ์ และสร้างรายได้ให้แก่พิพิธภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งช่วยประชาสัมพันธ์บทบาทหน้าที่ และความสำคัญของพิพิธภัณฑ์ต่อสังคม โดยยกตัวอย่างการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ที่สำคัญและมีความโดดเด่น เช่น The British Museum และพิพิธภัณฑ์อีกหลาย ๆ แห่ง ที่มีการผลิตและจำหน่ายงานจำลองแบบและสิ่งพิมพ์ซึ่งมีแรงบันดาลใจมาจากวัตถุจัดแสดงชิ้นสำคัญในพิพิธภัณฑ์ หรือการนำภาพถ่ายวัตถุจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์มาออกแบบเป็นของที่ระลึก โดยได้รวบรวมแนวทางในการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ และข้อมูลด้านรายได้จากการจำหน่ายของที่ระลึกมาประกอบ

จากการวิจัยทำให้เห็นได้ว่า ของที่ระลึกนอกจากสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่พิพิธภัณฑ์แล้ว ยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้าอีกด้วย ลูกค้ามีความภาคภูมิใจ และต้องการซื้อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้กับตนเอง เช่น ที่นิวยอร์ก ทั้งชาวนิวยอร์ก และนักท่องเที่ยวนิยมใช้ของที่ระลึกจาก The Metropolitan Museum of Art Store เป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็น กระเป๋า ร่ม ผ้าพันคอ ที่มีโลโก้หรือรูปพิพิธภัณฑ์ เนื่องจากของที่ระลึกใน Museum Shop ได้สร้างภาพลักษณ์ ให้แสดงถึงความเป็นผู้มีรสนิยม สนใจวัฒนธรรม และเป็นผู้ที่ใฝ่รู้

ในประเทศที่ให้ความสำคัญกับพิพิธภัณฑ์และการเรียนรู้ ของที่ระลึกเป็นสิ่ง ที่ผู้คนให้ความสนใจ และให้การยอมรับว่ามีคุณค่า มีความสำคัญเป็นอันดับแรก ๆ ของการให้บริการ ในพิพิธภัณฑ์ Museum Shop จึงมักถูกตกแต่งอย่างสวยงาม สะดุดตา มีบรรยากาศของความ ทันสมัย และความผ่อนคลาย ผู้ใช้บริการสามารถเลือกซื้อของที่ระลึกได้อย่างเพลิดเพลิน มีความสุข และได้ยกตัวอย่างประเทศที่ให้ความสำคัญกับงานด้านพิพิธภัณฑ์ เช่น สหรัฐอเมริกาที่ได้มีการ รวมกลุ่มกันและจัดตั้งสมาคมร้านค้าพิพิธภัณฑ์ แห่งประเทศสหรัฐอเมริกา (The Museum Store Association, USA.) ขึ้น เพื่อกำหนดทิศทางและเป้าหมายในการพัฒนาของที่ระลึกให้เป็นที่ต้องการ ของผู้บริโภค และสามารถสร้างรายได้ให้พิพิธภัณฑ์ได้เป็นจำนวนมากในแต่ละปี

ความประทับใจจากการชมนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์เป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้ชม ต้องการครอบครองวัตถุสิ่งของที่มีความเชื่อมโยงกับนิทรรศการ และเป็นภาพตัวแทนของพิพิธภัณฑ์ เพื่อเป็นของที่ระลึกเมื่อจากไป ดังนั้นตำแหน่งของ Museum shop ที่ดีจึงมักเป็นบริเวณที่เชื่อมต่อกับห้องนิทรรศการสุดท้าย ซึ่งผู้ชมยังคงมีความประทับใจอย่างต่อเนื่องทำให้พร้อมที่จะจ่ายซื้อหา ของที่ระลึก

ผลการวิจัยของปารมี สุขคล้าย แสดงให้เห็นว่า หากพิพิธภัณฑ์นำหลักการ บริหารพิพิธภัณฑ์เชิงธุรกิจมาประยุกต์ใช้กับ Museum Shop ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะสามารถช่วยให้พิพิธภัณฑ์มีรายได้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งเสริมให้การบริการของพิพิธภัณฑ์มีความสมบูรณ์ และเพิ่ม ความสามารถในการแข่งขันของพิพิธภัณฑ์ให้มากขึ้น

3.2.3 งานวิจัยของ Andrew Andoniadis เรื่อง Museum Retailing (Andoniadis, 2010) มาจากประสบการณ์ในการทำงานร่วมกับ Museum store ในยุโรป ออสเตรเลีย และเอเชีย โดยกล่าวถึงการบริหาร Museum Shop ให้ประสบความสำเร็จไว้ว่า ต้องใช้ ทั้งหลักเศรษฐศาสตร์ และที่ไม่ใช่เศรษฐศาสตร์มาประกอบกัน โดยทั่วไปพิพิธภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มีเป้าหมายที่สำคัญที่สุดคือการทำกำไรสูงสุด เนื่องจากเป็นวิธีที่สะท้อนผลการ บริหารจัดการได้อย่างชัดเจน ซึ่งนอกเหนือจากมาตรวัดความสำเร็จเชิงธุรกิจแล้ว ยังมีสิ่งอื่น ๆ ที่สำคัญนอกเหนือจากแผนธุรกิจหรือหลักเศรษฐศาสตร์ ได้แก่ 1) พนักงานขาย เนื่องจากพนักงาน

ขายสินค้าใน Museum Shop มักจะเป็นผู้ที่ติดต่อสื่อสารกับผู้เข้าชมมากกว่าเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์อื่น ๆ ความสามารถในการปฏิสัมพันธ์และการสร้างความประทับใจแก่ผู้เข้าชม จึงมีผลต่อความสำเร็จของพิพิธภัณฑ์ 2) Museum Shop มักเป็นสถานที่สุดท้ายในพิพิธภัณฑ์ที่ถูกเยี่ยมชม จึงมักเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความประทับใจครั้งสุดท้ายที่เกิดขึ้นกับพิพิธภัณฑ์ 3) สินค้าใน Museum Shop เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรมาจำหน่ายใน Museum Shop มีผลกระทบต่อภาพรวมของพิพิธภัณฑ์ และเป็นแหล่งที่ดีของการศึกษาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดความสำเร็จของพิพิธภัณฑ์

ของที่ระลึกที่มีคุณค่า มีประโยชน์ต่อการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชนควรเป็นเป้าหมายของ Museum Shop ทุกแห่ง Museum Shop ไม่ควรเป็นแค่เพียง Gift Shop แต่ควรให้ประโยชน์แก่ผู้ชมมากกว่านั้น และพิพิธภัณฑ์ควรจำหน่ายของที่ระลึกที่เหมาะสมกับผู้ชมแต่ละกลุ่ม เช่น หนังสือที่จัดทำโดยพิพิธภัณฑ์ เครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์จากกระดาษ เช่น โปสการ์ด โมเดลจำลอง เครื่องแต่งกาย เช่น เสื้อยืด หมวก แจกเกต ซึ่งมีหลายราคา และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับเด็ก ซึ่งจำนวนของที่ระลึกแต่ละประเภทควรแตกต่างกันตามสถิติจำนวนผู้เข้าชม ของที่ระลึกสำหรับเด็ก มีประเด็นที่ละเอียดอ่อน คือ ควรมีผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กที่ใหญ่เป็นผู้ซื้อฝากเด็ก ซึ่งอาจมีคุณภาพดีกว่า ราคาแพงกว่า และผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กที่เด็กเป็นผู้เลือกซื้อด้วยตนเอง ซึ่งอาจมีราคาย่อมเยาลงมา ของที่ระลึกที่เป็นกรรมสิทธิ์ของพิพิธภัณฑ์ซึ่งออกแบบและผลิตหรือสั่งผลิตโดยพิพิธภัณฑ์ มักมีต้นทุนการผลิตที่สูงและมีความยุ่งยากบางประการ แต่จำเป็นต้องจัดทำเพราะถือว่าของที่ระลึกเหล่านี้เป็นภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์

จากงานวิจัยทั้ง 3 เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริหารพิพิธภัณฑ์ในเชิงธุรกิจ ทำให้ทราบว่า ในปัจจุบันของที่ระลึกใน Museum Shop มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น ของที่ระลึกเป็นสิ่งที่ช่วยเติมเต็มให้พิพิธภัณฑ์สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น การที่พิพิธภัณฑ์มีของที่ระลึกที่สวยงามและมีคุณภาพจำหน่าย ช่วยสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี ของที่ระลึกสามารถช่วยประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่พิพิธภัณฑ์ นอกจากนั้นแล้ว ยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ผู้ซื้อ/ผู้ใช้อีกด้วย ซึ่งการที่ Museum Shop จะประสบความสำเร็จได้นั้น ขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการ การให้บริการ และความสามารถในการออกแบบของที่ระลึกให้เป็นที่ต้องการของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดรายได้โดยตรงแก่พิพิธภัณฑ์ ทั้งนี้ การออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ควรเป็นไปเพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเป็นหลัก และควรมีการเก็บสถิติของของที่ระลึกที่ขายดี/ขายไม่ดี เพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบและผลิตของที่ระลึกต่อไปในอนาคต อีกทั้งควรมีการอบรมพนักงานขายให้มีความเข้าใจในของที่ระลึก เพื่อสามารถอธิบายแนะนำลูกค้าได้ พนักงานขายควรมีใจบริการ และทราบถึงความสำคัญของตนที่มีต่อองค์กร

เนื่องจากยังไม่มียานวิจัยเรื่องแนวทางการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญ
กษาปณารักษ์โดยตรง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทบทวนงานวิจัยเพื่อเป็นแนวทาง ดังนี้

3.3 งานวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบของที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์ จำนวน 2 เรื่อง ได้แก่

3.3.1 งานวิจัยของปนัดดา มนุรัชฎา เรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์
ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์ : กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม)
(ปนัดดา มนุรัชฎา, 2555) โดยมีวัตถุประสงค์ คือ สืบหาความต้องการของผู้บริโภคที่เป็น
กลุ่มเป้าหมายเพื่อออกแบบสินค้าที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค และประเมินความพึงพอใจ
ที่มีต่อการออกแบบ ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อชิ้นงาน “เกาะรัตนโกสินทร์” ซึ่งเป็น
นาฬิกาแขวนผนัง จำลองสถานที่สำคัญในเกาะรัตนโกสินทร์ เช่น พระบรมมหาราชวัง เสาชิงช้า
อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย ฯลฯ และชิ้นงาน “สยามไอคอน” เป็นแม่เหล็กติดตู้เย็น ซึ่งจำลองสัญลักษณ์
สถานที่สำคัญของกรุงเทพฯ เช่นเดียวกับชิ้นงาน “เกาะรัตนโกสินทร์” และสิ่งที่เป็นตัวแทนวัฒนธรรม
ไทย เช่น เรือสุพรรณหงส์ ยักษ์ และ รถตุ๊กตุ๊ก จากการออกแบบทั้งหมดพบว่า ผู้บริโภคมีความ
ประทับใจการออกแบบสินค้าที่มีรูปแบบเกี่ยวกับเกาะรัตนโกสินทร์ และสัญลักษณ์ที่มีความเป็นไทย
มากที่สุด

3.3.2 งานวิจัยของพรพจน์ หมื่นหาญ สิริวิภา วิมุกตายน และ เข้มชาติ
เชยชม เรื่อง การออกแบบของที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์โบราณสถานเมืองเพนียด จ.จันทบุรี (พรพจน์
หมื่นหาญ สิริวิภา วิมุกตายน และ เข้มชาติ เชยชม, 2560) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลวดลายจาก
โบราณสถานเมืองเพนียด จ.จันทบุรี และนำมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์
โดยศึกษาและเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์
และโบราณสถานของจังหวัดจันทบุรี จำนวน 3 ท่าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์
ที่กำหนดประเด็นสัมภาษณ์ มีการสอบถามความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญ
ด้านการออกแบบ และพัฒนางานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากนั้นทำการประเมินการออกแบบโดยใช้
ภาพจำลองการออกแบบ และแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ลวดลายที่เป็นจุดเด่น และเก่าแก่ที่สุดที่ปรากฏบน
ทับหลังศิลปะแบบถลาบวิวัตติ พ.ศ. 1150 เช่น ตัวมกร ครุฑขุดนาค ลายพวงมาลัย สลับกับลายพวง
อุษะ ที่ศึกษาลวดลายจากโบราณสถานเมืองเพนียด จ.จันทบุรี สามารถนำมาใช้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ
ในการออกแบบของที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์โบราณสถานเมืองเพนียด จ.จันทบุรี ได้ โดยสำรวจความ
ต้องการของตลาดก่อนที่จะออกแบบของที่ระลึก และได้เลือกผลิตภัณฑ์ 3 ชนิด ที่สำรวจแล้วพบว่า
ตลาดมีความต้องการมาผลิตเป็นของที่ระลึก ได้แก่ นาฬิกาแขวนผนัง กล่องใส่ของขนาดเล็ก

และพวงกุญแจ โดยออกแบบให้เหมาะสมกับกระบวนการผลิต โดยใช้วัสดุ เช่น ยางซิลิโคน เรซิน ปูน ปาสเตอร์ และหินทรายเทียม เป็นต้น

สิ่งที่ได้จากงานวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบของที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์ ทั้ง 2 เรื่องนี้ คือ ควรมีการสำรวจความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายก่อนที่จะออกแบบและผลิตของที่ระลึก เพื่อเป็นข้อมูลที่ทำให้การออกแบบสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้มากที่สุด การออกแบบควรมีความชัดเจน เพื่อให้เป็นที่เข้าใจของผู้ใช้บริการได้โดยง่าย วิธีที่ง่าย และได้ผล คือ การออกแบบโดยใช้ภาพจำลองการออกแบบ และแบบสอบถามการออกแบบของที่ระลึก ซึ่งทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถมองเห็นภาพได้อย่างชัดเจน และสามารถให้คำตอบโดยบอกความต้องการของตนในฐานะผู้ซื้อได้ง่ายและเป็นประโยชน์ นอกจากนี้การออกแบบของที่ระลึกต้องคำนึงถึงวัสดุที่ใช้ในการผลิตที่ต้องมีความเหมาะสม สอดคล้องกัน และยังต้องมีการคำนึงถึงต้นทุนในการผลิตอีกด้วย

ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบ เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ทราบความต้องการด้านรูปแบบของที่ระลึก เช่น ผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) มีความพึงพอใจต่อของที่ระลึกที่ออกแบบโดยเน้นรูปแบบความเป็นไทย และการจำลองสัญลักษณ์สถานที่สำคัญของกรุงเทพฯ ซึ่งเหล่านี้สามารถนำมาปรับใช้กับการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ได้ เนื่องจากเป็นพิพิธภัณฑ์ที่ตั้งอยู่ในเกาะรัตนโกสินทร์ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของกรุงเทพฯ เช่นเดียวกัน

3.4 งานวิจัยเกี่ยวกับความสำคัญของพิพิธภัณฑ์ในฐานะที่เป็นแหล่งเรียนรู้ ได้แก่

งานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง พิพิธภัณฑ์ : ขุมพลังแห่งการเรียนรู้ กรณีศึกษาประเทศอังกฤษ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2544) โดยศึกษาในด้านการดำเนินงานขององค์กรที่รับผิดชอบ การให้การสนับสนุนของหน่วยงานต่าง ๆ การกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ กิจกรรม และรูปแบบการจัดแหล่งเรียนรู้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การจัดรูปแบบแหล่งการเรียนรู้ในประเทศไทยเป็นไปอย่างคล่องตัวและทันสมัย ซึ่งกรณีศึกษาที่ 7: ความร่วมมือด้านการออกแบบและพิมพ์ลวดลาย เป็นโครงการความร่วมมือระหว่างพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์เมือง Worcester ได้เชิญกลุ่มสตรีที่ศึกษานอกระบบเรื่องการตัดเย็บและการทอผ้าเข้าร่วมในโครงการศิลปะและการออกแบบ โดยเน้นเรื่องทักษะการพิมพ์ลวดลายจากวัตถุที่จัดแสดง

ผลที่ได้คือ ผู้เข้าร่วมโครงการ มีความซาบซึ้งในศิลปะที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกัน อีกทั้งเกิดความเข้าใจและมีความคิดสร้างสรรค์ในการค้นหาเทคนิคใหม่ ๆ ในการนำลวดลายมาประดับบนผืนผ้า ผลของการวิจัยพบว่า การสร้างลักษณะนิสัยของการเรียนรู้นั้นสำคัญ

ที่สุด การเรียนรู้เป็นวาระที่สำคัญของชาติ พิพิธภัณฑ ห่องสมุด หอจดหมายเหตุและหอศิลป์ เป็นองค์กรหลักสำคัญที่เป็นชุมพลแห่งการเรียนรู้ ซึ่งเป็นทั้งสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และเป็นชุมพล ในการขับเคลื่อนสังคมไปสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ที่แท้จริง

จากการศึกษางานวิจัยเรื่องนี้ทำให้เห็นความสำคัญของพิพิธภัณฑที่เป็น แหล่งเรียนรู้ที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดขึ้นกับผู้เข้าชม ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เชื่อมโยง กับนิทรรศการในพิพิธภัณฑ ดังเช่น กิจกรรมการพิมพ์ลวดลายผ้าที่ได้รับแรงบันดาลใจจากวัตถุที่จัด แสดงของพิพิธภัณฑและหอศิลป์เมือง Worcester ประเทศอังกฤษ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีความน่าสนใจ สามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการออกแบบของที่ระลึกโดยผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ



4. กรณีศึกษาของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ต่างประเทศและประเทศไทย

4.1 ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ต่างประเทศ

พิพิธภัณฑ์ในต่างประเทศที่นำมาเป็นตัวอย่างในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับของที่ระลึกในครั้งนี้ มี 4 แห่งได้แก่ The British Museum, National Museum of Korea, Kyoto National Museum และ National Museum of Singapore

4.1.1 The British Museum

The British Museum สหราชอาณาจักร เป็นพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของมนุษย์ โดยรวบรวมวัตถุทางวัฒนธรรมต่าง ๆ จากทุกทวีปทั่วโลกไว้กว่า 7 ล้านชิ้น โดยไม่เก็บค่าเข้าชม พิพิธภัณฑ์จึงมุ่งเน้นการหารายได้ด้วยการจำหน่ายของที่ระลึก โดยแรงบันดาลใจในการออกแบบมาจากรูปแบบและลวดลายบางส่วนจากวัตถุพิพิธภัณฑ์ชิ้นสำคัญที่มีความโดดเด่น เป็นภาพจำหรืออัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ เช่น โบราณวัตถุในวัฒนธรรมอียิปต์ และผลงานศิลปะที่สำคัญของชาติต่าง ๆ ที่พิพิธภัณฑ์นำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกได้อย่างน่าสนใจและมีความร่วมสมัย ยกตัวอย่างเช่น เสื้อยืดจากปกหนังสือ Ancient Egyptian Book of the Dead ซึ่งนอกจากมีเป้าหมายในการจำหน่ายเสื้อยืดแล้ว ยังเป็นการประชาสัมพันธ์หนังสือที่จัดทำโดยพิพิธภัณฑ์อีกด้วย

ของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์อีกประเภทหนึ่งของ The British Museum คืองานจำลองแบบศิลปวัตถุต่าง ๆ ที่พิพิธภัณฑ์ครอบครองอยู่ และการออกแบบของที่ระลึกโดยมีชื่อและตราสัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ การออกแบบของที่ระลึกมีการแยกตามประเภทผู้ใช้บริการ เช่น ผู้ชาย ผู้หญิง เด็ก และแยกตามประเภทสิ่งของต่าง ๆ

ของที่ระลึกทุกชิ้นจะมีเอกสารให้ความรู้แนบไปด้วยทุกชิ้น เพื่อเผยแพร่ความรู้ของพิพิธภัณฑ์ เช่นเดียวกับเว็บไซต์ที่จำหน่ายของที่ระลึกของ The British Museum Shop ที่นอกจากจำหน่ายสินค้าแล้วยังเป็นการประชาสัมพันธ์ และให้ความรู้แก่ผู้ชมผ่านทางของที่ระลึก โดยได้อธิบายแรงบันดาลใจในการออกแบบว่ามีที่มาจากสิ่งใด ซึ่งทำให้สินค้าชิ้นนั้นมีเรื่องราว และมีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น



ภาพที่ 2 The British Museum Shop

ที่มา : Reidsengland.com. **The British Museum gift Shops.** Accessed 2 June 2020.
available from <http://66.39.57.56/places/london/do/british-museum-gift-shops/>

ตัวอย่างของที่ระลึกใน The British Museum Shop



ภาพที่ 3 เสื้อยืดจากปกหนังสือ Ancient Egyptian Book of the Dead



ภาพที่ 4 ของที่ระลึกซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมอียิปต์โบราณ



ภาพที่ 5 (ซ้าย) ของที่ระลึกซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากประติมากรรมกรีก
(ขวา) ของที่ระลึกซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากงานศิลปะภาพพิมพ์แกะไม้ของญี่ปุ่น



ภาพที่ 6 ของที่ระลึกที่มีชื่อและสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์เป็นรูปอาคาร



ภาพที่ 7 ของที่ระลึกสำหรับเด็กประเภทเกมส์และของเล่นเสริมทักษะ

ที่มา: The British Museum Shop. **Products**. Accessed 23 July 2018. available from <https://www.britishmuseumshoponline.org/products/children/children-stationery.htm>

4.1.2 National Museum of Korea กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้

National Museum of Korea เป็นพิพิธภัณฑ์ด้านประวัติศาสตร์ จัดแสดงศิลปะวัฒนธรรมของเกาหลี ก่อตั้งขึ้นในปี 2488 Museum Shop ตั้งอยู่ใกล้บริเวณทางเข้าพิพิธภัณฑ์ สามารถสังเกตเห็นได้ชัดเจน ของที่ระลึกส่วนใหญ่ได้รับแรงบันดาลใจมาจางานจิตรกรรมเกาหลีสมัยโบราณ ออกแบบเป็นเครื่องเขียน โปสการ์ด Magnet ข้าวของเครื่องใช้ต่าง ๆ โดยมีลวดลายมาจากภาพวัตถุจัดแสดงที่สำคัญในพิพิธภัณฑ์ และมีของที่ระลึกที่ออกแบบโดยมีชื่อและตราสัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ เช่น เครื่องเขียน นอกจากนี้ มีการให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับลวดลายที่ปรากฏบนของที่ระลึก ซึ่งมีทั้งแบบที่ข้อมูลอยู่บนของที่ระลึก เช่น บนปกสมุด และแบบที่ข้อมูลอยู่ที่ตัวบรรจุภัณฑ์ เช่น Magnet และ กระเป๋าใส่บัตร



ภาพที่ 8 (ซ้าย) บรรยากาศ Museum Shop ของ National Museum of Korea (ขวา) พวงกุญแจ



ภาพที่ 9 สมุดโน้ต และดินสอ ลวดลายจากงานจิตรกรรม



ภาพที่ 10 (ซ้าย) Magnet (ขวา) กระเป๋าใส่บัตร

4.1.3 Kyoto National Museum ประเทศญี่ปุ่น

Kyoto National Museum เป็นพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงศิลปะก่อนยุคสมัยใหม่ของญี่ปุ่น หรือ ยุคเฮอัน และศิลปะเอเชีย เช่น ศิลปะจีน ผลงานชิ้นสำคัญอยู่ในช่วงศตวรรษที่ 11 – 12 วัตถุจัดแสดงมีทั้งงานจิตรศิลป์ งานจิตรกรรม ประติมากรรม และอักษรวิจิตร นอกจากนี้มีงานหัตถกรรม เช่น เครื่องปั้นดินเผา เครื่องเงิน เครื่องโลหะ งานผ้า และ โบราณวัตถุในยุคก่อนประวัติศาสตร์

Museum Shop ตั้งอยู่บริเวณประตูทางเข้า – ออกหลักของอาคารพิพิธภัณฑ์หลังใหม่ ซึ่งเป็นพื้นที่เปิดโล่งขนาดใหญ่ที่ผู้ใช้บริการสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน มีมาสคอต หรือตัวนำโชคของพิพิธภัณฑ์ คือ เสือน้อยโทะระริน เป็นจุดขายของร้าน



ภาพที่ 11 บรรยากาศ Museum Shop ของ Kyoto National Museum



ภาพที่ 12 ภาพเสือน้อยโทะระริน (Torarin) มาสคอตของพิพิธภัณฑ์ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจมาจากภาพวาดในสมัยศตวรรษที่ 18

ที่มา: Spoon & Tamago Japanese Art, Design and Culture. **Torarin : A Museum Mascot Inspired by an 18th Century Painting.** accessed 28 September 2019. available from <http://www.spoon-tamago.com/2017/02/23/torarin-a-museum-mascot-inspired-by-an-18th-century-painting/>

เสือน้อยโทะระริน (Torarin) เป็น Mascot หรือ ตัวนำโชคที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากภาพวาด ชื่อ “Bamboo and Tiger” (Taketorazu) โดยจิตรกร Rinpa Ogata Korin ซึ่งนอกจากเป็นทำหน้าที่เป็น Mascot แล้ว เสือน้อยโทะระรินได้ถูกออกแบบให้เป็นของที่ระลึกของพิพิธภัณฑ์อีกหลายประเภท เช่น ตุ๊กตา พวงกุญแจ แฟ้มใส่เอกสาร ที่วางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผ้าเช็ดหน้า กระเป๋า สติกเกอร์ อีกทั้งทำหน้าที่เป็นสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของพิพิธภัณฑ์อีกด้วย

ของที่ระลึกที่ออกแบบจากเสือน้อยโทะระริน มาสคอตของพิพิธภัณฑ์



ภาพที่ 13 ตุ๊กตา พวงกุญแจ และโปสการ์ดเสือน้อยโทะระริน



ภาพที่ 14 (ซ้าย) เคสโทรศัพท์ และตลับ (ขวา) สมุดจด และแฟ้มใส่เอกสาร



ภาพที่ 15 (ซ้าย) แท่นวางโทรศัพท์ และผ้าเช็ดหน้า (ขวา) เสื้อยืด



ภาพที่ 16 กระดาษโอริกามิ (ขวา) กระเป๋าผ้ารูปเสือน้อยโทะระริน

ของที่ระลึกที่ออกแบบจากอาคาร และวัตถุจัดแสดงที่สำคัญของพิพิธภัณฑ์



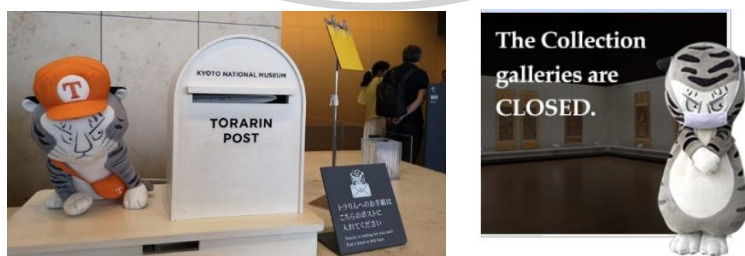
ภาพที่ 17 (ซ้าย) Magnet รูปอาคาร Kyoto National Museum (ขวา) กระเป๋าผ้ารูปอาคาร Kyoto National Museum



ภาพที่ 18 โปสเตอร์งานจิตรกรรมในพิพิธภัณฑ์ (ขวา) แฟ้มใส่เอกสาร และที่คั่นหนังสือ



ภาพที่ 19 แฟ้มใส่เอกสาร (ขวา) หนังสือ และงานศิลปะ



ภาพที่ 20 (ซ้าย) กิจกรรมส่งเสริมให้ผู้ชมเขียนจดหมายถึง Kyoto National Museum โดยส่งผ่าน
 หนังสือน้อยโทะระริน (ขวา) การใช้หนังสือน้อยโทะระรินในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของพิพิธภัณฑ์
 Kyoto National Museum. **Thematic Exhibition.** accessed 4 May 2020. available
 from <https://www.kyohaku.go.jp/eng/index.html>

4.1.4 National Museum of Singapore

National Museum of Singapore เป็นพิพิธภัณฑ์ประจำชาติของสิงคโปร์ จัดแสดงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของสิงคโปร์ซึ่งมีที่มาจากคนหลากหลายเชื้อชาติ ในเอเชียเป็นหลัก พิพิธภัณฑ์ตั้งอยู่บนถนน Stamford เปิดเมื่อ ค.ศ. 1849

ด้านหน้า Museum Shop ติดตั้งจอภาพขนาดใหญ่ แสดงภาพงาน Graffiti วิถีชีวิต คนสิงคโปร์ ซึ่งภาพมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวทำให้น่าสนใจและดึงดูดผู้คนให้เข้ามาที่ Museum Shop จากการศึกษาการออกแบบของที่ระลึกใน National Museum of Singapore และพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ในประเทศสิงคโปร์พบว่าสิงคโปร์มีหน่วยงานที่ดูแล รับผิดชอบด้านการออกแบบ และจำหน่าย ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ มีชื่อว่า Museum Label ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ The National Heritage Board หรือ คณะกรรมการมรดกแห่งชาติ ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งของรัฐบาลสิงคโปร์ โดยมีหน้าที่ปกป้อง และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนที่หลากหลายของสิงคโปร์ เพื่อจุดประสงค์ ในด้านการศึกษา การสร้างประเทศและสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรม ด้วยความภาคภูมิใจในอดีต ซึ่งเป็นมรดกของอนาคต โดยการเฉลิมฉลองและแบ่งปันมรดกทางวัฒนธรรม (Museum Label. The National Heritage Board Accessed 12 August 2019 .

available from <https://www.nhb.gov.sg/support-us/support/shop>)



ภาพที่ 21 บรรยากาศหน้า Museum Shop



ภาพที่ 22 บรรยากาศภายใน Museum Shop ของ National Museum of Singapore



ภาพที่ 23 (ซ้าย) สัญลักษณ์ MUSEUM LABEL (ขวา) เหรียญที่ระลึกรูป Merlion



ภาพที่ 24 กระเป๋าผ้า ลวดลายออกแบบจากภาพขณะเครื่องเคลือบดินเผา และอาคารในสิงคโปร์



ภาพที่ 25 ช็อกโกแลต บรรจุภัณฑ์ออกแบบเป็นรูปเครื่องเคลือบดินเผาในพิพิธภัณฑ์ของสิงคโปร์ และพืชในสิงคโปร์



ภาพที่ 26 (ซ้าย) ภาดลวดลายออกแบบจากภาพวาดพืชในสิงคโปร์
(ขวา) งานพิมพ์ลายเส้นสถาปัตยกรรมในสิงคโปร์



ภาพที่ 27 พัด สมุด ปลอกหมอนอิง ลวดลายจากงานจิตรกรรม



ภาพที่ 28 ที่คั่นหนังสือ ผสมผสานวัฒนธรรมจีน – อินเดีย / สมุดสตีกเกอร์/สมุดภาพพระบายสี



ภาพที่ 29 (ซ้าย) แฟ้มเอกสาร ลวดลายมาจากผลงานศิลปินที่มีชื่อเสียงในสิงคโปร์
(ขวา) สมุดโน้ต ออกแบบจากลายผ้า



ภาพที่ 30 เสื้อยืดตลาดลอยออกแบบจากภาพชนะเครื่องเคลือบดินเผา ภาพถ่ายเก่าและอนุสาวรีย์
ในสิงคโปร์



ภาพที่ 31 Magnet จากภาพอาคารและอาหารประจำชาติสิงคโปร์



ภาพที่ 32 ตู้เหรียญที่ระลึก National Museum of Singapore

4.1.5 The Royal Mint Museum สหราชอาณาจักร

The Royal Mint Museum เป็นพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงเกี่ยวกับเหรียญ ก่อตั้งขึ้นเมื่อ ค.ศ. 2009 ในบริเวณเดียวกับ The Royal Mint พิพิธภัณฑ์มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาของประชาชนในด้านประวัติศาสตร์ของเหรียญ อีกทั้งประวัติของ The Royal Mint ซึ่งเป็นโรงกษาปณ์ขนาดใหญ่ ที่มีเครื่องจักรผลิตเหรียญที่ทันสมัย และมีประสบการณ์ในการออกแบบและผลิตเหรียญมาเป็นเวลา 1,100 ปี ซึ่งเดิมเป็นกิจการของราชวงศ์อังกฤษ แต่ปัจจุบันอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของรัฐบาลอังกฤษ The Royal Mint Museum บริหารงานโดยบริษัทที่แยกออกมาจาก The Royal Mint ภายในพิพิธภัณฑ์มีการจัดแสดงเหรียญต่าง ๆ ของสหราชอาณาจักรอย่างครบถ้วน รวมทั้งอุปกรณ์ในการออกแบบและการผลิตเหรียญ เช่น เครื่องมือต้นแบบ และแม่พิมพ์เหรียญซึ่งถือว่าเป็นงานศิลปะอย่างหนึ่ง

ของที่ระลึกใน The Royal Mint Museum มีหลายระดับราคา แต่ส่วนใหญ่มีราคาสูงมาก ซึ่ง The Royal Mint ตั้งใจที่จะทำให้เหมาะกับการเป็นของขวัญ ได้แก่ เหรียญที่ระลึก เครื่องประดับ และของใช้ต่าง ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ผลิตจากโลหะเงิน และทองคำ แรงบันดาลใจในการออกแบบของที่ระลึกส่วนใหญ่มาจากเหรียญ มีการนำความเชื่อเรื่องโชคกลางจากเหรียญเงินหกเพนนี ที่เชื่อว่าทำให้โชคดีและมีความสุขในชีวิตคู่มาใช้ในการออกแบบด้วย ของที่ระลึกอีกส่วนหนึ่งไม่มีความเกี่ยวข้องกับเหรียญ แต่เป็นของที่ระลึกที่ทำจากวัสดุที่ใช้ผลิตเหรียญ เช่น โลหะเงิน และทองคำ ออกแบบเป็นรูปทรงอิสระ/รูปทรงธรรมชาติ เช่น รูปทรงของดอกไม้ และมีการออกแบบของที่ระลึกสำหรับผู้ใหญ่ซื้อให้เป็นของขวัญแก่เด็ก เช่น การ์ดรูปการ์ตูนบรรจเหรียญ กระปุกออมสิน และเหรียญที่ระลึกพิมพ์ลวดลายจากตัวละครในวรรณกรรมสำหรับเด็กของอังกฤษ ได้แก่ Peter Rabbit และ Paddington Bear และการ์ตูนที่เป็นที่นิยมของอังกฤษเรื่อง Shaun the Sheep เป็นต้น ซึ่งตัวละครในวรรณกรรมและการ์ตูนเหล่านี้ ถูกใช้เป็นมาสคอตชั่วคราวของพิพิธภัณฑ์อีกด้วย ส่วนของที่ระลึกที่มีราคาย่อมเยา ได้แก่ ไปสการ์ด กระเป๋ากา แก้วน้ำ เป็นต้น นอกจากนี้มีของที่ระลึกสำหรับเก็บสะสมเหรียญ เช่น อัลบั้มสำหรับเก็บเหรียญ (The Royal Mint Museum. **About the Museum.** Accessed 22 May 2020. available from <http://www.royalmintmuseum.org.uk/about-us/index.html>)



ภาพที่ 33 บรรยากาศของ The Royal Mint Gift Shop

ที่มา : The Royal Mint. **The Gift Shop**. Accessed 22 May 2020. available from <https://www.royalmint.com/the-royal-mint-experience/guided-tour/>



ภาพที่ 34 ด้านหน้าอาคาร The Royal Mint Museum มี Shaun the Sheep เป็นมาสคอต
ชั่วคราวของพิพิธภัณฑ์

ที่มา : The Royal Mint. **Opening Hours**. Accessed 22 May 2020. available from <https://www.royalmint.com/the-royal-mint-experience/opening-hours/>



ภาพที่ 35 คอลเลคชันในปี 2020 Peter Rabbit และ มาสคอต Peter Rabbit

ที่มา : The Royal Mint. **The Evolution of Peter Rabbit™**. Accessed 22 May 2020. available from <https://www.royalmint.com/stories/collect/evolution-of-peter-rabbit/>



ภาพที่ 36 (ซ้าย) เหรียญที่ระลึก Paddington ราคา 1,020 ปอนด์ (กลาง) เหรียญที่ระลึก
Paddington ราคา 65 ปอนด์ (ขวา) อัลบั้ม ราคา 5 ปอนด์



ภาพที่ 37 เหรียญที่ระลึกรูปแบบต่าง ๆ เป็นสินค้าหลักของพิพิธภัณฑ์



ภาพที่ 38 (จากซ้ายไปขวา) ของที่ระลึกประเภทเครื่องประดับ ต่างหู ราคา 110 ปอนด์ จี้พร้อมสร้อย
ราคา 140 ปอนด์ เข็มกลัดเนคไท ราคา 950 ปอนด์ และ กระดุมข้อมือ ราคา 1,750 ปอนด์



ภาพที่ 39 (จากซ้ายไปขวา) คลิปเนคไท ราคา 125 ปอนด์ ที่คั่นหนังสือจากโลหะเงิน บรรจุเหรียญ
เงิน 6 เพนนี ราคา 100 ปอนด์ พวงกุญแจ ราคา 130 ปอนด์ คลิปสำหรับหนีบเงิน ราคา 135 ปอนด์



ภาพที่ 40 (ซ้าย) การ์ดรูปการ์ตูนบรรจุกเหรียญ ราคา 30 ปอนด์ (กลาง) สร้อยคอรูปตุ๊กตาหมี ราคา 50 ปอนด์ (ขวา) กระปุกออมสินรูปหมูพิมพ์ลาย Peter Rabbit ราคา 95 ปอนด์



ภาพที่ 41 โปสการ์ดรูป The Royal Mint ในอดีต



ภาพที่ 42 (ซ้าย) กระเป๋าผ้า (กลาง) แก้วน้ำ (ขวา) สมุดจด



ภาพที่ 43 อัลบั้มสะสมเหรียญ ราคา 38, 7.95 และ 10.95 ปอนด์
ที่มา : The Royal Mint. **Gifts.** Accessed 22 May 2020. available from
<https://www.royalmint.com/gifts>

4.2 ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ประเทศไทย

พิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยที่นำมาเป็นตัวอย่างในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับของที่ระลึกในครั้งนี้มี 5 แห่ง ได้แก่

4.2.1 ศูนย์การเรียนรู้ธนาคารแห่งประเทศไทย

ศูนย์การเรียนรู้ธนาคารแห่งประเทศไทย ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ตรงข้ามวังบางขุนพรหม อาคารเดิมเคยเป็นโรงพิมพ์ธนบัตรของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งปัจจุบันได้ปรับปรุงและเปลี่ยนเป็นสถานที่จัดแสดงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์เศรษฐกิจ และวิวัฒนาการของเงินตราไทย เปิดให้ชมฟรีโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

Museum Shop ตั้งอยู่บริเวณชั้นที่ 1 ของอาคาร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ไม่ค่อยโดดเด่นสังเกตได้ยาก ของที่ระลึกออกแบบโดยได้รับแรงบันดาลใจจากลวดลายในธนบัตร และเงินตราโบราณต่าง ๆ เช่นเงินพดด้วง มีราคาจำหน่ายประมาณ 15 – 450 บาท



ภาพที่ 44 (ซ้าย) สมุดฉีกรูปเงินพดด้วง ราคา 15 บาท (ขวา) Magnet memo ออกแบบจากลวดลายบนธนบัตร ราคา 27 บาท



ภาพที่ 45 สมุดบันทึกราคา 40 และ 35 บาท



ภาพที่ 46 (ซ้าย) USB รูปทองคำแท่ง ราคา 300 บาท

(ขวา) พวงกุญแจจากเศษธนบัตร ราคา 15 บาท



ภาพที่ 47 (ซ้าย) หมวก ราคา 175 บาท (ขวา) ร่ม ราคา 190 บาท ออกแบบให้มีชื่อ สัญลักษณ์
ธนาคารแห่งประเทศไทย และลวดลายบางส่วนบนธนบัตร



ภาพที่ 48 (ซ้าย) กระเป๋าผ้าแคนวาส ออกแบบจากลวดลายบนธนบัตร ราคา 190 บาท
(ขวา) เครื่องเขียนจากกระดาษรีไซเคิล ราคา 85 บาท



ภาพที่ 49 (ซ้าย) ถุงผ้า พับเก็บได้ ลวดลายอาคารศูนย์การเรียนรู้ สถานที่สำคัญ และเงินตราโบราณ
ราคา 100 บาท (ขวา) พวงกุญแจ กระเป๋าสตางค์ ราคา 120 บาท

ที่มา : ศูนย์การเรียนรู้ธนาคารแห่งประเทศไทย. **สินค้าที่ระลึก**. เข้าถึงเมื่อ 16 ตุลาคม 2561

เข้าถึงได้จาก <https://www.botlc.or.th/shop>

4.2.2 หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (bacc)

หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (bacc) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2547 ที่บริเวณสี่แยกปทุมวัน อันเป็นใจกลางย่านธุรกิจที่สำคัญของกรุงเทพฯ จัดแสดงงานศิลปะร่วมสมัยของศิลปินทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีนิทรรศการหมุนเวียน และการจัดกิจกรรมทางศิลปะต่าง ๆ อยู่เสมอ

Museum Shop ของที่นี่เรียกว่า bacc Shop ตามด้วยย่อภาษาอังกฤษ ตั้งอยู่บนชั้นที่ 5 ของอาคารหอศิลป์ฯ จากการสัมภาษณ์พนักงานขายของ bacc Shop เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2561 ทำให้ทราบว่าของที่ระลึกใน bacc Shop มีทั้งของที่ระลึกที่หอศิลป์ฯ ออกแบบและผลิตเอง ซึ่งจะมีการพิมพ์ชื่อ bacc บนสินค้า ได้แก่ เสื้อยืด และกระเป๋าผ้า ของที่ระลึกส่วนใหญ่เป็นของที่ฝากจำหน่าย แต่มีภาพรวมเป็นไปในแนวทางเดียวกับหอศิลป์ฯ คือเป็นของที่ระลึกที่ออกแบบมาจางานศิลปะ และของที่ระลึกที่ออกแบบให้มีความเป็นไทยร่วมสมัย ของที่ระลึกที่ขายดีที่สุดของร้านคือ โปสการ์ด ราคาประมาณ 35 - 55 บาท ลูกค้าส่วนใหญ่ที่นิยมซื้อเป็นชาวต่างชาติ เนื่องจากมีราคาไม่แพง



ภาพที่ 50 บรรยากาศภายในร้าน bacc Shop



ภาพที่ 51 เสื้อยืดพิมพ์ชื่อ bacc และรูปอาคารหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 52 ตุ๊กตาที่แสดงอัตลักษณ์ความเป็นไทย



ภาพที่ 53 (ซ้าย) งานศิลปะรูปนางกวัก (กลางและขวา) โปสเตอร์ครูอาหารไทยและสถานที่ท่องเที่ยว



ภาพที่ 54 (ซ้าย) หมอนอิงผ้าขาม้า (ขวา) กระเป๋าผ้า



ภาพที่ 55 (ซ้าย) เสื้อยืดพิมพ์ภาพงานศิลปะ (ขวา) งานศิลปะ และหนังสือ



ภาพที่ 56 (ซ้าย) ต่างหู (กลาง) กระเป๋าและเข็มกลัด (ขวา) Souvenir Magnet รูปอาหารไทย และกระเป๋าผ้าบาติก

4.2.3 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร นับเป็นพิพิธภัณฑ์สถานสำหรับประชาชนแห่งแรกของประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อพ.ศ. 2402 ในบริเวณ “พระราชวังบวรสถานมงคล” หรือ “วังหน้า” ใกล้กับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ จัดแสดงศิลปโบราณวัตถุที่มีค่า อันเป็นมรดกของชาติไทย

Museum Shop ตั้งอยู่ใกล้ห้องจำหน่ายบัตรเข้าชมและห้องรับฝากสัมภาระ จากการสำรวจพบว่าของที่ระลึกภายในร้านเน้นความเป็นไทย แต่เป็นของที่ระลึกที่พบว่ามีการจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์อื่น ๆ ด้วย เช่น มิวเซียมสยาม และหอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร ซึ่งพนักงานขายให้ข้อมูลว่าของที่ระลึกในร้านทั้งหมดเป็นสินค้าฝากขายที่มาจากหลายบริษัท การออกแบบของที่ระลึกมีทั้งที่ออกแบบจากโบราณวัตถุในพิพิธภัณฑ์และออกแบบจากวัฒนธรรมไทย มีเพียงหนังสือเท่านั้นที่ผลิตโดยกรมศิลปากร ของที่ระลึกที่ขายดีประจำร้านคือโปสการ์ดและ Souvenir Magnet เนื่องจากมีราคาไม่สูง (สัมภาษณ์วันที่ 18 ตุลาคม 2562)

ส่วนที่น่าสนใจคือในการจัดนิทรรศการพิเศษ จีนซีฮองเต้ จักรพรรดิองค์แรกกับกองทัพทหารดินเผา ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 15 กันยายน – 15 ธันวาคม 2562 โดยความร่วมมือระหว่างกรมศิลปากร และสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้มีการจำหน่ายของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับนิทรรศการด้วย เป็นทหารดินเผาจำลองขนาดย่อส่วน และออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้แก่ เสื้อยืดคอกลม ปากกา ที่เปิดขวด และพวงกุญแจ ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้เข้าชมเป็นอย่างดี แต่ทั้งนี้ของที่ระลึกเหล่านี้ไม่มีแบรนด์โลโก้ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร เช่นกัน



ภาพที่ 57 บรรยากาศ Museum Shop พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร



ภาพที่ 58 หัวโขน รถตุ๊ก ๆ และมวยไทย สัญลักษณ์หนึ่งของประเทศไทย



ภาพที่ 59 (ซ้าย) Souvenir Magnet (สินค้าขายดี) ราคา 49 บาท
(ขวา) พวงกุญแจ (สินค้าขายดี) ราคา 49 บาท



ภาพที่ 60 (ซ้าย) เสื้อยืดลวดลายไทย (กลาง) กระเป๋าผ้าลายแผนที่เก่าสมัยอยุธยา ราคา 145 บาท
(ขวา) แก้วน้ำราคา 159 บาท



ภาพที่ 61 (ซ้าย) ปลอกหมอนอิงรูปควาย ราคา 250 บาท (ขวา) เข็มกลัดอาหารไทย



ภาพที่ 62 (ซ้าย) ปลอกหมอนราคา 390 บาท
(ขวา) ผ้าพันคอราคา 1,200 บาท แรงบันดาลใจมาจากชามเบญจรงค์



ภาพที่ 63 (ซ้าย) ตุ๊กตาดินเผารูปสัตว์ (ขวา) ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา

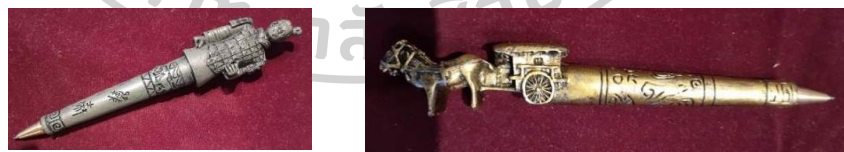
ของที่ระลึกในนิทรรศการพิเศษ จีนฮือฮ่งเต๋ จักรพรรดิองค์แรกกับกองทัพทหารดินเผา



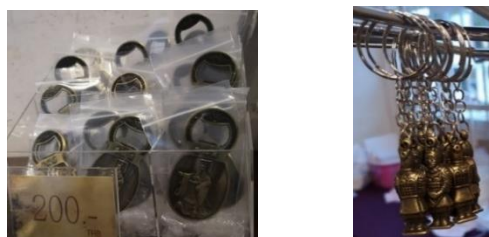
ภาพที่ 64 ตุ๊กตาทหารดินเผาจำลอง ราคา 100 – 18,000 บาท



ภาพที่ 65 เสื้อยืด ราคา 300 บาท



ภาพที่ 66 ปากกา ราคา 200 บาท



ภาพที่ 67 (ซ้าย) ที่เปิดขวด ราคา 200 บาท (ขวา) พวงกุญแจ ราคา 50 บาท

4.2.4 พิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ (Queen Sirikit Museum of Textiles)

พิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ (Queen Sirikit Museum of Textiles) ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2546 โดยใช้อาคารเดิมของพิพิธภัณฑ์คือหอระฆังการพิพัฒน์ ซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณพระบรมมหาราชวังเป็นที่ทำการ



ภาพที่ 68 อาคารพิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ
ที่มา : พิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ. **เกี่ยวกับเรา**. เข้าถึงเมื่อ
4 พฤษภาคม 2563 เข้าถึงได้จาก <http://www.qsmtthailand.org/th/about/history/>

Museum Shop พิพิธภัณฑ์ผ้าฯ ยึดมั่นในความเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร มีจุดมุ่งหมายในการส่งเสริมความเป็นไทย แนวคิดหลักในการออกแบบสินค้าที่ระลึก คือ ต้องการช่วยเหลือชาวบ้าน วัสดุที่ใช้จึงต้องมาจากมูลนิธิศิลปาชีพ โดยการนำผ้าและงานหัตถกรรมจากฝีมือชาวบ้านมาแปรรูปให้เป็นสินค้า ของที่ระลึกส่วนใหญ่เป็นสิพาสเทล (สีโทนอ่อนผสมสีขาว) เพื่อให้เชื่อมโยงกับฉลองพระองค์ของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจหลักในการออกแบบ เช่น นาลวดลายจากผ้าลูกไม้ในฉลองพระองค์มาพิมพ์เป็นลายลงบนแก้วน้ำ และร่ม เป็นต้น นอกจากนี้มีการออกแบบของที่ระลึกจากนิทรรศการหมุนเวียนต่าง ๆ ของพิพิธภัณฑ์ อีกทั้งกิจกรรมที่พิพิธภัณฑ์เกี่ยวข้องด้วย เช่น การแสดงโขน โดยมีการวางแผนงานร่วมกันระหว่างภัณฑารักษ์และทีมผลิตภัณฑ์ ซึ่งภัณฑารักษ์เป็นผู้วางแผนการจัดแสดง จากนั้นผู้ออกแบบจะพิจารณาวัตถุจัดแสดงที่เป็นชิ้นเด่น หรือชิ้นหลักในนิทรรศการตามที่ภัณฑารักษ์กำหนด มาออกแบบเป็นสินค้าที่ระลึก

พิพิธภัณฑ์เน้นการออกแบบสินค้าที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย ที่คนทั่วไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน ซึ่งต้องมีความสวยงาม โดยคำนึงถึงกระบวนการผลิต และราคาที่เหมาะสม มีอัตลักษณ์ และมีเรื่องราว การออกแบบต้องเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า การสังเกตพฤติกรรมของลูกค้าทำให้รู้จักลูกค้า และสนองตอบกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลายได้ ทั้งรูปแบบของสินค้าไปจนถึงการจัดวางสินค้า

เนื่องจากลูกค้าแต่ละชาติมีวัฒนธรรมการซื้อขายสินค้าที่ระลึกที่แตกต่างกัน เช่น นักท่องเที่ยวหญิงชาวจีนเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่นิยมซื้อของที่ระลึกฝากผู้อื่นจึงนิยมสินค้าราคาถูก ชิ้นเล็กและพกพาได้สะดวก การจัดวางสินค้าตามลูกค้ากลุ่มใหญ่ซึ่งมีเวลาน้อยที่ต้องรีบตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างรวดเร็ว จึงต้องวางสินค้าให้เพียงพอ และหยิบซื้อได้สะดวก สินค้าต้องมีความสวยงาม และผลิตได้ง่าย ใช้เวลาน้อย ต้นทุนต่ำ ทำให้ขายได้ง่าย เพราะราคาไม่แพง แต่ลูกค้าชาวยุโรป และญี่ปุ่น นิยมซื้อสินค้าที่ระลึกเพื่อตัวเอง และมักเป็นของที่ระลึกที่เกี่ยวกับนิทรรศการ จึงสามารถซื้อสินค้าราคาแพงได้

ด้วยข้อได้เปรียบของสถานที่ตั้งร้านที่อยู่ภายในพระบรมมหาราชวัง ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ทำให้มีลูกค้ากลุ่มใหญ่เข้าชม ประกอบกับการออกแบบแผนผังในอาคาร โดยการบังคับทางออกพิพิธภัณฑ์ให้ผ่าน Museum Shop ทำให้ผู้ชมส่วนใหญ่สนใจซื้อของที่ระลึก

จุดเด่นของสินค้าที่ระลึกพิพิธภัณฑ์ผ้าฯ คือ มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว และไม่วางขายที่อื่น สินค้ามีความเชื่อมโยงกับนิทรรศการ เป็นสินค้าที่ทำให้คิดถึงพิพิธภัณฑ์ เป็นสินค้าที่ลูกค้าสามารถนำไปใช้ร่วมกับของชิ้นอื่นที่มีอยู่ได้ สินค้าขายดี ได้แก่ ผ้าไหม และผ้าขาวเขา มีการควบคุมแนวทางการออกแบบให้สอดคล้องกับการตกแต่งร้าน สินค้าที่ระลึกที่ซื้อไปต้องทำให้ลูกค้าคิดถึงพิพิธภัณฑ์ผ้าฯ

มีข้อจำกัดในการออกแบบของที่ระลึกที่เกี่ยวกับความเป็นไทย และความเชื่อในทางนาฏศิลป์ เช่น ลายผ้าบางลายเป็นลายที่มีความหมาย มีความเป็นมงคล ไม่สามารถนำมาเป็นสินค้าบางชนิดได้ เช่น รongเท้า ซึ่งถือเป็นการไม่เคารพต่อความหมายในลายผ้า ในการออกแบบของที่ระลึกจึงต้องมีการถามความคิดเห็นจากที่ปรึกษา ก่อนเสมอ (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ Museum in Focus เรื่อง Museum Shop กับพิพิธภัณฑ์ จัดโดย มิวเซียมสยาม วันที่ 25 กรกฎาคม 2561 วิทยากร : ภัฏฐวรรณ ต้นหยงมาศ และวัลภา นิลพลอย เจ้าหน้าที่จากพิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ)

ตัวอย่างสินค้าที่ระลึกในร้านจำหน่ายของที่ระลึก ณ พิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระบรมราชินีนาถ



ภาพที่ 69 (ซ้าย) ผ้าเช็ดแวนตาลายผ้าบาติก ราคา 60 บาท (ขวา) สมุดบันทึกลายผ้าบาติก ราคา 250 บาท แรงบันดาลใจจากนิทรรศการผ้าบาติกในพระปิยมหาราช: สายสัมพันธ์สยามและชาว



ภาพที่ 70 (ซ้าย) หมวกนกสั้พาที่ ราคา ๓๙๐ บาท (ขวา) ต่างหูลงรักปิดทอง ราคา 650 บาท
ได้รับแรงบันดาลใจจากโขนมุขนิธิสังเสริมศิลปาชีพ ตอน สี่บรมราชา



ภาพที่ 71 (ซ้าย) ผ้าพันคอพิมพ์ลาย ราคา 800 บาท (กลาง) ร่ม ราคา 900 บาท
ได้รับแรงบันดาลใจจากนิทรรศการด้วยพลังแห่งรัก (ขวา) กระเป๋าคลัทช์ผ้าไหม ลวดลายได้รับแรงบันดาลใจจากนิทรรศการ งามสมบรมราชินีนาถ ราคา 3,200 บาท



ภาพที่ 72 (ซ้าย) ที่หุ้มพาสปอร์ตผ้าไหม ราคา 600 บาท (ขวา) หมวกประดับด้วยผ้าชาวเขา
ราคา 450 บาท



ภาพที่ 73 (ซ้าย) จิกซอว์โลกลิ้นโรงเลี้ยงไหม ราคา 75 บาท

(ขวา) ตุ๊กตากระดาษ ชุดไทยพระราชนิยม ราคา 90 บาท

ที่มา : พิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ (Queen Sirikit Museum of Textiles). ร้านพิพิธภัณฑ์. เข้าถึงเมื่อ 6 เมษายน 2563. เข้าถึงได้จาก

<http://www.qsmtthailand.org/th/shop/>

4.2.5 มิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑการเรียนรู้ (Museum Siam: Discovery Museum)

มิวเซียมสยาม เป็นพิพิธภัณฑการภายใต้การกำกับของสถาบันพิพิธภัณฑการเรียนรู้แห่งชาติ (สพร.) จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นต้นแบบของแหล่งเรียนรู้ที่น่านิยม และช่วยยกระดับมาตรฐานการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบใหม่ให้กับประชาชน โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนไทยเกี่ยวกับการสร้างสำนึกในการรู้จักตนเอง รู้จักเพื่อนบ้าน และรู้จักโลก สร้างแนวคิดและภาพลักษณ์ใหม่ของพิพิธภัณฑการในสังคมแห่งการเรียนรู้ ผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ และกิจกรรมสร้างสรรค์ เพื่อให้การเรียนรู้ประวัติศาสตร์และเรื่องราวต่างๆ เป็นไปอย่างสนุกสนานยิ่งขึ้น ร้านจำหน่ายของที่ระลึกของที่นี่เรียกว่า Muse Shop ตั้งอยู่ที่ชั้น 1 ของอาคาร ใกล้กับจุดจำหน่ายบัตรเข้าชม ของที่ระลึกมีทั้งที่พิพิธภัณฑการออกแบบเอง และเป็นสินค้าฝากขาย มีการจัดตำแหน่งการวางของที่ระลึกที่ออกแบบโดยพิพิธภัณฑการให้มีความโดดเด่นมากกว่าสินค้าจากผู้ประกอบการภายนอก



ภาพที่ 74 บรรยากาศภายใน Muse Shop

พันธกิจหลักของ Muse Shop (Museum Shop) ของมิวเซียมสยาม คือ เต็มเต็มความเป็นพิพิธภัณฑการ รองลงมาคือการหารายได้ เนื่องจากลูกค้าที่เข้าชมพิพิธภัณฑการต้องการของที่ระลึกกลับไป ของที่ระลึกใน Muse Shop ถือเป็นงานบริการ ที่มีเพื่อให้ผู้ชมสะดวกสบายและใช้เวลาในพิพิธภัณฑการนานขึ้น ประสบการณ์ในการเข้าชมพิพิธภัณฑการไม่เพียงแต่ชมนิทรรศการ แต่รวมถึงการบริการอื่นๆ ด้วย ของที่ระลึกที่จำหน่ายออกแบบจากนิทรรศการถาวร และนิทรรศการชั่วคราวโดยการดึงเนื้อหาของนิทรรศการออกมา และต้องมีประโยชน์ใช้สอยซึ่งต้องเชื่อมโยงกับเนื้อหาในนิทรรศการ และเลือกใช้วัสดุที่มีต้นทุนไม่สูงเพื่อให้ต้นทุนการผลิตต่ำ Muse Shop ต้องการให้เด็กสามารถซื้อของที่ระลึกได้ในราคา 20 บาท แต่ทั้งนี้ ราคาไม่ใช่ปัจจัยในการขายได้เสมอไป แต่ต้องควบคู่กับการออกแบบที่ตรง

กับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายด้วย ปัจจุบันของที่ระลึกที่ขายดี คือ กาชาปอง หรือตู้ไปหยอดเหรียญ ราคา 35 บาท ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของนักเรียน และนักศึกษา

Muse Shop เดิมบริหารโดยบุคคลภายนอกซึ่งประสบปัญหาขาดทุน ต่อมามิวเซียมสยามได้ทดลองบริหารงานเอง โดยการออกแบบและผลิตสินค้าเอง ให้เป็นแบรนด์ของพิพิธภัณฑ์ ซึ่งสามารถลดต้นทุนการผลิตลงไปได้มาก ลูกค้ากลุ่มใหญ่คือ เด็กนักเรียน และนักศึกษาเป็นหลัก มิวเซียมสยามจึงผลิตของที่ระลึกที่ตอบสนองลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ เช่น เครื่องเขียน เนื่องจากราคาถูก และสามารถใช้ได้ในชีวิตประจำวัน โดยสอดแทรกความสนุก ตลก ทำให้ขายได้ดี อีกทั้งการใช้สีสดใส และความเป็นไทยที่มีอยู่ในชีวิตประจำวันทำให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย ลูกค้ามีทั้งที่ซื้อของที่ระลึกให้ตนเอง และซื้อเป็นของขวัญแก่ผู้อื่น จึงใช้การประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์โดยใช้ถุงบรรจุสินค้าที่มีตราพิพิธภัณฑ์

การผลิตของที่ระลึกเองมีข้อดี คือ ทำให้ลดต้นทุนการผลิต ไม่เปลืองพื้นที่ในการจัดเก็บ เนื่องจากสามารถควบคุมปริมาณสินค้าได้ และสามารถทดลองตลาดได้ ซึ่งคุ้มกว่าการจ้างผลิตลดปัญหาสินค้าค้างสต็อก อุปกรณ์ที่พิพิธภัณฑ์ลงทุนซื้อเพื่อการผลิตของที่ระลึกเอง ได้แก่ เครื่องทำเข็มกลัด เครื่องพิมพ์ภาพลงบนวัสดุ และเครื่องพิมพ์ผ้า การผลิตของที่ระลึกเองทำให้สามารถผลิตสินค้าได้เร็ว และสามารถต่อยอดการทำงานในส่วนอื่นได้ ของที่ระลึกบางชนิดที่ขายไม่ดี ทีมงานสามารถแก้ไขโดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ทำให้ขายดีขึ้น นอกจากของที่ระลึกที่ผลิตโดยพิพิธภัณฑ์แล้ว อีกส่วนหนึ่งเป็นสินค้าฝากขาย เนื่องจากพิพิธภัณฑ์ไม่สามารถผลิตของที่ระลึกเองทั้งหมดได้ จำเป็นต้องมีสินค้าฝากขายเพื่อเติมเต็มร้าน แต่มีการเลือกสินค้าที่มีความเชื่อมโยงกับเนื้อหาของนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์ และตรงกับสิ่งที่พิพิธภัณฑ์ต้องการ ปัจจุบัน Muse Shop มีสินค้าฝากขายมากถึง 20 กว่ายี่ห้อ

สินค้าใน Muse Shop เป็นมากกว่าของที่ระลึก แต่เป็นสิ่งของที่สร้างประสบการณ์ จึงมีสินค้าที่ลูกค้าได้เป็นผู้ผลิตหรือออกแบบเอง โดยมีแรงบันดาลใจมาจากร้าน MUJI ของญี่ปุ่น มีสินค้าคือกระเป๋าผ้า และสมุดบันทึกที่ลูกค้าออกแบบและพิมพ์ลงด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังมีตู้พิมพ์ภาพด้วยตนเอง และตู้เหรียญที่ระลึก

ของที่ระลึกใน Muse Shop มีการออกแบบใหม่อยู่เสมอ เป็นของที่ระลึกที่มีเรื่องราว และเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนนิทรรศการ โดยทีมงานมีการปรึกษากันเพื่อทราบประเด็นที่นิทรรศการต้องการเล่า จากนั้นจึงหาวัสดุที่เชื่อมโยงกับนิทรรศการ และหา Gimmick หรือลูกเล่นมาใช้ในการออกแบบ ซึ่งนักออกแบบให้ความสำคัญกับนิทรรศการทุกห้อง โดยมีของที่ระลึกหลัก 3 ประเภท ได้แก่ ของที่ระลึกที่มีตราสัญลักษณ์มิวเซียมสยาม ของที่ระลึกที่ตอบโจทย์นิทรรศการ ของที่ระลึกที่มีเนื้อหา หรือภาพจำตรงกับนิทรรศการ โดยมีต้นทุนคือวัฒนธรรมไทย มีสัดส่วนการผลิตแยกตามกลุ่มเป้าหมาย ซึ่ง 50% ของสินค้าที่ระลึกในร้าน คือ เครื่องเขียน มีการเก็บสถิติสินค้าขายดี และผลิตตามอันดับสินค้าขายดี ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงการออกแบบบ้างบางส่วน ส่วนสินค้าที่ขายไม่ดีแต่เป็นสินค้าที่ควรมีนั้น ยังจำเป็นต้องผลิตออกมาจำหน่าย ผู้บริหารมีส่วนช่วยในการตัดสินใจ กลั่นกรอง

ในการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของ Muse Shop ในระดับหนึ่ง ของที่ระลึกบางชิ้นถูกผู้บริหารตั้ง
 ในประเด็นความอ่อนไหวต่อความเชื่อของคนไทย เช่น ยางลบรูปศาลพระภูมิ ซึ่งอาจหมิ่นเหม่ต่อความ
 เชื่อ หรืออาจถูกมองเป็นการลบหลู่ แต่เมื่อจำหน่ายจริงยังไม่มีผู้ตำหนิ (ข้อมูลจากการสัมมนา Museum
 in Focus เรื่อง Museum Shop กับ พิพิธภัณฑิ์ จัดโดยมิวเซียมสยาม วันที่ 25 กรกฎาคม 2561
 วิทยากร : ทีมผลิตภัณฑ์มิวเซียมสยาม)

ของที่ระลึกที่ผลิตโดยเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑิ์ในร้าน Muse Shop ของ มิวเซียมสยาม



ภาพที่ 75 (ซ้าย) พวงกุญแจ ราคา 54 – 90 บาท (ขวา) เข็มกลัด ราคา 36 บาท



ภาพที่ 76 แฟ้มเอกสาร ราคา 30 บาท



ภาพที่ 77 (ซ้าย) ดินสอพร้อมยางลบรูปศาลพระภูมิ ราคา 35 บาท (กลาง) ดินสอพิมพ์ชื่อ MUSEUM
 SIAM ราคา 12 บาท (ขวา) ยางลบ ราคา 6 บาท

ของที่ระลึกจากนิทรรศการหมุนเวียน ในร้าน Muse Shop ของ มิวเซียมสยาม



ภาพที่ 78 เทปยันต์ ราคา 100 บาท พวงกุญแจและที่เปิดขวด ราคา 28 บาท
แท็กห้อยกระเป๋า ราคา 119 บาท

สินค้าฝากขายในร้าน Muse Shop ของ มิวเซียมสยาม



ภาพที่ 79 (ซ้าย) ที่รองแก้วรูปเหรียญกษาปณ์ ราคา 180 บาท (ขวา) Magnet ราคา 150 บาท



ภาพที่ 80 (ซ้าย) Magnet ราคา 150 บาท มีข้อความให้ความรู้ในบรรจุภัณฑ์
(ขวา) ลูกอมรสอาหารไทย



ภาพที่ 81 (ซ้าย) โปสการ์ด ราคา 59 บาท (ขวา) สติ๊กเกอร์ และสมุดเป็นของที่ระลึกแทนบัตรเข้าชม

นอกจากของที่ระลึกประเภทเครื่องเขียน และของใช้ต่าง ๆ นั้น มิวเซียมสยามมีตู้หยอดเหรียญที่ระลึกในนิทรรศการหมุนเวียนให้เก็บสะสม เช่นเดียวกับสถานที่ท่องเที่ยวและพิพิธภัณฑ์ในต่างประเทศที่มีตู้หยอดเหรียญที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวสามารถซื้อเหรียญที่ระลึก โดยมีกิจกรรมที่ต้องหยอดเหรียญและออกแรงหมุนเครื่องจักรด้วยตนเองจึงจะได้รับเหรียญ ซึ่งเหรียญ

ที่ระลึกดังกล่าว มักนำอัตลักษณ์ที่สำคัญของพิพิธภัณฑ์ หรือท้องถิ่น และนิทรรศการมาออกแบบ นอกจากนี้มีเหรียญที่ระลึกที่ผู้ใช้บริการสามารถออกแบบได้ด้วยตนเองอีกด้วย



ภาพที่ 82 เหรียญที่ระลึกในนิทรรศการหมุนเวียน ของมิวเซียมสยาม



ภาพที่ 83 ตู้หยอดเหรียญที่ระลึกจากแหล่งท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น



ภาพที่ 84 เหรียญที่ระลึกในร้านค้าพิพิธภัณฑ์ของ National Museum of Nature and Science ประเทศญี่ปุ่น บริการสลักชื่อหรือข้อความตามต้องการลงบนเหรียญ (เหรียญฮาจิ ราคา 400 เยน)



ภาพที่ 85 เหรียญที่ระลึกของไทยที่ผู้ชมสามารถออกแบบได้ด้วยตนเองที่ศูนย์การเรียนรู้วิวัฒนาการการผลิตเหรียญกษาปณ์และเครื่องราชอิสริยาภรณ์ สำนักกษาปณ์ รัชสิต

4.3 อภิปรายแนวคิดในการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ

จากการศึกษาพบว่า การออกแบบของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายใน Museum Shop ของพิพิธภัณฑ์ชั้นนำต่าง ๆ ทั้งไทยและต่างประเทศมีความโดดเด่นในด้านรูปแบบ คือ มีความสวยงามทันสมัย และมีความพิเศษ คือ พิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นผู้ออกแบบของที่ระลึกเอง โดยนำเอาอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์มาใช้ในการออกแบบ เพื่อให้ของที่ระลึกของตนมีความโดดเด่น เป็นที่จดจำ และแตกต่างจากพิพิธภัณฑ์อื่น ๆ ซึ่งอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ก็คือแนวความคิดหลักของการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์แต่ละแห่ง และวัตถุที่จัดแสดงในนิทรรศการนั่นเอง ดังเช่น ของที่ระลึกที่ขายดีของ The British Museum Shop มักเกี่ยวข้องกับวัตถุที่มีชื่อเสียงในความครอบครองของพิพิธภัณฑ์ เช่น โบราณวัตถุจากกรีก โรมัน และอียิปต์ ส่วน The Royal Mint Museum ซึ่งเป็นพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงเหรียญต่าง ๆ ของสหราชอาณาจักร และประวัติของโรงกษาปณ์อังกฤษ มีของที่ระลึกส่วนใหญ่เป็นเหรียญที่ระลึก และเครื่องประดับ/ของใช้ที่ทำจากโลหะซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญของโรงกษาปณ์ ส่วนธนาคารแห่งประเทศไทย ได้นำอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ ได้แก่ ธนบัตรและเงินตราโบราณต่าง ๆ มาออกแบบ เป็นต้น

การนำวัตถุจัดแสดงที่มีชื่อเสียง หรือเป็นวัตถุจัดแสดงหลักของพิพิธภัณฑ์มาออกแบบเป็นของที่ระลึก เป็นการแสดงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ และทำให้ภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์มีความชัดเจน ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์จึงมักออกแบบโดยผู้เรื่องราวให้เชื่อมโยงกับนิทรรศการ นอกจากนั้นมีการนำวัฒนธรรมประจำชาติ และวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นมาออกแบบเป็นของที่ระลึกด้วย เพราะพิพิธภัณฑ์ย่อมตั้งอยู่ในท้องถิ่น ในเมือง และประเทศที่แวดล้อมด้วยวัฒนธรรมเฉพาะของแต่ละแห่ง ของที่ระลึกใน Museum Shop ที่ออกแบบโดยพิพิธภัณฑ์เป็นสินค้าที่เป็นกรรมสิทธิ์ของพิพิธภัณฑ์แห่งนั้นเท่านั้น โดยมีการออกแบบและผลิตในจำนวนจำกัด ไม่มีจำหน่ายโดยทั่วไป ยกเว้นที่เป็นสาขาของพิพิธภัณฑ์ ดังนั้นจึงมีความพิเศษกว่าสินค้าโดยทั่วไปในท้องตลาด ซึ่งผลิตในจำนวนมาก นอกจากนี้ มีการคัดเลือกนำของที่ระลึกจากผู้ผลิตรายย่อยต่าง ๆ ที่มีการออกแบบซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ และล้วนแล้วแต่มีการคัดสรรมาอย่างดีมาจำหน่าย เพราะถือเป็นภาพลักษณ์และเป็นการแสดงตัวตนของพิพิธภัณฑ์

หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (bacc) มีของที่ระลึกที่ออกแบบโดยพิพิธภัณฑ์น้อยเกินไป ของที่ระลึกส่วนใหญ่เป็นสินค้าฝากขาย แต่ควบคุมให้อยู่ในทิศทางเดียวกับหอศิลป์ฯ คือ เป็นของที่ระลึกที่ออกแบบจากงานศิลปะ และของที่ระลึกที่ออกแบบจากวัฒนธรรมไทย ซึ่งพบว่าบางประเภท เช่น โปสการ์ดเป็นแบบเดียวกับที่มิวเซียมสยาม ทำให้รู้สึกได้ถึงความไม่พิเศษที่สามารถพบของที่ระลึกแบบเดียวกันได้จากที่อื่น

พิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ มีการออกแบบของที่ระลึกที่มีความสวยงาม มีคุณภาพดี มีอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ที่ชัดเจน ไม่สามารถหาได้จากที่อื่น แต่มีราคาโดยรวมค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์โดยทั่วไปในประเทศไทย

มิวเซียมสยามมีทั้งของที่ระลึกที่ออกแบบโดยพิพิธภัณฑ์เอง ซึ่งมีตราสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์ที่เด่นชัด โดยออกแบบตามเนื้อหาของนิทรรศการถาวร และนิทรรศการหมุนเวียน ซึ่งส่วนใหญ่คือความเป็นไทยร่วมสมัยที่อยู่ในวิถีชีวิตประจำวันของผู้คน ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนของพิพิธภัณฑ์ ส่วนสินค้าฝากขายเป็นการออกแบบจากวัฒนธรรมไทยเช่นเดียวกัน จึงทำให้ของที่ระลึกใน Museum Shop เป็นธีมเดียวกันกับพิพิธภัณฑ์ ของที่ระลึกสามารถประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ได้ดี มีถุง Shopping Bag สกรีนชื่อพิพิธภัณฑ์ ซึ่งสามารถให้เป็นของฝาก ของขวัญที่ทำให้ผู้รับรู้จักพิพิธภัณฑ์ได้ การที่เจ้าหน้าที่ได้รับอิสระในการคิด ทดลอง และออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญหนึ่งที่ทำให้ Muse Shop ของมิวเซียมสยามประสบความสำเร็จ

พิพิธภัณฑ์หลายแห่งมีการให้ความรู้ควบคู่ไปกับของที่ระลึก ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เป็นมากกว่าของที่ระลึกในร้าน Gift Shop โดยทั่วไป The British Museum สหราชอาณาจักร เป็นพิพิธภัณฑ์ที่เด่นชัดในการให้ความรู้ โดยการแนบเอกสารให้ความรู้ไปกับของที่ระลึกทุกชิ้น รวมทั้งการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับที่มาและแรงบันดาลใจในการออกแบบของที่ระลึกแต่ละชิ้นใน website ร้านค้าออนไลน์ของพิพิธภัณฑ์ เช่นเดียวกับ The Royal Mint และพิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่มีการให้ความรู้โดยบอกที่มาของแรงบันดาลใจการออกแบบไว้ในร้านค้าออนไลน์ของพิพิธภัณฑ์

วิธีการให้ความรู้ในของที่ระลึกนอกจากใช้เอกสารแนบไปกับของที่ระลึกแล้ว มีวิธีการอื่น ๆ เช่น การออกแบบให้มีข้อความที่เป็นความรู้อยู่บนของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นแนวทางที่พิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่นิยมใช้ ทั้ง National Museum of Korea National Museum of Singapore มิวเซียมสยาม หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (bacc) ศูนย์การเรียนรู้ธนาคารแห่งประเทศไทย และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร ซึ่งข้อความที่เป็นความรู้เหล่านี้ มักเป็นข้อความ หรือ ประโยคสั้น ๆ ที่อธิบายถึงของที่ระลึกชิ้นนั้น ๆ เช่น สมุดโน้ตของ National Museum of Korea หน้าปกเป็น งานจิตรกรรมเกาหลีสมัยโบราณ ด้านในของปกสมุดมีคำบรรยายเกี่ยวกับงานจิตรกรรมที่นำมาออกแบบปก ส่วน Red Dot Design Museum ประเทศสิงคโปร์ ใช้การวางป้ายคำบรรยายที่เป็นความรู้ไว้ข้าง ๆ ของที่ระลึก

จากการสำรวจไม่พบว่า Kyoto National Museum มีการให้ข้อมูลความรู้ในของที่ระลึกแต่อย่างใด แต่มีจุดเด่น คือ ของที่ระลึกที่ออกแบบจากมาสคอตของพิพิธภัณฑ์ซึ่งมีที่มาจากงานจิตรกรรมภาพเสือในศตวรรษที่ 18 ซึ่งออกแบบเป็นตัวการ์ตูนที่มีความน่ารัก และเป็นของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย สามารถใช้ได้ในชีวิตประจำวัน

Kyoto National Museum และ National Museum of Korea ไม่อนุญาตให้มีการถ่ายภาพในห้องจัดแสดงนิทรรศการ การนำผลงานศิลปะมาออกแบบเป็นที่ระลึก จึงเป็นการทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงและครอบครองงานศิลปะวัตถุที่สำคัญของพิพิธภัณฑ์ได้วิธีหนึ่ง ทั้ง The British Museum National Museum of Korea และ Kyoto National Museum ออกแบบของที่ระลึกโดยไม่ยึดติดกับกรอบของคุณค่าความเป็นผลงานระดับโลก หรือผลงานชั้นเยี่ยมที่สร้างสรรค์โดยศิลปินคนสำคัญ ซึ่งอาจมองได้ว่าถูกทำให้ลดทอนคุณค่าลงด้วยการดัดแปลงให้เป็นสินค้าราคาถูก ซึ่งทำให้คนทั่วไปสามารถครอบครองได้ ต่างจากความเป็นจริงที่ผลงานเหล่านั้นมีมูลค่าและคุณค่าสูง และเป็นสมบัติของพิพิธภัณฑ์ที่ผู้ชมไม่สามารถสัมผัสและแตะต้องได้

การประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ผ่านของที่ระลึก โดยการออกแบบของที่ระลึกที่มีชื่อ/สัญลักษณ์/รูปอาคารและมาสคอตของพิพิธภัณฑ์ รวมทั้งถุง Shopping Bag เป็นแนวทางที่พิพิธภัณฑ์หลายแห่งใช้อย่างได้ผล เพื่อให้ของที่ระลึกเป็นตัวแทนของพิพิธภัณฑ์ที่ผู้คนสามารถจดจำได้ดี และเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์

The British Museum, National Museum of Korea, Kyoto National Museum มิวเซียมสยาม ศูนย์การเรียนรู้ธนาคารแห่งประเทศไทย และพิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ มีของที่ระลึกที่ช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากออกแบบให้ส่งเสริมภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน รวมทั้งถุง Shopping bag ก็มีชื่อและสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์

National Museum of Singapore จำหน่ายของที่ระลึกภายใต้การออกแบบของ Museum Label ซึ่งนำมรดกทางวัฒนธรรมของสิงคโปร์มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบของที่ระลึกจาก Museum Label มีความสวยงาม ทันสมัย มีความหลากหลายทั้งประเภทของสินค้า และราคา ซึ่งเหมาะสมกับผู้ใช้บริการแต่ละเพศและช่วงวัยที่แตกต่างกัน แต่เป็นของที่ระลึกที่มีรูปแบบเดียวกันกับที่วางจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์หลาย ๆ แห่งของสิงคโปร์นอกเหนือจากที่ National Museum of Singapore เช่นที่ Singapore Indian Heritage Museum และ Museum Civilization Singapore ดังนั้นจึงทำให้ขาดอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์แต่ละแห่งไป และไม่สามารถประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ได้เท่าที่ควร เนื่องจากไม่มีแบรนด์เฉพาะของพิพิธภัณฑ์ และแม้แต่ถุง Shopping bag ก็ไม่สามารถประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ได้ เนื่องจากพิมพ์ชื่อ Museum Label ไม่ใช่ชื่อ National Museum of Singapore มีเพียงเหรียญที่ระลึกเท่านั้นที่มีชื่อ National Museum of Singapore ปรากฏอยู่

เช่นเดียวกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร ที่ยังไม่มีกรออกแบบของที่ระลึกเฉพาะพิพิธภัณฑ์ทั้ง ๆ ที่มีพิพิธภัณฑ์อยู่ในความดูแลจำนวนมาก ใน Museum Shop มีเพียงหนังสือวิชาการเท่านั้นที่ผลิตโดยกรมศิลปากร จึงเป็นที่น่าเสียดายที่ไม่มีของที่ระลึกที่มาจากกรออกแบบ

ของพิพิธภัณฑ์โดยเฉพาะ ดังนั้นจึงไม่มีของที่ระลึกที่เป็นแบรนด์โลโก้ของพิพิธภัณฑ์เลย ซึ่งทำให้ไม่สามารถประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ผ่านของที่ระลึกได้

ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ มักมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน และออกแบบของที่ระลึกที่เหมาะสมกับผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่ม เช่น ของที่ระลึกใน The Royal Mint Museum มีหลายระดับราคา ตั้งแต่โปสการ์ดราคา 5 ปอนด์ ไปจนถึงชุดเหรียญทองคำที่ระลึก Britannia 2015 ราคา 2,895 ปอนด์ ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ต่างประเทศส่วนใหญ่มีราคาสูง เนื่องจากผู้ใช้บริการมีกำลังซื้อสูง ต่างจากผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย ดังนั้นราคาของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่ของประเทศไทยจึงมีราคาไม่สูงมากนัก เพื่อให้เหมาะสมตามสภาพเศรษฐกิจไทย

การออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ธนาคารแห่งประเทศไทย ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค มีจุดเด่นที่ราคาถูก ต่ำสุด คือ 10 บาท ได้แก่ ที่รองแก้ว สมุดฉีก และชุดเครื่องเขียน จากการสังเกตการณ์ในร้านจำหน่ายของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ เมื่อวันที่ 28 มกราคม 2563 พบว่า ผู้ใช้บริการสามารถตัดสินใจซื้อของที่ระลึกที่มีราคาถูกได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว และซื้อเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่นำไปเป็นของฝาก

ถุง Shopping Bag ของพิพิธภัณฑ์สามารถเป็นสื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ได้ด้วย จากสัญลักษณ์และชื่อที่ชัดเจน นอกจากนี้ มีการออกแบบของที่ระลึกที่น่าสนใจ คือ การนำวัสดุเหลือใช้จากเศษธนบัตรมาออกแบบเป็นของที่ระลึกโดยบรรจุไว้ในพวงกุญแจ เป็นการสร้างมูลค่าให้กับสิ่งที่เกือบไร้ประโยชน์ และกำลังจะถูกทำลายให้กลายเป็นสิ่งที่มีค่า มีราคาขึ้นมา

มิวเซียมสยามเป็นตัวอย่างของพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย ที่ให้ความสำคัญกับการออกแบบของที่ระลึกโดยคำนึงถึงผู้ใช้บริการซึ่งเป็นเด็กและเยาวชนเป็นหลัก ดังนั้นจึงมีการควบคุมต้นทุนการผลิตด้วยวิธีต่าง ๆ เพื่อให้ได้ของที่ระลึกที่มีราคาเหมาะสม เพื่อให้เด็กและเยาวชนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของพิพิธภัณฑ์สามารถซื้อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ได้

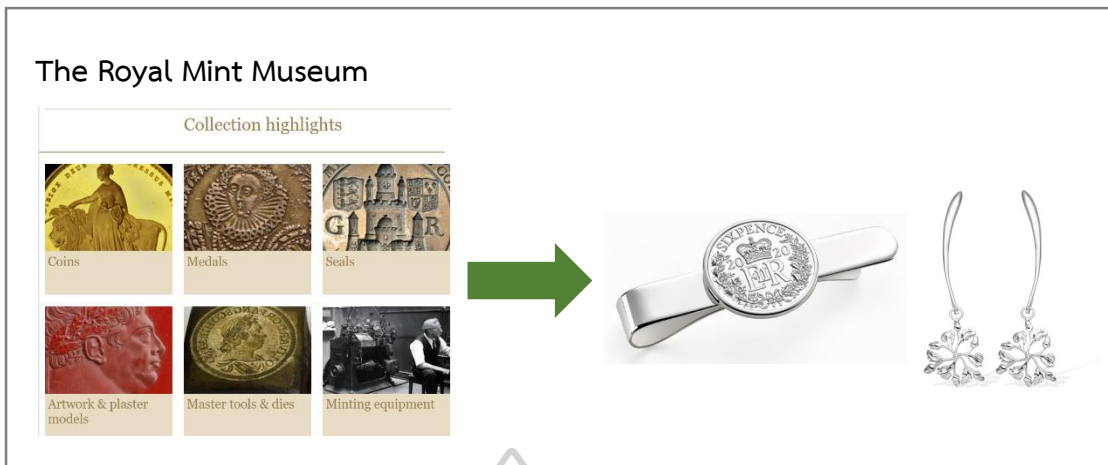
4.4 ข้อสังเกตจากการศึกษาของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ทั้งต่างประเทศและในประเทศไทย

จากการศึกษาการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ต่างประเทศ 5 แห่ง และพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย 5 แห่ง สามารถสรุปได้ว่า พิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ มีแนวทางในการออกแบบของที่ระลึกในลักษณะ และรูปแบบ ดังนี้

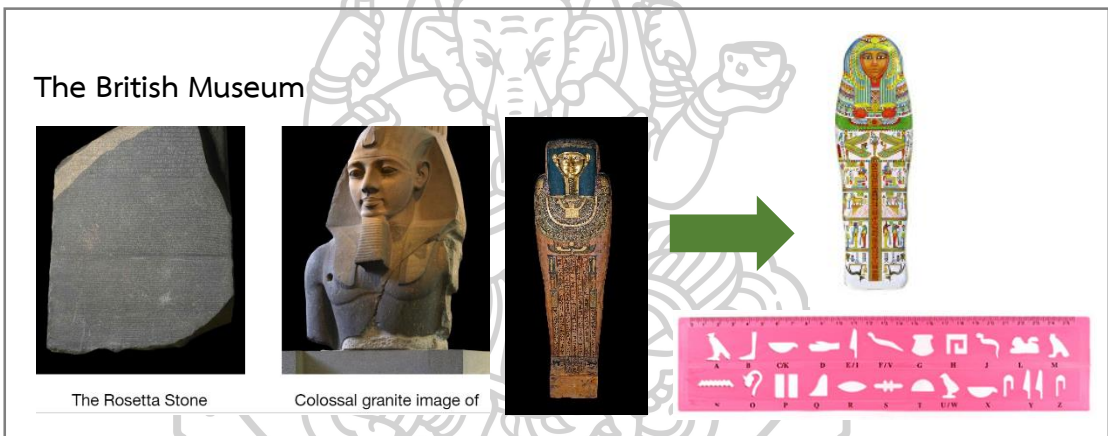
4.4.1 การออกแบบของที่ระลึกเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์

พิพิธภัณฑ์แต่ละแห่งมีความแตกต่างกันด้วยวัตถุจัดแสดงและเนื้อหาที่จัดแสดง ซึ่งการออกแบบของที่ระลึกสามารถออกแบบจากวัตถุที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์แห่งนั้น ที่มีความโดดเด่นเป็นพิเศษ จนกลายเป็นอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ที่สามารถสื่อถึงความเป็นพิพิธภัณฑ์ได้ เช่น The Royal Mint Museum เป็นพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงเกี่ยวกับเหรียญ และโรงกษาปณ์ ของที่ระลึกจึงเน้นไปที่เหรียญ และโลหะที่ใช้ผลิตเหรียญ The British Museum มีวัตถุจัดแสดงที่โดดเด่น คือ วัตถุจัดแสดงจากอารยธรรมอียิปต์ จึงออกแบบของที่ระลึกจากอารยธรรมอียิปต์ เช่น กล่องใส่ดินสอรูปหีบพระศพฟาโรห์ ไม้บรรทัดตกแต่งด้วยลวดลายอักษรเฮียโรกริฟฟิกของอียิปต์ ฯลฯ ส่วนศูนย์การเรียนรู้ธนาคารแห่งประเทศไทย ออกแบบโดยนำลวดลายบางส่วนในธนบัตรมาพิมพ์ลงบนของที่ระลึกชนิดต่าง ๆ เป็นต้น

การออกแบบสำหรับจำหน่ายเพียงอย่างเดียว ทำให้ของที่ระลึกนั้นมีความพิเศษ ที่ไม่อาจหาได้จากที่อื่น เช่น ของที่ระลึกจากพิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และศูนย์การเรียนรู้ธนาคารแห่งประเทศไทย แต่หลาย ๆ พิพิธภัณฑ์ไม่สามารถดำเนินการเช่นนี้ได้ เนื่องจากจำเป็นต้องมีสินค้าฝากขายจากร้านอื่น ๆ เข้ามาวางจำหน่ายเพื่อเติมเต็ม Museum Shop ให้มีจำนวนสินค้ามากพอสำหรับการเลือกซื้อ เพื่อให้ร้านค้ามีความน่าสนใจ เช่น มิวเซียมสยาม ที่มีร้านค้าฝากขายใน Muse Shop กว่า 20 ร้าน เช่นเดียวกับหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร ซึ่งทั้ง 3 แห่งนี้พบว่ามีของที่ระลึกฝากขายบางประเภทที่เป็นชนิดเดียวกัน ปัญหานี้เป็นปัญหาที่คล้ายกับพิพิธภัณฑ์ในประเทศสิงคโปร์ที่ออกแบบของที่ระลึกโดยหน่วยงานเดียว คือ Museum Label และกระจายการจำหน่ายไปในอีกหลายพิพิธภัณฑ์ ทำให้สามารถพบของที่ระลึกชนิดเดียวกันได้ในหลายพิพิธภัณฑ์ในสิงคโปร์ ซึ่งการแก้ปัญหาของพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ในด้านความซ้ำซ้อนของสินค้า คือ การที่แต่ละพิพิธภัณฑ์มีของที่ระลึกที่ออกแบบจากนิทรรศการหมุนเวียนอยู่เสมอ หรือควรทำความตกลงกับร้านค้าในการที่จะไม่รับของที่ระลึกชนิดเดียวกันกับที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์อื่นมาจำหน่าย หรือการกำหนดให้มีสัดส่วนของของที่ระลึกฝากขายน้อยกว่าของที่ระลึกที่ออกแบบโดยพิพิธภัณฑ์



ภาพที่ 86 อัตลักษณ์ของ The Royal Mint Museum และของที่ระลึก



ภาพที่ 87 อัตลักษณ์ของ The British Museum และของที่ระลึก



ภาพที่ 88 อัตลักษณ์ของศูนย์การเรียนรู้ธนาคารแห่งประเทศไทย และของที่ระลึก

พิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ



ภาพที่ 89 อุตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และของที่ระลึก

4.4.2 การออกแบบของที่ระลึกเพื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์

การออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ล้วนมีแนวคิดหลักในการออกแบบของที่ระลึกเพื่อการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ ซึ่งสามารถทำได้โดยการออกแบบให้มีชื่อ ตราสัญลักษณ์ รูปอาคารพิพิธภัณฑ์ หรือ วัสดุของพิพิธภัณฑ์ให้ปรากฏอยู่บนของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์ อีกทั้ง Shopping Bag

ตราสัญลักษณ์และสโลแกนสั้น ๆ สามารถใช้เพื่อกระตุ้นความสนใจซึ่งจะต้องมีลักษณะที่ดึงดูดใจ และทำให้จดจำได้ง่าย เพื่อใช้เป็นภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ และใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ผู้คนจดจำ และสามารถสื่อสารได้ว่าเป็นพิพิธภัณฑ์เกี่ยวกับสิ่งใด เช่น The British Museum Shop ซึ่งออกแบบให้มีชื่อและสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์เป็นรูปอาคารปรากฏอยู่บนของที่ระลึกบางชนิดอย่างชัดเจน

The British Museum



ภาพที่ 90 ตัวอย่างของที่ระลึกจากรูปแบบอาคารของ The British Museum

Kyoto National Museum



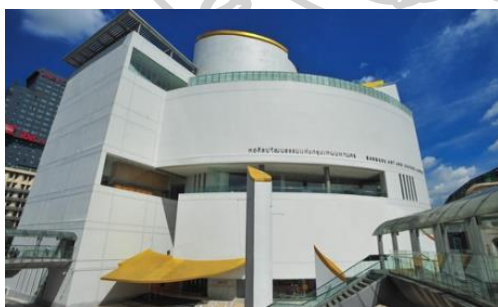
ภาพที่ 91 ตัวอย่างของที่ระลึกจากรูปแบบอาคารของ Kyoto National Museum

National Museum of Singapore



ภาพที่ 92 ตัวอย่างของที่ระลึกจากรูปแบบอาคารของ National Museum of Singapore

หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (bacc)



ภาพที่ 93 ตัวอย่างของที่ระลึกจากรูปแบบอาคารหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (bacc)

พิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ



ภาพที่ 94 ตัวอย่างการออกแบบของที่ระลึกจากรูปแบบอาคารพิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

Kyoto National Museum



ภาพที่ 95 ตัวอย่างการออกแบบของที่ระลึกจากมาสคอตของ Kyoto National Museum

มิวเซียมสยาม



ภาพที่ 96 ตัวอย่างการออกแบบของที่ระลึกจากสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์ของมิวเซียมสยาม

4.4.3 การออกแบบโดยให้ความรู้เป็นส่วนหนึ่งในของที่ระลึก

พิพิธภัณฑ์เป็นแหล่งให้ความรู้ที่ผลิตเพลทิน ดังนั้นของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์จึงยังคงต้องทำหน้าที่ทั้ง 2 ด้านนี้ควบคู่กัน ซึ่งการให้ความรู้เป็นส่วนหนึ่งในของที่ระลึก สามารถทำได้ 3 แนวทาง ได้แก่

1) การแนบเอกสารแนบให้ความรู้ไปกับของที่ระลึกทุกชิ้น เช่น ของที่ระลึกที่ The British Museum Shop

2) การออกแบบให้ความรู้เป็นส่วนหนึ่งของของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์ เช่น National Museum of Korea

3) การเผยแพร่ความรู้ และที่มาของแรงบันดาลใจในการออกแบบผ่านทางเว็บไซต์ ร้านจำหน่ายของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์แบบออนไลน์ เช่น British Museum และ พิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

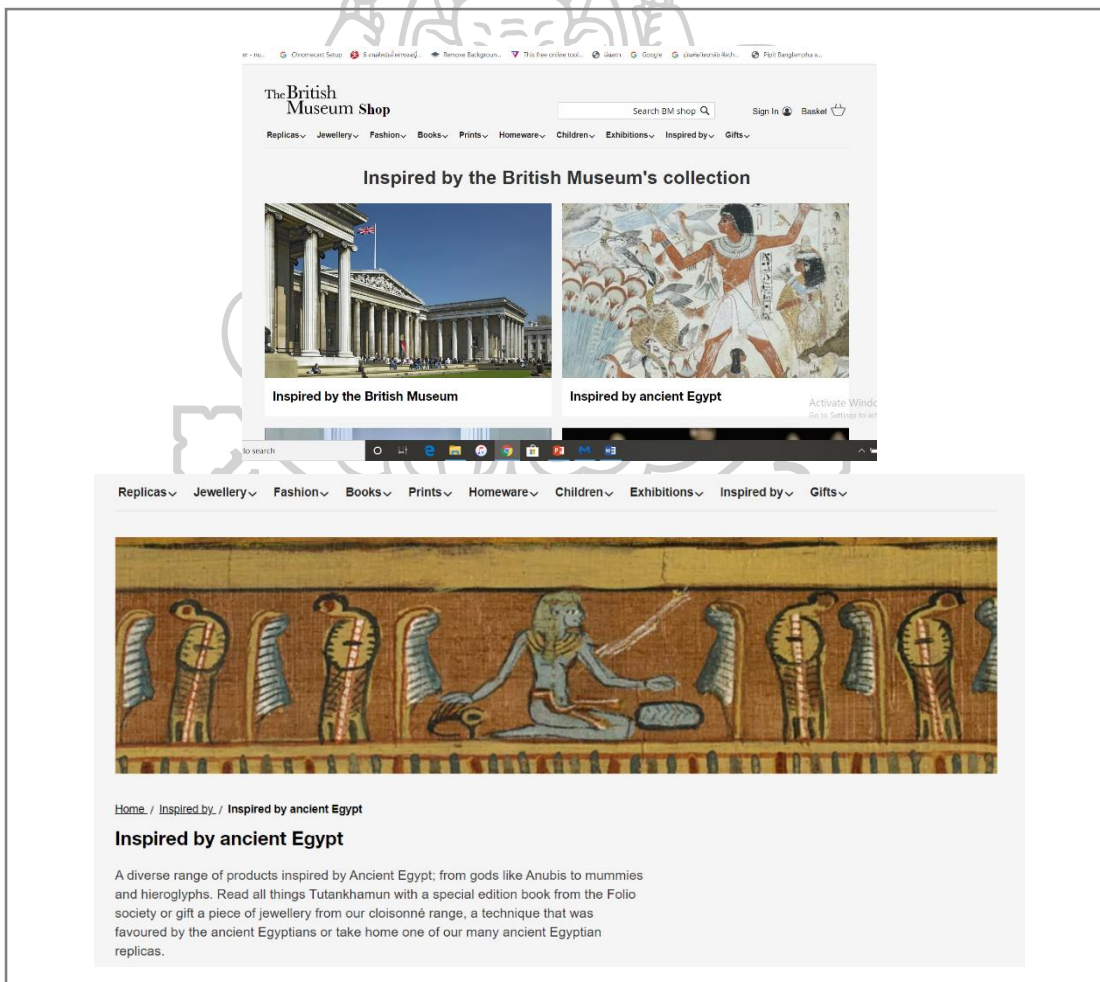
การให้ความรู้ในของที่ระลึกเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์มีความแตกต่างจากของที่ระลึกโดยทั่วไป



ภาพที่ 97 ตัวอย่างด้านในของปกสมุดของ National Museum of Korea มีการออกแบบให้ความรู้เป็นส่วนหนึ่งในของที่ระลึก



ภาพที่ 98 การออกแบบให้ความรู้เป็นส่วนหนึ่งของของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 99 การให้ความรู้ และบอกเล่าแรงบันดาลใจในการออกแบบของที่ระลึกจากวัตถุจัดแสดงของ The British Museum ผ่านทางเว็บไซต์

4.4.4 การออกแบบของที่ระลึกโดยใช้สัญลักษณ์/วัฒนธรรมประจำชาติ ประจำท้องถิ่นเป็นแรงบันดาลใจ

แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียงพิจิตรภัณฑ์ และเมือง/ประเทศที่พิจิตรภัณฑ์ ตั้งอยู่ อีกทั้งวัฒนธรรมที่แวดล้อม ล้วนสามารถใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบของที่ระลึก สำหรับพิจิตรภัณฑ์ได้ทั้งสิ้น เพื่อเสริมให้ Museum Shop มีของที่ระลึกที่ครบถ้วนสำหรับการระลึกถึง สถานที่ที่ได้มาเยือน เช่น พิจิตรภัณฑ์ในประเทศสิงคโปร์ ได้นำสัญลักษณ์ประจำชาติ คือ เมอร์ไลออน มาออกแบบเป็นของที่ระลึกมากมายหลายประเภท เช่น พวงกุญแจ Souvenir Magnet ภาชนะชนิดต่าง ๆ ตุ๊กตา และอาหาร เช่น ช็อกโกแลต

ส่วนหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร มีโปสเตอร์รูปอาหารไทย และสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ เช่น ตรอกข้าวสาร วัดพระแก้ว ถนนเยาวราช ฯลฯ จำหน่ายใน Museum Shop นอกเหนือไปจากของที่ระลึกที่ออกแบบจากงานศิลปะ ซึ่งเป็นอัตลักษณ์สำคัญของพิจิตรภัณฑ์



ภาพที่ 100 การออกแบบของที่ระลึกโดยใช้สัญลักษณ์ประจำชาติของสิงคโปร์เป็นแรงบันดาลใจ



ภาพที่ 101 การออกแบบของที่ระลึกโดยใช้วัฒนธรรมไทย (อาหารไทย) เป็นแรงบันดาลใจ

4.4.5 การออกแบบของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย

ปัจจุบันพิพิธภัณฑ์ทุกแห่งล้วนออกแบบของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอยสามารถใช้งานได้จริง ไม่ใช่เป็นเพียงสิ่งของที่เก็บสะสมไว้ดูเท่านั้น เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องเขียน และของใช้ต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งทำให้ของที่ระลึกเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน ที่ผู้ใช้บริการสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น เนื่องจากมีความคุ้มค่า และมีความจำเป็นมากกว่าการซื้อของที่ระลึกที่ไม่สามารถใช้งานได้

4.4.6 การออกแบบของที่ระลึกมีความสวยงาม น่าสนใจ

รูปลักษณ์ที่มีความโดดเด่น สะดุดตา ทำให้ของที่ระลึกมีความน่าสนใจนำไปสู่ความต้องการที่จะซื้อ จากการสังเกต ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ศิลปะมีความได้เปรียบกว่าของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ เนื่องจากงานศิลปะมีความงามที่สมบูรณ์แล้วด้วยการสร้างสรรค์ของศิลปิน การนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกจึงมีขั้นตอนน้อยกว่า ต่างจากของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ เช่น พิพิธภัณฑ์ทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวิทยาศาสตร์ เป็นต้น ซึ่งวัตถุจัดแสดงบางชิ้นอาจจะต้องผ่านกระบวนการคิด การออกแบบและปรับแต่งมากมายกว่าที่จะออกมาเป็นของที่ระลึกที่มีความสวยงาม

4.4.7 สรปราคาของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ที่ได้ศึกษา

- 1) ของที่ระลึกที่มีราคาต่ำสุดของพิพิธภัณฑ์ในต่างประเทศ ได้แก่ ไปสการ์ด
- 2) ของที่ระลึกที่มีราคาสูงสุดของพิพิธภัณฑ์ในต่างประเทศ ได้แก่ เทวรูปจำลองจาก The British Museum
- 3) ของที่ระลึกที่มีราคาต่ำสุดของพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย ได้แก่ ยางลบจากมิวเซียมสยาม
- 4) ของที่ระลึกที่มีราคาสูงสุดของพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย ได้แก่ ตุ๊กตาดินเผาจำลองจากพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร

4.4.8 แนวทางและการบริหารจัดการ Museum Shop ที่ได้จากการศึกษาพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ

จากการศึกษาทำให้ทราบว่า Museum shop เป็นสถานที่ที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความสุข เพลิดเพลิน ประทับใจ และผ่อนคลาย หลังจากการชมนิทรรศการ การออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ แต่ละพิพิธภัณฑ์มีข้อดีและข้อเสียที่สามารถหลีกเลี่ยงหรือนำมาปรับประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณานุกรษ์ได้ในหลายด้าน เช่น

- การออกแบบของที่ระลึกที่แสดงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ โดยเชื่อมโยงกับเนื้อหาในนิทรรศการหลัก และสอดคล้องกับนิทรรศการหมุนเวียน

- การให้ความสำคัญกับนโยบายของพิพิธภัณฑ์
- การรู้จักกลุ่มเป้าหมายที่จะเป็นผู้ซื้อ
- การสังเกตพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ
- การใช้วัสดุที่เชื่อมโยงกับนิทรรศการ
- การคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยของของที่ระลึก
- การตั้งราคาของที่ระลึกที่ไม่สูงเกินไป
- ตำแหน่งการจัดวางของที่ระลึกภายในร้าน
- การทดลองตลาดโดยการผลิตจำนวนน้อยแทนการผลิตจำนวนมาก

ในคราวเดียวซึ่งเสี่ยงต่อการมีสินค้าคงเหลือ





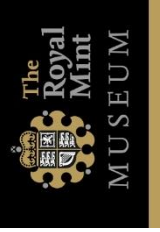



- การผลิตของที่ระลึกด้วยเจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์เอง ซึ่งสามารถลดต้นทุนการผลิตลง และลดขั้นตอนต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดความล่าช้า









- การรับฝากสินค้าที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับพิพิธภัณฑ์เพื่อจำหน่าย ทำให้ Museum Shop มีของที่ระลึกที่หลากหลายโดยไม่ต้องลงทุนเป็นจำนวนมาก









- ของที่ระลึกที่จำเป็นต้องมีและของที่ระลึกที่เป็นที่นิยมในการจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งของ Museum Shop ของที่ระลึกบางประเภท แม้ว่าไม่ใช่ของที่ระลึกที่ทำรายได้มาก แต่ Museum Shop จำเป็นต้องมีจำหน่าย ได้แก่ หนังสือที่รวบรวมความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์เอาไว้ ส่วนของที่ระลึกที่เป็นที่นิยมในพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งในอดีตจนถึงปัจจุบัน ยังคงเป็นโปสการ์ด หรือ ไปรษณียบัตร แม้ว่าในปัจจุบันจะมีการติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วมากมายหลายวิธีแล้วก็ตามแต่โปสการ์ดยังคงเป็นของที่ระลึกที่ได้รับความนิยมตลอดมา ดังที่ปรากฏอยู่ใน Museum Shop ทุกแห่ง เนื่องจากมีราคาที่ย่อมเยา พกพาสะดวก และมักถ่ายภาพวัตถุจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์อย่างสวยงามทำให้เป็นของที่ระลึกที่น่าเก็บสะสม

จากการศึกษาของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ สามารถรวบรวมแนวคิดในการออกแบบ และตัวอย่างราคาของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ได้ ดังตารางที่ 1 : ตัวอย่างแนวความคิดในการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ และตัวอย่างราคาของที่ระลึกในบางพิพิธภัณฑ์

ตารางที่ 1 : ตัวอย่างแนวความคิดในการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ และตัวอย่างราคาของที่ระลึกในบางพิพิธภัณฑ์








ลำดับ ที่	พิพิธภัณฑ์/ สัญลักษณ์ พิพิธภัณฑ์	เรื่องราวที่จัดแสดง	การออกแบบของที่ระลึกโดย ใช้ชื่อ/สัญลักษณ์/รูปอาคาร/ มาสคอตของพิพิธภัณฑ์	การออกแบบของที่ระลึก โดยใช้เอกลักษณ์ของ พิพิธภัณฑ์	การออกแบบของที่ ระลึกโดยใช้วัฒนธรรม ประจำชาติ/ท้องถิ่น	ของที่ระลึก/ราคา ต่ำสุด/สูงสุด
1.	The British Museum สหราช อาณาจักร 	ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมของมนุษย์	 กระเป๋าทพิมพ์ชื่อพิพิธภัณฑ์	 กล่องดินสอรูปที่พิพิธภัณฑ์ ไฟโรต	 รถของเล่น รถแม่เหล็กในลอนดอน	ดินสอ £0.75/ ประติมากรรม จำลอง £2,995
2.	The Royal Mint Museum สหราชอาณาจักร 	เหรียญ ประวัติศาสตร์ ของเหรียญ และโรง กษาปณ์	 แก้วน้ำพิมพ์ตราสัญลักษณ์ พิพิธภัณฑ์	 เหรียญที่ระลึก	 เหรียญที่ระลึกจากตัว ละครในวรรณกรรม สำหรับเด็กของอังกฤษ	โปสเตอร์ราคา 5 ปอนด์ /ชุด เหรียญทองคำที่ ระลึก Britannia 2015 ราคา 2,895 ปอนด์









ลำดับ ที่	พิพิธภัณฑ์/ สัญลักษณ์/ พิพิธภัณฑ์	เรื่องราวที่จัดแสดง	การออกแบบของที่ระลึกโดย ใช้ชื่อ/สัญลักษณ์/รูปอาคาร/ มาสคอตของพิพิธภัณฑ์	การออกแบบของที่ระลึก โดยใช้เอกลักษณ์ของ พิพิธภัณฑ์	การออกแบบของที่ ระลึกโดยใช้วัฒนธรรม ประจำชาติท้องถิ่น	ของที่ระลึกราคา ต่ำสุด/สูงสุด
3.	National Gallery of Denmark ประเทศเดนมาร์ก 	ผลงานศิลปะของ ศิลปินนาชาติ และ ศิลปินชาวเดนมาร์ก		 กระเป๋าทพิมพ์ภาพงาน ศิลปะที่จัดแสดงใน พิพิธภัณฑ์	 โปสเตอร์ภาพประจำ พระราชวัง และรูปปั้น เงือกน้อย	
4.	Andy Warhol Museum สหรัฐอเมริกา 	ผลงานของศิลปิน Pop Art : Andy Warhol	 เสื้อยืดพิมพ์ชื่อ Andy Warhol	 Magnets ผลงานศิลปะ ของ Andy Warhol	 กระป๋องซूप (Pop Art) บรรจุดินสอสี	

ลำดับ ที่	พิพิธภัณฑ์/ สัญลักษณ์ พิพิธภัณฑ์	เรื่องราวที่จัดแสดง	การออกแบบของที่ระลึกโดย ใช้ชื่อ/สัญลักษณ์/รูปอาคาร/ มาสคอตของพิพิธภัณฑ์	การออกแบบของที่ระลึก โดยใช้อัตลักษณ์ของ พิพิธภัณฑ์	การออกแบบของที่ ระลึกโดยใช้วัฒนธรรม ประจำชาติ/ท้องถิ่น	ของที่ระลึก/ราคา ต่ำสุด/สูงสุด
5.	National Museum of Modern and Contemporary Art (MMCA) ประเทศเกาหลีใต้ 	ศิลปะร่วมสมัยและ ศิลปะแห่งชาติเกาหลี	 แก้วน้ำพิมพ์ชื่อ/สัญลักษณ์ พิพิธภัณฑ์	 โปสเตอร์งานศิลปะ	 สติ๊กเกอร์ชุดประจำ ชาติเกาหลี	โปสเตอร์ 2,000 วอน/ งานจิตรกรรม จำลอง 50,000 วอน
6.	National Museum of Korea ประเทศ เกาหลีใต้ 	ประวัติศาสตร์และ ศิลปะเกาหลี	 ดินสอพิมพ์ชื่อพิพิธภัณฑ์/ ลวดลายงานจิตรกรรม	 สมุดโน้ตลวดลายงาน จิตรกรรมชิ้นสำคัญ	 แก้วกาแฟลวดลาย ตัวอักษรเกาหลี	

ลำดับ ที่	พิพิธภัณฑ์/ สัญลักษณ์ พิพิธภัณฑ์	เรื่องราวที่จัดแสดง	การออกแบบของ ใช้ชื่อ/สัญลักษณ์/รูปอาคาร/ มาสคอตของพิพิธภัณฑ์	การออกแบบของ ที่ใช้สื่อสัญลักษณ์/รูปอาคาร/ มาสคอตของพิพิธภัณฑ์	การออกแบบของ ที่ใช้สื่อสัญลักษณ์ของ พิพิธภัณฑ์	การออกแบบของ ระลึกโดยใช้วัฒนธรรม ประจำชาติท้องถิ่น	ของที่ระลึกราคา ต่ำสุด/สูงสุด
7.	Kyoto National Museum ประเทศ ญี่ปุ่น 	ศิลปะญี่ปุ่น	 โปสเตอร์รูปมาสคอตของ พิพิธภัณฑ์	 แฟ้มเอกสารวาดลายงาน จิตรกรรม	 กระดานโอริกามิ วาดลายงานจิตรกรรม		
8.	Indian Heritage Centre ประเทศ สิงคโปร์ 	ประวัติศาสตร์ และ มรดกทางวัฒนธรรม ของชาวอินเดียใน สิงคโปร์	 โปสเตอร์พิมพ์ภาพและ สัญลักษณ์ ของ Indian Heritage Centre	 แฟ้มเอกสารวาดลาย วัฒนธรรมอินเดีย	 โปสเตอร์รูปอาหารใน สิงคโปร์		



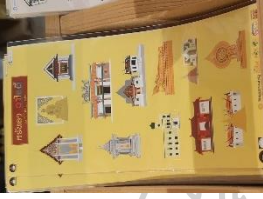

ลำดับ ที่	พิพิธภัณฑ์/ สัญลักษณ์/ พิพิธภัณฑ์	เรื่องราวที่จัดแสดง	การออกแบบของที่ระลึกโดย ใช้ชื่อ/สัญลักษณ์/รูปอาคาร/ มาสคอตของพิพิธภัณฑ์	การออกแบบของที่ระลึก โดยใช้อัตลักษณ์ของ พิพิธภัณฑ์	การออกแบบของที่ ระลึกโดยใช้วัฒนธรรม ประจำชาติ/ท้องถิ่น	ของที่ระลึกราคา ต่ำสุด/สูงสุด
9.	Asian Civilisations Museum ประเทศ สิงคโปร์ 	อารยธรรมเอเชีย	 กระเป๋าผ้าพิมพ์ชื่อ Asian Civilisations Museum	 หมอนอิงพิมพ์ลายเครื่อง เคลือบดินเผาที่จัดแสดง	 ตุ๊กตาเมอร์ไลออน	
10.	National Museum of Singapore 	ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมของ สิงคโปร์	 กระเป๋าผ้าพิมพ์รูปอาคาร พิพิธภัณฑ์	 magnets รูปยานต่าง ๆ ในสิงคโปร์	 เหรียญเมอร์ไลออน	

ลำดับ ที่	พหิธิธิธิธิธิ/ สัญลักษณ์ พหิธิธิธิธิ	ธิธิธิธิที่จัดแสดง	การธิธิธิธิธิของธิธิธิธิธิโดย ใช้ธิ ธิธิธิธิธิธิธิธิธิธิธิ	การธิธิธิธิธิธิธิธิธิธิธิธิธิธิ โดยใช้ธิธิธิธิธิธิธิธิธิธิธิ	การธิธิธิธิธิธิธิธิธิธิธิ ธิธิธิธิธิธิธิธิธิธิธิ	ของธิธิธิธิธิธิธิธิ ธิธิธิธิธิธิธิธิธิ
11.	Red Dot Design Museum ประเทศไทย ธิธิธิธิธิ 	งานธิธิธิธิธิ ธิธิธิธิธิธิธิธิธิธิ	-	 ธิธิธิธิธิธิธิธิธิ	 งานธิธิธิธิธิธิธิธิ ธิธิธิธิธิ	
12.	ธิธิธิธิธิธิธิธิ ธิธิธิธิธิ ประเทศไทย  ธิธิธิธิธิธิธิธิ ธิธิธิธิธิ	ธิธิธิธิธิธิธิธิ ธิธิธิธิธิธิ ธิธิธิธิธิธิ ธิธิธิธิธิ	 ธิธิธิธิธิธิธิ ธิธิธิธิธิ	 ธิธิธิธิธิธิธิธิ	 ธิธิธิธิธิธิธิธิ ธิธิธิธิธิธิ	ธิธิธิธิธิ15 ธิ ธิธิธิธิ 450 ธิ

ลำดับ ที่	พิพิธภัณฑ์/ สัญลักษณ์ พิพิธภัณฑ์	เรื่องราวที่จัดแสดง	การออกแบบของที่ระลึกโดย ใช้ชื่อ/สัญลักษณ์/รูปอาคาร/ มาสคอตของพิพิธภัณฑ์	การออกแบบของที่ระลึก โดยใช้อัตลักษณ์ของ พิพิธภัณฑ์	การออกแบบของที่ ระลึกโดยใช้วัฒนธรรม ประจำชาติท้องถิ่น	ของที่ระลึก/ราคา ต่ำสุด/สูงสุด
13.	พิพิธภัณฑ์ธนาคาร แห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ 	เงินตราและผ้า โบราณในเขต ภาคเหนือ	 กระบอกพิมพ์ลายเงินตรา โบราณ	 ที่รองแก้วพิมพ์ลายผ้า โบราณ	 ที่รองแก้ว 10 บาท/ หนังสือ 1,000 บาท	
14.	หอศิลป์วัฒนธรรม แห่ง กรุงเทพมหานคร (bacc) 	ศิลปะร่วมสมัยของ ประเทศไทย	 เสื้อยืดพิมพ์ภาพงาน ศิลปะ	 เสื้อยืดพิมพ์ภาพงาน ศิลปะ	 Magnet รูปอาหารไทย	โปสเตอร์ 35 บาท/ภาพพิมพ์ งานศิลปะ 1,000 บาท

ลำดับ ที่	พิพิธภัณฑ์/ สัญลักษณ์ พิพิธภัณฑ์	เรื่องราวที่จัดแสดง	การออกแบบของที่ระลึกโดย ใช้ชื่อ/สัญลักษณ์/รูปอาคาร/ มาสคอตของพิพิธภัณฑ์	การออกแบบของที่ระลึก โดยใช้อัตลักษณ์ของ พิพิธภัณฑ์	การออกแบบของ ระลึกโดยใช้วัฒนธรรม ประจำชาติ/ท้องถิ่น	ของที่ระลึกราคา ต่ำสุด/สูงสุด
15.	พิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติ พระนคร	ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมของ ประเทศไทย	-	 ปลอกหมอนพิมพ์ลาย สามเบญจรงค์		โปสการ์ด 35 บาท/ตุ๊กตาทหาร ดินเผาจำลอง 18,000 บาท
16.	พิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติ สงขลา	ประวัติศาสตร์ และ มรดกทางวัฒนธรรม ของภาคใต้ตอนล่าง	 Magnet รูปอาคารพิพิธภัณฑ์	 เสื้อยืดพิมพ์ลายเงินเอี่ยม	 ผ้าเช็ดหน้าบาติก	โปสการ์ด 15 บาท/ เสื้อยืด 199 บาท

ลำดับ ที่	พิพิธภัณฑ์/ สัญลักษณ์ พิพิธภัณฑ์	เรื่องราวที่จัดแสดง	การออกแบบของพิพิธภัณฑ์โดย ใช้ชื่อ/สัญลักษณ์/รูปอาคาร/ มาสคอตของพิพิธภัณฑ์	การออกแบบของพิพิธภัณฑ์ โดยใช้อัตลักษณ์ของ พิพิธภัณฑ์	การออกแบบของ ระลึกโดยใช้วัฒนธรรม ประจำชาติ/ท้องถิ่น	ของที่ระลึกราคา ต่ำสุด/สูงสุด
17.	พิพิธภัณฑ์ผ้า ในสมเด็จพระนาง เจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ 	ประวัติศาสตร์ ความรู้เกี่ยวกับผ้า ไหม และฉลอง พระองค์ในสมเด็จพระ นางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ	 Magnet รูปอาคารพิพิธภัณฑ์	 ผ้าเช็ดแวนตาลวดลายผ้า บาติกในรัชกาลที่ 5	 ผ้าปัดตาลวดลายโขน	ปากกา 35บาท/  กระเป๋าคัดลัษท์ 5,800 บาท 
18.	มิวเซียมสยาม  	ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมของ ประเทศไทย	 ยางลบพิมพ์สัญลักษณ์ พิพิธภัณฑ์	 ที่เปิดขวดลวดลายจาก นิทรรศการชั่วคราว ลักสี	 โปสการ์ดสถานที่ สำคัญในประเทศไทย	ยางลบ 6 บาท/ กระเป๋่า 550 บาท

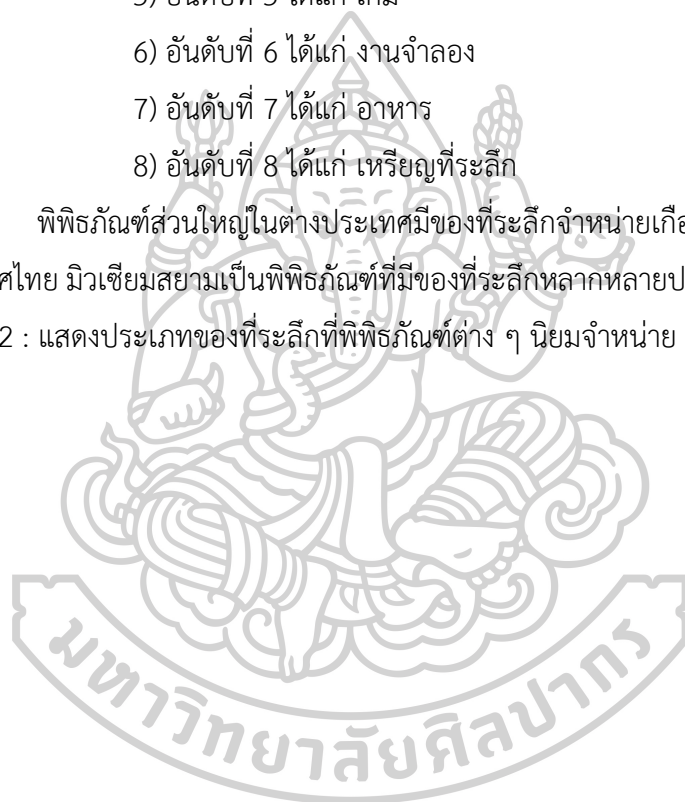
ลำดับ ที่	พิพิธภัณฑ์/ สัญลักษณ์ พิพิธภัณฑ์	เรื่องราวที่จัดแสดง	การออกแบบของที่ระลึกโดย ใช้ชื่อ/สัญลักษณ์/รูปอาคาร/ มาสคอตของพิพิธภัณฑ์	การออกแบบของที่ระลึก โดยใช้อัตลักษณ์ของ พิพิธภัณฑ์	การออกแบบของที่ ระลึกโดยใช้วัฒนธรรม ประจำชาติท้องถิ่น	ของที่ระลึกราคา ต่ำสุด/สูงสุด
19.	พิพิธภัณฑ์ ภาพ 	ประวัติศาสตร์ ท้องถิ่นย่านบางลำพู และบทบาทหน้าที่ ของกรมธนารักษ์	 พวงกุญแจรูปอาคาร พิพิธภัณฑ์	 สติ๊กเกอร์จากนิทรรศการ ชั่วคราว ศรีท้าวไรรัตน์	 พวงกุญแจป้อมพระ สุเมรุ	สติ๊กเกอร์ 35 บาท/พวงกุญแจ 50 บาท

4.5 ประเภทของที่ระลึกที่นิยมจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ

จากการศึกษาพบว่าของที่ระลึกที่นิยมจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ มี 11 ประเภท เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้

- 1) อันดับที่ 1 ได้แก่ ของใช้ และหนังสือ
- 2) อันดับที่ 2 ได้แก่ เครื่องเขียน และสิ่งพิมพ์
- 3) อันดับที่ 3 ได้แก่ เครื่องประดับ ของตกแต่งบ้าน และเครื่องแต่งกาย
- 4) อันดับที่ 4 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก
- 5) อันดับที่ 5 ได้แก่ เกม
- 6) อันดับที่ 6 ได้แก่ งานจำลอง
- 7) อันดับที่ 7 ได้แก่ อาหาร
- 8) อันดับที่ 8 ได้แก่ เหรียญที่ระลึก

พิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่ในต่างประเทศมีของที่ระลึกจำหน่ายเกือบครบทั้ง 11 ประเภทนี้ ส่วนในประเทศไทย มีวชิรเมธีเป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีของที่ระลึกหลากหลายประเภทที่สุด ดังจะเห็นได้จาก ตารางที่ 2 : แสดงประเภทของที่ระลึกที่พิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ นิยมจำหน่าย



ลำดับที่	พิพิธภัณฑ์	ประเภทของที่ระลึกที่จำหน่าย											เหรียญที่ระลึก				
		งาน จำลอง	เครื่อง เขียน	เครื่อง ประดับ	เกมส์	ของใช้	ของ ตกแต่ง บ้าน	เครื่อง แต่งกาย	หนังสือ	สิ่งพิมพ์	ผลิตภัณฑ์ สำหรับเด็ก	อาหาร					
15.	พิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติพระนคร	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		
16.	พิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติ สงขลา		*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		
17.	พิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		
18.	มิวเซียมสยาม		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
19.	พิพิธบางลำพู			*		*		*						*			
	จำนวน	8	18	15	10	19	14	14	14	19	14	14	14	19	13	4	3

4.6 รายละเอียดของที่ระลึกประเภทต่าง ๆ ที่นิยมจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์

พิพิธภัณฑ์ทั้งหมดในกรณีศึกษาพบว่า มีของที่ระลึกร่วมกัน ดังนี้

- 1) ของใช้ เช่น Magnet พวงกุญแจ กระเป๋าผ้า แฟ้มเอกสาร ที่เปิดขวด ร่ม พัด ผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดแว่นตา แทนวางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เคสโทรศัพท์ กระเป๋า นาฬิกาข้อมือ ที่รองแก้ว USB ภาชนะ เช่น แก้วน้ำ จาน ชาม ตลับ
- 2) หนังสือ เช่น หนังสือเกี่ยวกับนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์ หนังสือวิชาการ ที่เกี่ยวข้อง
- 3) เครื่องเขียน เช่น ดินสอ ดินสอสี ยางลบ ปากกา สมุดโน้ต สมุดฉีก ไม้บรรทัด
- 4) สิ่งพิมพ์ เช่น โปสเตอร์ โปสเตอร์ หนังสือ ที่ค้นหนังสือ สติกเกอร์ สมุดภาพระบายสี
- 5) เครื่องประดับ เช่น ต่างหู เข็มกลัด สร้อยคอ เครื่องราง
- 6) ของตกแต่งบ้าน เช่น หมอน ปลอกหมอน โคมไฟ และนาฬิกาแขวน
- 7) เครื่องแต่งกาย เช่น เสื้อยืด ผ้าพันคอ หมวก
- 8) ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก เช่น ตุ๊กตา หนังสือนิทาน หนังสือสำหรับเด็ก เสื้อผ้าเด็ก โหมบาย ของเล่นเด็ก เช่น บล็อกไม้ รถของเล่น
- 9) เกมส์ เช่น จิ๊กซอว์ โดมิโน ชุดจำลองการชุดค้นทางโบราณคดี เกมกระดาน
- 10) งานจำลอง เช่น เทวรูป ประติมากรรม จิตรกรรม ภาพพิมพ์
- 11) ขนม เช่น ช็อกโกแลต และลูกอม
- 12) เหยียดที่ระลึก ชนิดที่ให้ผู้ใช้บริการมีส่วนร่วม เช่น หยอดเหรียญ หมุน หรือออกแบบ

ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความนิยมของรูปแบบของที่ระลึกที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์ มักเป็นของที่มีประโยชน์ใช้สอย ที่สามารถใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีหลายประเภทและมักออกแบบโดยมีชื่อ สัญลักษณ์ ภาพอาคารพิพิธภัณฑ์ หรือมาสคอตของพิพิธภัณฑ์ประดับอยู่ ส่วนรูปแบบของการออกแบบนิยมใช้อัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์เป็นหลัก ร่วมกับการออกแบบโดยใช้วัฒนธรรมประจำชาติ ประจำท้องถิ่นนั้น ๆ มาประกอบด้วย ส่วนหนังสือที่จัดทำโดยพิพิธภัณฑ์เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้ความรู้แก่ผู้มาเยี่ยมชม

ตำแหน่งที่ตั้งของ Museum Shop มีผลต่อการกระตุ้นความสนใจของผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่แล้ว Museum Shop นิยมตั้งอยู่ด้านหน้าอาคาร ใกล้กับประตูทางเข้า-ออกหลักของพิพิธภัณฑ์ แต่บางพิพิธภัณฑ์ เช่น พิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถได้กำหนดให้ Museum Shop ตั้งอยู่ในส่วนที่ต่อจากห้องนิทรรศการห้องสุดท้าย ที่ผู้ชมจำเป็นต้องเดิน

ผ่าน เพื่อไปสู่ทางออกพิพิธภัณฑ์ ซึ่งผู้ชมมักให้ความสนใจกับของที่ระลึกเป็นอย่างดี เนื่องจากยังคงมีความประทับใจต่อเนื่องมาจากการที่เพิ่งชมนิทรรศการ และมักซื้อของที่ระลึกกลับไป

5. สรุปแนวทางการออกแบบของที่ระลึกที่ได้จากการศึกษาพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ใช้เป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้

- 1) การออกแบบของที่ระลึกเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์
เป็นการนำสิ่งที่โดดเด่น และมีความสำคัญเป็นพิเศษของพิพิธภัณฑ์มาออกแบบ เพื่อให้พิพิธภัณฑ์มีความชัดเจน
- 2) การออกแบบของที่ระลึกเพื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์
สามารถทำได้โดยออกแบบให้มีสัญลักษณ์/ชื่อ/รูปอาคารของพิพิธภัณฑ์ หรือ มาสคอตของพิพิธภัณฑ์ให้ปรากฏอยู่บนของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์ อีกทั้งถุง Shopping Bag ซึ่งมักออกแบบให้มีความโดดเด่น และจดจำได้ง่าย
- 3) การออกแบบโดยให้ความรู้เป็นส่วนหนึ่งในของที่ระลึก
พิพิธภัณฑ์เป็นแหล่งเรียนรู้ที่สามารถให้ความรู้แก่ผู้ชมได้ทั้งในนิทรรศการและในของที่ระลึก โดยออกแบบให้มีการสอดแทรกความรู้ต่าง ๆ เพื่อให้การเรียนรู้ยังดำเนินต่อไปผ่านของที่ระลึก
- 4) การออกแบบของที่ระลึกโดยใช้สัญลักษณ์/วัฒนธรรมประจำชาติ ประจำท้องถิ่นเป็นแรงบันดาลใจ
การออกแบบของที่ระลึกจากวัฒนธรรมที่แวดล้อมพิพิธภัณฑ์ ช่วยเสริมให้ Museum Shop มีของที่ระลึกที่ครบถ้วนสำหรับการระลึกถึงสถานที่ที่ได้มาเยือน
- 5) การออกแบบของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย
พิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ นิยมออกแบบของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย มากกว่าของที่ระลึกเพื่อการเก็บสะสมเพียงอย่างเดียว
- 6) การออกแบบของที่ระลึกมีความสวยงาม น่าสนใจ
ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ล้วนมีการออกแบบที่สวยงาม น่าสนใจ สามารถกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการต้องการซื้อของที่ระลึกกลับไป

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ กรมธนารักษ์” เป็นการศึกษาด้วยวิธีเชิงคุณภาพ โดยมุ่งให้เกิดความเข้าใจในการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ กรมธนารักษ์ โดยการนำทรัพยากรวัฒนธรรมในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้มาใช้อย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ และพิพิธภัณฑ์อื่น ๆ ของกรมธนารักษ์ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบของที่ระลึกได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ทั้งต่อพิพิธภัณฑ์และผู้ให้บริการ โดยมีวิธีการศึกษา ดังนี้

1. วิธีการรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาให้ทราบถึงแนวทางการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ กรมธนารักษ์ ผู้ศึกษาจึงรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ทั้งข้อมูลจากเอกสาร และข้อมูลที่รวบรวมได้จากการศึกษาภาคสนาม เพื่อนำไปวิเคราะห์ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบของที่ระลึก ดังกล่าว โดยมีรายละเอียดในการศึกษาดังนี้

1.1 การศึกษาจากเอกสาร

ผู้ศึกษาได้ทำการรวบรวมและศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ ได้แก่ ประวัติความเป็นมาของพิพิธภัณฑ์ วัตถุประสงค์ในการก่อตั้ง สถิติจำนวนผู้เข้าชม ประเภทของผู้เข้าชม การบริหารงาน รายได้จากการจำหน่ายของที่ระลึก รวมถึงเอกสารเพื่อทบทวนวรรณกรรมในแนวคิดที่เกี่ยวกับของที่ระลึก การบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์เชิงธุรกิจ การบริหาร Museum Shop ให้ประสบความสำเร็จ กลยุทธ์การพัฒนาร้านขายของที่ระลึกของพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย การออกแบบของที่ระลึกจากทุนทางวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์ ความสำคัญของพิพิธภัณฑ์ต่อการเรียนรู้ และกรณีศึกษาของที่ระลึก ในพิพิธภัณฑ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเป็นการรวบรวมทั้งเอกสารปฐมภูมิ เอกสารวิชาการ หนังสือ บทความ ข่าว แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ข้อมูลจากบอร์ดนิทรรศการ บทความจากอินเทอร์เน็ต ภาพถ่าย แผนที่ ตลอดจนงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการเสนอแนวทางการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ และพิพิธภัณฑ์อื่น ๆ ของกรมธนารักษ์ต่อไป

1.2 การลงพื้นที่ภาคสนาม

การศึกษาภาคสนามในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย การลงสำรวจพื้นที่ การศึกษารวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์ซึ่งจะใช้เป็นข้อมูลหลักในการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ โดยมีการสัมภาษณ์บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับภาครัฐ เอกชน และผู้ใช้บริการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการบริหาร จัดการพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ และของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ วิธีการศึกษาใช้ทั้งจากการสัมภาษณ์แบบกึ่งทางการและการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยเป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์ ดังนี้

1.2.1 การสำรวจพื้นที่

เป็นการสำรวจพื้นที่ภายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ เพื่อให้เห็นภาพรวมของพื้นที่ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ตำแหน่งที่ตั้ง และชุมชนที่แวดล้อม สำรวจภายในห้องนิทรรศการ และภายในร้านจำหน่ายของที่ระลึก และนำไปใช้เพื่อการวางแผนการดำเนินงานต่อไป คือการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลโดยการสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์ ซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ และเจ้าหน้าที่บริษัทไรท์แมน จำกัด ซึ่งเป็นผู้รับจ้างให้บริหารจัดการร้านจำหน่ายของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ในระยะแรก การสำรวจเบื้องต้นได้มีการบันทึกภาพและรวบรวมประเด็นคำถามที่เกิดขึ้นเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการดำเนินงานต่อไป

1.2.2 การสำรวจทรัพยากรในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์

เพื่อศึกษารูปแบบการจัดแสดง และรูปแบบการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ โดยประเด็นในการศึกษาจะเน้นศึกษาทรัพยากรวัฒนธรรมในห้องนิทรรศการ และศึกษาของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์

1.2.3 การสำรวจของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ของประเทศไทยและต่างประเทศ

สำรวจ Museum Shop ทั้งต่างประเทศและในประเทศที่น่าสนใจ โดยทำการสำรวจ ณ สถานที่จริงเป็นส่วนใหญ่ และสำรวจในเว็บไซต์เพื่อทราบถึงข้อมูลด้านต่าง ๆ ได้แก่ ที่ตั้ง การบริหารงาน รูปแบบของที่ระลึก ราคาจำหน่าย การจัดประเภทของที่ระลึก และของที่ระลึกที่เป็นที่นิยมจำหน่ายในแต่ละพิพิธภัณฑ์

1.2.4 การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม

เพื่อศึกษาและรับทราบความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ โดยประเด็นในการศึกษาจะเน้นด้านนโยบายของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน ซึ่งเป็นผู้บริหารจัดการพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ หลังจากกรมธนารักษ์หมดสัญญากับบริษัทไรท์แมน จำกัด ซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับภาคเอกชนที่เคยบริหารจัดการ

Museum Shop ในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ เพื่อศึกษาถึงข้อดี/ข้อจำกัด และปัญหาที่ผ่าน มาในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องของที่ระลึก นอกจากนี้เป็นการสังเกตการณ์ความสนใจ ความพึงพอใจ ของผู้ชมในขณะชมนิทรรศการ และขณะที่สำรวจสินค้าในร้านจำหน่ายของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ เพื่อทราบถึงความสนใจ ความคิดเห็น ความต้องการ และความพึงพอใจ ต่อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ ตลอดจนการสังเกตถึงปฏิกิริยาของผู้ให้สัมภาษณ์ ต่อประเด็นคำถามต่าง ๆ และปฏิริยาระหว่างการร่วมกิจกรรมในการเข้าชมนิทรรศการ และการเข้า Museum Shop

1.2.5 การสำรวจทัศนคติกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ มี 3 แบบ ได้แก่

1.2.5.1 การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ

ใช้ในกรณีผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน เพื่อให้ เกิดความเป็นกันเอง ทำให้สามารถเข้าใจคำถามได้ง่าย และใช้สัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับภาครัฐ บางท่าน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เกิดความรู้สึกรู้สึกผ่อนคลาย และสะดวกใจที่จะให้ ข้อมูลต่าง ๆ ในการสัมภาษณ์ต่อไป

1.2.5.2 การสัมภาษณ์แบบกึ่งทางการ

เป็นการสัมภาษณ์ที่มีการตั้งประเด็นคำถามอย่างเป็นระบบ มีการเตรียมคำถาม ในประเด็นต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงกับประเด็นต่าง ๆ ไว้ล่วงหน้าก่อนทำการสัมภาษณ์ เพื่อเป็นการ กำหนดทิศทางของข้อมูลที่จะได้รับให้เป็นไปตามประเด็นที่วางไว้ โดยสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับ ที่ระลึก ในพิพิธภัณฑ์ทั้งในด้านนโยบายและข้อจำกัด ปัญหา อุปสรรค และความพึงพอใจต่อการ ออกแบบของที่ระลึก เพื่อศึกษาวิเคราะห์ถึงการบริหารจัดการ การแก้ปัญหา การนำข้อดีมาใช้ในการ ดำเนินงาน การสัมภาษณ์ลักษณะนี้ใช้สัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์ภาครัฐ เพื่อทราบถึง แนวนโยบายของรัฐที่มีต่อของที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์ และการวางแนวทางในการออกแบบของ ที่ระลึกที่เหมาะสมต่อไป

1.2.5.3 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

เป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นผู้ที่มีข้อมูล และเกี่ยวข้องมากที่สุด ในเรื่องและผู้วิจัยกำลังศึกษา ได้แก่ ผู้บริหารของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน จำนวน 2 คน ซึ่งเป็น ผู้ทราบนโยบายของกรมธนารักษ์ที่มีต่อการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ รวมทั้งผู้มีส่วน เกี่ยวข้องภาคเอกชน คือ ผู้จัดการ Museum Shop ของพิพิธภัณฑ์ในช่วงที่บริหารโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด จำนวน 1 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านเงินตราโบราณ ซึ่งเป็นนักสะสม จำนวน 1 คน

1.2.5.4 ประเด็นในการสัมภาษณ์

(1) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของภาครัฐในสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินกรมธนารักษ์ จำนวน 16 คน มีประเด็นในการสัมภาษณ์ ดังนี้

- วัตถุประสงค์ของกรมธนารักษ์ในการก่อตั้งพิพิธภัณฑ์
- นโยบายของกรมธนารักษ์และสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินที่มีต่อของที่ระลึก
- การดำเนินงาน Museum Shop ที่ผ่านมา และวิสัยทัศน์ในการบริหารจัดการ Museum Shop และของที่ระลึกในอนาคต
- แนวทางการใช้ของที่ระลึกเป็นส่วนหนึ่งของการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์
- วัตถุประสงค์แสดงชิ้นเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ที่ควรนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึก
- ข้อจำกัด/ข้อควรระวังในการนำเหรียญและเงินตราโบราณมาออกแบบเป็นของที่ระลึก

(2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน จำนวน 2 คน มีประเด็นในการสัมภาษณ์ ดังนี้

- แนวความคิดในการคัดเลือกของที่ระลึกมาจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์ารักษ์
- ข้อดี/ปัญหา หรือข้อจำกัดในการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์ารักษ์

(3) ผู้ใช้บริการ จำนวน 47 คน

(3.1) ผู้ใช้บริการชาวไทย ได้แก่ ผู้ใหญ่วัยทำงาน ผู้สูงอายุ และผู้พิการ ประเด็นในการสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น

(3.1.1) คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ ชื่อ อายุ การศึกษา อาชีพ

(3.1.2) คำถามเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์ารักษ์ และของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์

(3.2) ผู้ใช้บริการชาวต่างชาติ ได้แก่ เยาวชน ผู้ใหญ่วัยทำงาน และผู้สูงอายุ ประเด็นในการสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น

(3.2.1) คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว ชื่อ อายุ อาชีพ มาจากประเทศอะไร

(3.2.2) คำถามเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์ารักษ์ และของที่ระลึกใน Museum shop

(3.3) ผู้ใช้บริการที่เป็นเด็กและเยาวชน จำนวน 28 คน

(3.3.1) คำถามส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว

(3.3.2) คำถามส่วนที่ 2 เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ และของที่ระลึกใน Museum shop

1.2.5.5 วัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์

เพื่อให้ทราบถึงความเป็นมาของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ อัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ นโยบายและความสำคัญของของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ ปัญหาจากการดำเนินงาน Museum Shop ที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน รวมทั้งทัศนคติและความต้องการด้านต่าง ๆ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม ที่มีต่อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ในด้านต่าง ๆ เช่น รูปแบบ ลักษณะ ราคา ประเภทของที่ระลึก

1.2.5.6 ช่วงเวลาในการสำรวจทัศนคติของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยการสัมภาษณ์ แบ่งการสำรวจออกเป็น 3 ช่วงเวลา ได้แก่

- ช่วงที่ 1 เป็นช่วงเวลาที่ Museum shop ในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ บริหารงานโดยบริษัทเอกชน ตั้งแต่ พ.ศ. 2557 - 30 กันยายน 2561

- ช่วงที่ 2 เป็นช่วงเวลาที่สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินเป็นผู้บริหาร Museum shop ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2561 – ปัจจุบัน

- ช่วงที่ 3 เป็นช่วงเวลาที่ผู้วิจัยได้ทดลองออกแบบของที่ระลึกสำหรับจำหน่ายใน Museum shop ของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ (เป็นภาพ 2 มิติ) และนำมาใช้ประกอบการสำรวจทัศนคติ (ตั้งแต่วันที่ 3 พฤศจิกายน 2561 – 21 เมษายน 2563)

1.2.6 การสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยการใช้แบบสอบถาม

เป็นการสำรวจความพึงพอใจต่อการทดลองออกแบบของที่ระลึกของผู้วิจัย (สำรวจตั้งแต่วันที่ 3 พฤศจิกายน 2561 – 30 มีนาคม 2562)

การสำรวจความพึงพอใจมี 6 ด้าน ได้แก่

- 1) รูปแบบ
- 2) ราคา
- 3) ประโยชน์ใช้สอย
- 4) ความคุ้มค่า
- 5) ความมีอัตลักษณ์ เชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์

6) ความสามารถในการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ และเผยแพร่ความรู้ โดยให้กลุ่มเป้าหมายเลือกระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด 5/มาก 4/ปานกลาง 3/น้อย 2/น้อยที่สุด 1 และนำผลที่ได้มาคิด เป็นเปอร์เซ็นต์ เพื่อสรุปผลความพึงพอใจ

2. ประชากรที่ศึกษา

2.1 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของภาครัฐในสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน จำนวน 16 คน ได้แก่

- (1) ผู้อำนวยการสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน : นางสาวกาญจนา ศรีธนาภกุล
- (2) ภัณฑารักษ์ชำนาญการพิเศษ ผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบายและแผน (งาน ภัณฑารักษ์) : นายชลทิตย์ ไชยจันทร์
- (3) หัวหน้าฝ่ายจัดหาผลิตภัณฑ์ ส่วนจัดการผลิตภัณฑ์ : นางสาวพูนทรัพย์ เหมทัต
- (4) หัวหน้าฝ่ายพิพิธภัณฑ์เหรียญ ส่วนจัดแสดงทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน : นาง จริญญา บุญอมรวิทย์
- (5) ภัณฑารักษ์ชำนาญการ ฝ่ายจัดทำฐานข้อมูลทะเบียนทรัพย์สิน : นางสาว รุตินันท์ พจน์ดั่ง
- (6) ภัณฑารักษ์ชำนาญการ ฝ่ายพิพิธภัณฑ์เหรียญฯ : นายศราวุฒิ วัชรະปັນตี
- (7) ภัณฑารักษ์ชำนาญการ ฝ่ายจัดทำฐานข้อมูลทะเบียนทรัพย์สิน : นางสาวนันท์ ทวี ไทรแก้ว
- (8) ภัณฑารักษ์ปฏิบัติการ ฝ่ายจัดทำฐานข้อมูลทะเบียนทรัพย์สิน : นางนันท์นภัส เลิศประไพศรี
- (9) เจ้าหน้าที่นำชมพิพิธภัณฑ์เหรียญ : นางสาวเบญจมาศ จันทมาต
- (10) เจ้าหน้าที่นำชมพิพิธภัณฑ์เหรียญ : นางสาวขวัญเรือน สระทองล้อม
- (11) เจ้าหน้าที่นำชมพิพิธภัณฑ์เหรียญ : นางอโณมา สมิท
- (12) พนักงานขาย : นางอิงกุล จรุงรัตน์
- (13) พนักงานขาย : นางสุรัช ชัยคงทอง
- (14) พนักงานขาย : นางกุลนิฐ ชัยเรือง
- (15) พนักงานขาย : นางสาวณชลนิภา หนูรัก
- (16) นักวิชาการช่างศิลป์ : นางทิพวรรณ อุดมสิรินันท์

2.2 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน จำนวน 6 คน ได้แก่

- (1) บริษัทไรท์แมน จำกัด จำนวน 5 คน ได้แก่
 - (1.1) ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์เหรียญ : นางสาวสุภาภรณ์ ชิตเจริญ
 - (1.2) ผู้จัดการร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก พิพิธภัณฑ์เหรียญ : นายจรัส มะโนหาญ
 - (1.3) เจ้าหน้าที่จำหน่ายสินค้า (ไม่เปิดเผยชื่อ) จำนวน 3 คน
- (2) ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์การเงินการธนาคาร/นักสะสมเหรียญกษาปณ์ และเงินตราโบราณ 1 คน ได้แก่ นายนวัฒน์ เลขะกุล

2.3 ผู้เข้าชม/ผู้บริโภครวม จำนวน 122 คน ได้แก่

- (1) เด็ก ในวัยประถมศึกษาของไทย (อายุ 5 – 11 ปี) จำนวนรวม 25 คน
(สำรวจช่วงที่ 1 จำนวน 3 คน ช่วงที่ 2 จำนวน 3 คน ช่วงที่ 3 จำนวน 19 คน)
- (2) เด็ก และเยาวชนในระดับมัธยมศึกษาถึงอุดมศึกษา ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (อายุ 12 – 21 ปี) จำนวนรวม 45 คน
(สำรวจช่วงที่ 1 จำนวน 5 คน ช่วงที่ 2 จำนวน 25 คน ช่วงที่ 3 จำนวน 18 คน)
- (3) ผู้ใหญ่วัยทำงาน ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (อายุ 22 – 60 ปี)
จำนวนรวม 35 คน (สำรวจช่วงที่ 1 จำนวน 7 คน ช่วงที่ 2 จำนวน 4 คน
ช่วงที่ 3 จำนวน 24 คน)
- (4) ผู้สูงอายุ ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (อายุ 60 ปี ขึ้นไป) จำนวนรวม 13 คน
(สำรวจช่วงที่ 1 จำนวน 4 คน ช่วงที่ 2 จำนวน 2 คน ช่วงที่ 3 จำนวน 7 คน)
- (5) ผู้พิการทางสายตา จำนวน 4 คน
(สำรวจช่วงที่ 1 จำนวน 1 คน ช่วงที่ 2 จำนวน - คน ช่วงที่ 3 จำนวน 3 คน)

2.4 ประเด็นที่ศึกษาประชากรทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่

- (1) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐในสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน
 - ศึกษาถึงนโยบายของกรมธนารักษ์และสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินที่มีต่อของที่ระลึกสำหรับจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ หลังจากทั้งหมดสัญญากับบริษัทเอกชน และแนวทางปฏิบัติในปัจจุบัน รวมถึงในอนาคตซึ่งบริหารจัดการ Museum Shop โดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน และแนวทางในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์
 - ศึกษาข้อมูล สถิติของผู้เข้าชมที่ฝ่ายพิพิธภัณฑ์เหรียญฯ ได้จัดทำไว้ เพื่อทราบจำนวน และกลุ่มผู้ชม
 - ศึกษาข้อมูลของทรัพยากรวัฒนธรรมในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ เช่น ประวัติความเป็นมา ความหมาย ความสำคัญของเงินตราและเหรียญกษาปณ์แต่ละประเภท และข้อจำกัด ในการนำภาพหรือข้อมูลของวัตถุพิพิธภัณฑ์มาจัดทำเป็นของที่ระลึก

- ศึกษาเพื่อทราบถึงความต้องการของที่ระลึก ความสนใจของผู้เข้าชม และพฤติกรรมของผู้เข้าชม/ผู้บริโภคร

- ศึกษาถึงวิธีดำเนินการเกี่ยวกับการจัดจ้างผลิตสินค้าของที่ระลึกของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์

- ศึกษาเพื่อทราบถึงปัญหาและข้อจำกัดในการออกแบบผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเหรียญที่ผ่านมา

(2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน

- ศึกษาเพื่อทราบถึงที่มาของของที่ระลึก รายได้จากการจำหน่ายของที่ระลึก ปัญหาและข้อจำกัดในการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ ความคิดเห็นและความต้องการของลูกค้า

- ศึกษาเพื่อทราบถึงความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าที่ระลึกเกี่ยวกับเหรียญ และข้อจำกัดหรือความเหมาะสม/ไม่เหมาะสมในการนำลวดลายที่เกี่ยวข้องกับเหรียญและเงินตราโบราณมาออกแบบเป็นของที่ระลึก

(3) ผู้เข้าชม/ผู้บริโภคร

- ศึกษาเพื่อทราบถึงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์

- ศึกษาเพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการสินค้าที่ระลึก และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการออกแบบของที่ระลึก เช่น อายุ เพศ สัญชาติ การศึกษา อาชีพ รายได้

ทั้งนี้ การศึกษาในประเด็นดังกล่าวข้างต้น จะนำมาวิเคราะห์ในบทต่อ ๆ ไป

3. การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลสำหรับใช้ในการศึกษา ข้อมูลที่ได้นั้นจะต้องมาจากเอกสารและการลงพื้นที่ภาคสนามที่พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ และพิพิธภัณฑ์อื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ โดยนำข้อมูลจากเอกสารและการสำรวจมารวบรวม เพื่อจัดจำแนกเป็นประเภทต่าง ๆ ข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์ทั้งหมดได้นำมารวบรวม และประกอบกัน โดยนำมาจัดกลุ่มเพื่ออธิบาย และจัดประเภทของปัญหา เพื่อให้เข้าใจปัญหาของพิพิธภัณฑ์ ปัญหาของที่ระลึก และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม ทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน และความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อนำมาวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นในด้านต่าง ๆ และหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา เพื่อให้ได้แนวทางในการออกแบบของที่ระลึกที่มีความเหมาะสมกับพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์มากที่สุด

4. การทดลองออกแบบของที่ระลึก

ผู้วิจัยทดลองออกแบบของที่ระลึกเป็นภาพ 2 มิติ ด้วยการถ่ายภาพ และนำไปออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อให้เห็นภาพของที่ระลึกที่ใกล้เคียงกับของจริงมากที่สุด จำนวนทั้งสิ้น 61 ชิ้น แบ่งออกเป็นของที่ระลึกสำหรับเด็ก 16 ชิ้น ของที่ระลึกสำหรับเยาวชนไทย 11 ชิ้น และของที่ระลึกสำหรับเยาวชนต่างชาติ 11 ชิ้น ส่วนของที่ระลึกสำหรับผู้ใหญ่มีจำนวน 9 ชิ้น ของที่ระลึกสำหรับผู้สูงอายุ จำนวน 10 ชิ้น ของที่ระลึกสำหรับผู้พิการทางสายตาจำนวน 4 ชิ้น พร้อมทั้งกำหนดราคาจำหน่าย แล้วนำผลงานที่ออกแบบไปสำรวจทัศนคติ ความคิดเห็น และความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม

5. การนำเสนอข้อมูล

ในการเสนอข้อมูลรายงานผลการศึกษา ใช้วิธีการเขียนเชิงพรรณนาที่นำเสนอข้อมูลอันเป็นข้อเท็จจริงที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และการลงพื้นที่ภาคสนาม ซึ่งเป็นการนำเสนอโดยใช้การเขียนเชิงวิเคราะห์ควบคู่กันไป เพื่ออธิบายประเด็นสำคัญในการศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ เพื่อให้เห็นถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการศึกษา การทบทวนเอกสารและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาที่ได้ การอภิปราย การสรุปผล และการเสนอแนวทางการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ และพิพิธภัณฑ์อื่น ๆ ของกรมธนารักษ์ต่อไป ทั้งนี้ ผู้ศึกษาได้จัดพิมพ์รายงานและเสนอผลงานวิทยานิพนธ์ในรูปแบบของการเสนอผลงานทางวิชาการด้วยรูปแบบโปสเตอร์

บทที่ 4

ข้อมูลพื้นฐาน ณ พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์

ในบทนี้ ผู้วิจัยต้องการที่จะเข้าใจสถานภาพปัจจุบันของพิพิธภัณฑ์ ของที่ระลึก ในพิพิธภัณฑ์ และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้น และนำไปสู่แนวทางการออกแบบของที่ระลึกได้ในอนาคต

ในการสำรวจพื้นที่พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาความเป็นมาของ พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ และความสำคัญของทรัพยากรวัฒนธรรมภายในพิพิธภัณฑ์ โดยแบ่ง การศึกษาออกเป็นสองประเด็นหลัก ได้แก่ ความเป็นมาของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ และทรัพยากรวัฒนธรรมภายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ ซึ่งในประเด็นด้านความเป็นมาของ พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์จะกล่าวถึงข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ ประวัติความเป็นมา และ วัตถุประสงค์ในการจัดสร้างพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ ส่วนประเด็นเรื่องทรัพยากรวัฒนธรรม ภายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ จะกล่าวถึงเนื้อหา และรูปแบบการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ เหรียญกษาปณานุกรักษ์ รวมทั้งของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ ซึ่งจะใช้ข้อมูลในการศึกษาจากข้อมูลเอกสาร และการลงพื้นที่ตามวิธีการศึกษา ทั้งการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ แล้วจึงนำข้อมูลดังกล่าวมา วิเคราะห์ จัดจำแนก และเรียบเรียงเพื่ออธิบายให้เห็นถึงคุณค่าความสำคัญของพิพิธภัณฑ์เหรียญ กษาปณานุกรักษ์ กรมธนารักษ์ และทรัพยากรวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่อยู่ภายในพิพิธภัณฑ์

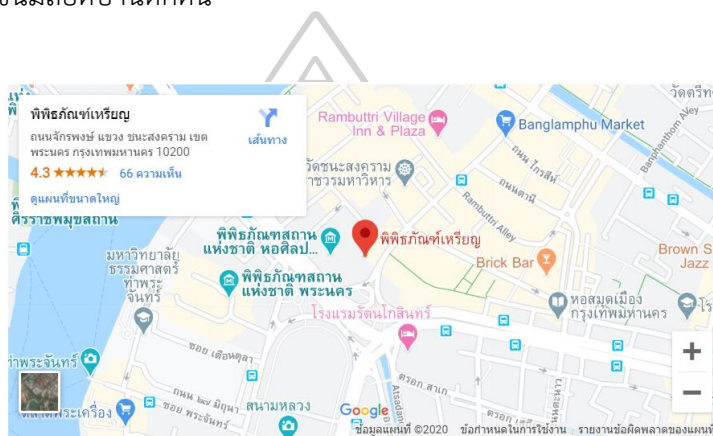


ภาพที่ 102 อาคารพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์

1. ความเป็นมาของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์

1.1 ตำแหน่ง ที่ตั้ง และชุมชนใกล้เคียง

พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ ตั้งอยู่ที่เลขที่ 4 ถนนจักรพงษ์ แขวงชนะสงคราม เขตพระนคร กรุงเทพฯ บริเวณเชิงสะพานปิ่นเกล้าฝั่งพระนคร สถานที่ใกล้เคียงได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลป์ ถนนเจ้าฟ้า วัดชนะสงคราม ย่านบางลำพู ถนนข้าวสาร และถนนพระอาทิตย์ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของเขตพระนคร และมีชุมชนใกล้เคียง คือชุมชนตรอกสุหรော် ชุมชนบางลำพู และชุมชนมัสยิดบ้านตึกดิน



ภาพที่ 103 แผนที่พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์

ที่มา : พิพิธภัณฑ์เหรียญ. แผนที่. เข้าถึงเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2562

เข้าถึงได้จาก http://coinmuseum.treasury.go.th/news_view.php?nid=3

1.2 ประวัติความเป็นมา

พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ เป็นพิพิธภัณฑ์ในสังกัดของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์ เดิมชื่อพิพิธภัณฑ์เหรียญ สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาล ที่ 10 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามให้ใหม่ว่า “พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์” (พิ - พิต - ทะ - พัน - เหยียน - กะ - สา - ปะ - นา - นุ - รักษ์) หมายถึง สถานที่เก็บรวบรวมและแสดงสิ่งต่าง ๆ เกี่ยวกับเหรียญ อันเป็นที่อนุรักษ์เหรียญกษาปณ์

พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ ก่อตั้งขึ้นเนื่องจากรัฐบาลและกระทรวงการคลังเล็งเห็นว่า สถานที่เดิมในการเผยแพร่ความรู้เรื่องเหรียญกษาปณ์ให้แก่ประชาชน ณ ศาลาเครื่องราชอิสริยยศ เครื่องราชอิสริยาภรณ์ และเหรียญกษาปณ์ ในพระบรมมหาราชวัง ซึ่งเปิดทำการตั้งแต่ พ.ศ. 2519 ที่แต่เดิมใช้ชื่อว่า “ศาลาเหรียญกษาปณ์ไทย” นั้น เป็นพื้นที่ที่ไม่เพียงพอต่อการจัดแสดงทรัพย์สินมีค่าในความดูแลของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งพื้นที่เดิม

ไม่สามารถขยายหรือต่อเติมเพื่อให้บริการแก่ประชาชนในด้านต่าง ๆ ได้ครบถ้วนตามหลักการของพิพิธภัณฑ์ในปัจจุบัน ซึ่งนอกจากพื้นที่จัดแสดงแล้ว พิพิธภัณฑ์จำเป็นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่ผู้เข้าชม เช่น มีลิฟต์เกอร์สำหรับรับฝากของ ห้องน้ำ ห้องสมุด ร้านจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม รวมทั้งร้านจำหน่ายของระลึก (Museum Shop) และการให้บริการสำหรับผู้มีความต้องการพิเศษ ตามหลักการอารยะสถาปัตยกรรม

รัฐบาลและกระทรวงการคลังจึงมีนโยบายที่จะจัดสร้างพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ขึ้น เพื่อให้เป็นแหล่งความรู้และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแห่งใหม่ และได้มอบหมายให้กรมธนารักษ์พิจารณาขยายพื้นที่การจัดแสดงเงินตราและเหรียญกษาปณ์ กรมธนารักษ์จึงได้พิจารณาใช้พื้นที่ของสำนักบริหารเงินตรา ซึ่งตั้งอยู่บนถนนจักรพงษ์ เขตพระนคร ภายในเกาะกรุงรัตนโกสินทร์ อันเป็นพื้นที่เขตท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้เป็นที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมที่สุดที่จะเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับเหรียญและเงินตราโบราณแก่ประชาชนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ กรมธนารักษ์จึงได้กำหนดให้สำนักบริหารเงินตราย้ายที่ทำการไปอยู่ ณ โรงกษาปณ์ รัชสิด และได้เริ่มดำเนินโครงการพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ใน พ.ศ. 2555 โดยมีพื้นที่ดำเนินการ คืออาคารสำนักงานเดิมของสำนักบริหารเงินตรา ถนนจักรพงษ์ เขตพระนคร ซึ่งมีเนื้อที่ 6-0-52 ไร่ มีลักษณะอาคารเป็นอาคารเดี่ยว 3 ชั้น มีพื้นที่ใช้สอยรวมทั้งสิ้น 3,600 ตารางเมตร การบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ดำเนินการตามวิสัยทัศน์ของกรมธนารักษ์ คือ “บริหารทรัพย์สินของแผ่นดินอย่างมืออาชีพด้วยหลักธรรมาภิบาลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมที่สมดุลและยั่งยืน” ซึ่งสอดคล้องตามยุทธศาสตร์กรมธนารักษ์ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) (กรมธนารักษ์, 2560: 1)

พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ และสังคมของไทยผ่านเหรียญกษาปณ์และเงินตรา โดยจัดแสดงวิวัฒนาการของเงินตราตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เผยแพร่ภารกิจของกรมธนารักษ์ด้านการผลิตเหรียญกษาปณ์ และการอนุรักษ์เงินตราโบราณ วัตถุจัดแสดงที่สำคัญ ได้แก่ เงินตราโบราณ เหรียญกษาปณ์ เหรียญที่ระลึกทั้งไทยและต่างประเทศ

พิพิธภัณฑ์เปิดให้ประชาชนเข้าชมอย่างไม่เป็นทางการเฉพาะชั้นที่ 1 ตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2557 เป็นต้นมา และเปิดให้ประชาชนเข้าชมนิทรรศการได้ทั้ง 3 ชั้น ภายหลังจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 10 และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี เสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์อย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ. 2562

1.3 วัตถุประสงค์ในการจัดสร้างพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์

- 1) เพื่อเป็นพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงและเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเหรียญกษาปณ์และเงินตราไทยสมัยต่าง ๆ
- 2) เพื่อเป็นแหล่งความรู้สำหรับนักสะสมเหรียญ เยาวชน และผู้ที่สนใจในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเหรียญกษาปณ์ รวมถึงความรู้ด้านประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม ผ่านเหรียญและเงินตราไทยในยุคต่าง ๆ
- 3) เพื่อเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูล การจัดนิทรรศการและกิจกรรมด้านเหรียญกษาปณ์ และงานศิลปะแขนงต่าง ๆ
- 4) เพื่อเผยแพร่กิจกรรมของกรมธนารักษ์ ด้านการผลิตเหรียญกษาปณ์และด้านการดูแลอนุรักษณ์เงินตราไทยโบราณ ซึ่งเป็นทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน ให้สืบทอดเป็นมรดกของชาติสืบไป
- 5) เพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ
- 6) เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ในการร่วมมือสร้างความแข็งแกร่งด้านสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (กรมธนารักษ์, 2557: 2)

1.4 การบริหารจัดการ

กรมธนารักษ์ทำสัญญาว่าจ้างบริษัทไรท์แมน จำกัด ให้เป็นผู้ก่อสร้างและบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ในทุกด้านรวมทั้งร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก (Museum Shop) ซึ่งสัญญาว่าจ้างดังกล่าวได้ยุติลงในเดือนกันยายน พ.ศ.2561 หลังจากนั้นสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินเป็นหน่วยงานของกรมธนารักษ์ที่ดูแล บริหารจัดการพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ต่อไป

พิพิธภัณฑ์มีการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมและความรู้ผ่านทางเว็บไซต์ emuseum.treasury.go.th และ face book page : Coin Museum Thailand และ face book page : พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ และพิพิธภัณฑ์บางลำพู โดยกรมธนารักษ์ พิพิธภัณฑ์มีมาสคอตหลักเป็นพุดด้วงชายและหญิง และมาสคอตรองเป็นเหรียญพูนัน และเงินเจียง



ภาพที่ 104 มาสคอตหลักของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์เป็นการ์ตูนพุดด้วง ชายและหญิง



ภาพที่ 105 มาสคอตทั้ง 4 ตัว ของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ จากซ้ายไปขวา เหรียญพูนัน พดด้วงทองคำ เงินพดด้วง และเงินเจียง ออกแบบโดยฝ่ายศิลป์ของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน

1.5 เนื้อหาและรูปแบบการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์

เนื้อหาของนิทรรศการเป็นการแสดงให้เห็นวิวัฒนาการของเงินตราในประเทศไทย ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์จนถึงยุคปัจจุบันที่มีความสำคัญ แสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงทางสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม รูปแบบการจัดแสดงใช้วัตถุจัดแสดงที่เป็นวัตถุจริง ร่วมกับเทคนิคการจัดแสดง เช่น Interactive wall ประกอบกับ Animation และการแสดงหุ่นจำลองแบบไดโอรามา ทั้งคนและสิ่งแวดล้อม เพื่อเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ และมีการจำลองวัตถุจัดแสดง เช่น เงินตราโบราณ ในสมัยต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บกพร่องทางการมองเห็นได้สัมผัส รวมทั้งป้ายคำบรรยายอักษรเบลล์ การจัดแสดงแบ่งเป็นห้องนิทรรศการต่าง ๆ ในบริเวณชั้นที่ 1 , 2 และชั้นที่ 3 มีการจัดแสดง ดังนี้

1.5.1 นิทรรศการบริเวณชั้นที่ 1

1.5.1.1 นิทรรศการบริเวณห้องโถง

เป็นการแนะนำให้ผู้ชมรู้จักกับเหรียญและเงินตราโบราณที่สำคัญของไทย ในเบื้องต้นผ่านผนังประติมากรรมนูนต่ำที่จำลองเงินตราโบราณ เหรียญในอาณาจักรโบราณ และเหรียญในสมัยปัจจุบัน ซึ่งได้แก่ เหรียญศรีวิชัย เงินพดด้วง เงินโม เหรียญบรรณาการ เหรียญเสด็จนิวัติพระนคร เหรียญ 10 บาท เหรียญ 5 บาท และเหรียญ 1 บาท ฯลฯ และเทวรูปพระคลังในพระคลังมหาสมบัติ (องค์จำลอง จัดทำด้วยทองคำ) ซึ่งเป็นเทวรูปที่เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นที่สักการะบูชาของคนในกระทรวงการคลัง เชื่อว่าเป็นเทพผู้พิทักษ์เงินตรา และทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน

1.5.1.2 นิทรรศการชั่วคราว เงินตรารัตนโกสินทร์

จัดแสดงวิวัฒนาการของเหรียญในสมัยรัตนโกสินทร์ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 จนถึงรัชกาลที่ 10 ซึ่งเป็นรัชกาลปัจจุบัน

1.5.1.3 นิทรรศการชั่วคราว สืบราชย์ สานพระราชปณิธาน

นิทรรศกล่าวถึงพระราชประวัติ พระราชกรณียกิจในรัชกาลปัจจุบัน และจัดแสดงเหรียญที่สำคัญในรัชกาล

1.5.1.4 นิทรรศการถาวร ห้องที่ 1 ปฐมบทแห่งเงินตรา

จัดแสดงเรื่องวิวัฒนาการของเงินตราซึ่งมีที่มาจาก การแลกเปลี่ยนสื่อกลาง ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ของต่าง ๆ ในสังคมมนุษย์ตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ สู่อุปกรณ์ปรับวัสดุโดยใช้โลหะ เป็นสื่อกลางเมื่อมนุษย์ได้ค้นพบโลหะ และรู้จักการถลุงโลหะ การจัดแสดงเป็น Animation ร่วมกับการใช้วัตถุจริง และวัตถุจำลองบนผนังถ้า

1.5.1.5 นิทรรศการถาวร ห้องที่ 2 เส้นทางวิวัฒนาการเงินตรา

จัดแสดงให้เห็นความแตกต่างของสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนอันเกิดจาก ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมความเชื่อของผู้คนในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก ซึ่งมีทั้ง การนำทรัพยากรธรรมชาติมาเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน เช่น หอยเบี้ย ก้อนหิน เปลือก เมล็ดโกโก้ ฯลฯ และการนำวัสดุในธรรมชาติมาตกแต่ง ประติติประดอยให้มีคุณค่าสูงขึ้น เช่น ลูกปัด ผ้าทอจาก ขนนก ฯลฯ จนถึงการนำโลหะมาใช้ในการแลกเปลี่ยน

1.5.1.6 ห้องนิทรรศการ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระผู้ปฏิรูป เจริญศึกษาปณิไทย

จัดแสดงพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในด้านการปฏิรูปเจริญศึกษาปณิ นับตั้งแต่การสั่งซื้อเครื่องจักรผลิตเหรียญเข้ามาใช้ในสยาม และการ จัดตั้งโรงษาปณิขึ้นเป็นแห่งแรกในสยาม

1.5.2 นิทรรศการบริเวณชั้นที่ 2

จัดแสดงเกี่ยวกับรูปแบบของเงินตราที่เริ่มเข้ามายังดินแดนไทยจนถึงปัจจุบัน และ เหรียญนานาชาติ มีการจัดแสดงนิทรรศการ จำนวน 8 เรื่อง ได้แก่

นิทรรศการที่ 1 นานาอาณาจักรเหรียญ

นิทรรศการที่ 2 เริ่มต้นอาณาจักรไทย

นิทรรศการที่ 3 กษาปณิรัตนโกสินทร์

นิทรรศการที่ 4 เหรียญกับสังคมไทย

นิทรรศการที่ 5 เหรียญนานาชาติ

นิทรรศการที่ 6 กว่าจะมาเป็นเหรียญ

นิทรรศการที่ 7 รื้อรอบเหรียญ

นิทรรศการที่ 8 ร้อยเรียงเรื่องเงินตรา

1.5.2.1 นิทรรศการที่ 1 นานาอาณาจักรเหรียญ

จัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับเหรียญในสมัยเริ่มแรกที่ปรากฏในดินแดนไทย หรือ สุวรรณภูมิ ได้แก่ พูนัน ทวารวดี ลพบุรี และศรีวิชัย มีเงินตราที่สำคัญ ได้แก่ เหรียญอาทิติย์

อุทัย – ศรีวิไลสะ ซึ่งถือเป็นเหรียญแรกของดินแดนไทย เหรียญสมัยทวารวดีซึ่งมีลวดลายรูปสัตว์ ศักดิ์สิทธิ์ เงินนโม และเงินดอกจัน เป็นต้น

1.5.2.2 นิทรรศการที่ 2 เริ่มต้นอาณาจักรไทย

จัดแสดงเงินตราในอาณาจักรไทยนับแต่สุโขทัย อยุธยา และอาณาจักรที่ร่วมสมัยได้แก่ ล้านนา และล้านช้าง โดยมีจุดเด่นที่เงินพดด้วง ซึ่งเป็นเงินตราของชนชาติไทยในอดีตที่ถือว่า มีรูปแบบที่โดดเด่น มีอัตลักษณ์ และมีการใช้มาอย่างยาวนานตั้งแต่สมัยสุโขทัย อยุธยา จนถึงรัตนโกสินทร์ตอนต้น

1.5.2.3 นิทรรศการที่ 3 กษาปณ์รัตนโกสินทร์

จัดแสดงเงินตราสมัยรัตนโกสินทร์ บอกเล่าประวัติความเป็นมาของการเริ่มใช้เหรียญกษาปณ์ตามหลักสากลนิยมตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ ๔ จนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีเรื่องราวเกี่ยวกับการบุกเบิก ปฏิรูป ปรับปรุง และพัฒนาเหรียญกษาปณ์ไทยในระยะเวลากว่า 2 ศตวรรษ

1.5.2.4 นิทรรศการที่ 4 เหรียญกับสังคมไทย

จัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับเหรียญในบทบาทต่าง ๆ ในสังคมไทย ทั้งด้านภาษา ศาสนา วัฒนธรรม ความเชื่อ ประเพณี โดยจะเห็นการใช้เหรียญได้จากพิธีกรรม และความเชื่อต่าง ๆ เกร็ดความรู้เรื่องเหรียญกับความเชื่อเรื่องโลกหน้าของชาวตะวันตก และความเชื่อเรื่องการพกเหรียญเพื่อความโชคดีของชาวญี่ปุ่น เป็นต้น อีกทั้งความหมายต่าง ๆ ที่แฝงอยู่บนเหรียญ

1.5.2.5 นิทรรศการที่ 5 เหรียญนานาชาติ

จัดแสดงเหรียญนานาชาติ เหรียญที่ระลึกจากนานาชาติอารยะประเทศทั่วโลก

1.5.2.6 นิทรรศการที่ 6 กว่าจะมาเป็นเหรียญ

จัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตเหรียญในปัจจุบัน

1.5.2.7 นิทรรศการที่ 7 รู้รอบเหรียญ

จัดแสดงเรื่องราวเกร็ดความรู้เกี่ยวกับเหรียญ เช่น ความแตกต่างระหว่างขอบสันเหรียญแต่ละชนิด ประโยชน์ของขอบเหรียญที่ช่วยปกป้องหน้าเหรียญไม่ให้สึกกร่อนลบเลือน ความหมายของลวดลายบนหน้าเหรียญ รวมทั้งการอธิบายลักษณะพิเศษของเหรียญบางเหรียญในปัจจุบัน

1.5.2.8 นิทรรศการที่ 8 ร้อยเรียงเรื่องเงินตรา

เป็นการสรุปภาพรวมของนิทรรศการทั้งหมดตั้งแต่ต้นนับตั้งแต่ก่อนที่มนุษย์จะค้นพบโลหะ และใช้โลหะเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน จนกระทั่งในยุคปัจจุบันที่รูปแบบของการชำระเงินด้วยสื่อกลางหรือเงินตราได้มีการเปลี่ยนแปลงวิธีไปตามยุคสมัย เกิดการชำระเงินด้วยรูปแบบใหม่ และการก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด

1.5.3 นิทรรศการบริเวณชั้นที่ 3 ได้แก่

1.5.3.1 ห้องวัฒนธรรมศึกษาปณิไทย

จัดแสดงเหรียญกษาปณ์หมุนเวียน เหรียญกษาปณ์ที่ระลึกและเหรียญที่ระลึกในรัชกาลที่ 9 อย่างครบถ้วนทุกวาระ เพื่อเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร ซึ่งรัชสมัยของพระองค์เป็นช่วงเวลาสำคัญที่เหรียญของไทยได้มีการพัฒนา และปรับปรุงวิธีการและขั้นตอนในการผลิตมากกว่ายุคที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังมีเหรียญที่ระลึกขององค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ เช่น เหรียญที่ระลึกครบ 120 ปี กระทรวงการคลัง และเหรียญที่ระลึกประจำจังหวัดต่าง ๆ เป็นต้น

นอกจากวัตถุจัดแสดงที่มีความสำคัญแล้ว ข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ที่จัดแสดงล้วนแล้วแต่มีความสำคัญ เช่น มาตราเงินโบราณ แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การปั่นแบบเหรียญ แสดงให้เห็นขั้นตอนการผลิตเหรียญของไทยในปัจจุบัน และสุขภาพิต คำพังเพยต่าง ๆ เกี่ยวกับเงินทอง แสดงให้เห็นวิถีชีวิตของคนไทยในสมัยโบราณ และความเชื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับเหรียญ และสัญลักษณ์ที่เป็นมงคลต่าง ๆ บนเงินตราโบราณ (รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูได้จากภาคผนวก ก)




1.6 สรุปลักษณ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์านุรักษ์


พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์านุรักษ์เป็นพิพิธภัณฑ์เกี่ยวกับเหรียญและเงินตราโบราณ ซึ่งให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์เศรษฐกิจ และวิวัฒนาการของเงินตราตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ดังนั้น อัตลักษณ์ที่สำคัญของพิพิธภัณฑ์จึงเป็นเหรียญและเงินตรา ซึ่งมีความสำคัญอย่างหนึ่งในวัฒนธรรม ถือเป็นบันทึกทางประวัติศาสตร์ และเป็นหลักฐานของความทรงจำ โดยมีเกณฑ์ในการตัดสินว่าเหรียญและเงินตราชิ้นใดมีคุณค่า ซึ่งนำไปสู่การประเมินมูลค่าทรัพย์สิน ได้แก่





- (1) อายุสมัย ความเก่าแก่ของเหรียญและเงินตรา
- (2) ความหายาก มักเกิดจากการผลิตที่มีจำนวนน้อย
- (3) ความสำคัญเนื่องในโอกาสที่ผลิต
- (4) ความสวยงาม สมบูรณ์ของเหรียญและเงินตราที่ไม่มีรอยขีดข่วน หรือชำรุดเสียหาย
- (5) มูลค่าของวัสดุที่ใช้จัดทำ


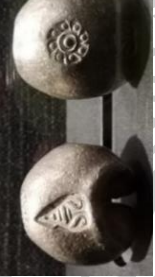


หลักเกณฑ์เหล่านี้ต้องนำมาประกอบกันเพื่อพิจารณา ซึ่งสามารถจัดทำเป็นตารางเพื่อจัดจำแนกสิ่งที่มีความโดดเด่น และมีความสำคัญเป็นพิเศษ เป็นอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ ซึ่งจะสะท้อนไปสู่การออกแบบของที่ระลึก ได้ดังตารางที่ 3 : สรุปลักษณ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์านุรักษ์





ตารางที่ 3 : สรุปลักษณ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์ราษฎร์






ลำดับ ที่	วัตถุจัดแสดงที่มีความสำคัญเป็นพิเศษ	ภาพประกอบ	คุณค่า/ความสำคัญ
1.	เหรียญเสด็จนิวัติประเทศไทย		<p>มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โดยเป็นเหรียญที่ระลึกเหรียญแรกในรัชสมัยของรัชกาลที่ 9 ครั้งเสด็จนิวัติประเทศไทย ภายหลังจากการเสด็จเยือนประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และประเทศต่าง ๆ ในทวีปยุโรป ในปี พ.ศ. 2503 แสดงให้เห็นถึงการเจริญสัมพันธ์ไมตรีกับต่างประเทศ</p>
2.	เหรียญศรีวิจตเส		<p>เป็นเงินตราในสมัยพูนิน - ทวารวดี ซึ่งมีอายุในราวพุทธศตวรรษที่ 6-16 เป็นเหรียญแรกที่เริ่มใช้ในดินแดนสุวรรณภูมิที่ได้รับอิทธิพลมาจากเหรียญของอินเดีย เป็นภาพสะท้อนให้เห็นถึงการติดต่อค้าขายภายในดินแดนและการค้ากับต่างชาติในสมัยโบราณ แสดงให้เห็นถึงอารยธรรมในยุคโบราณที่มีระบบการปกครอง ความเชื่อในศาสนาพราหมณ์ และภูมิปัญญาการผลิตเงินตราขึ้นใช้จากการทำแม่พิมพ์เพื่อหล่อโลหะ สัญลักษณ์บนเหรียญมีความหมายที่เป็นมงคลสื่อถึงความเจริญรุ่งเรือง ความอุดมสมบูรณ์ และมีความสวยงาม</p>
3.	เหรียญตราสังข์-ศรีวิจตเส สมัยทวารวดี		<p>สัญลักษณ์บนเหรียญสื่อถึงความอุดมสมบูรณ์ เป็นเหรียญที่มีบทบาทต่อสังคมทั้งในบริบทด้านการเมือง การค้า และพิธีกรรม</p>

ลำดับ ที่	วัตถุจัดแสดงที่มีความสำคัญเป็นพิเศษ	ภาพประกอบ	คุณค่า/ความสำคัญ
4.	เงินพดด้วง		<p>เป็นเงินตราที่พัฒนาสืบต่อมาจากเงินมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน ถือเป็นเงินตราที่มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย เริ่มใช้ครั้งแรกก่อนสมัยสุโขทัย จนมาถึงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น เป็นระยะเวลายาวนานกว่า 600 ปี โดยรูปแบบมีการปรับเปลี่ยนไปตามแหล่งที่ผลิต เงินพดด้วงแต่ละยุคสมัยจึงมีลักษณะที่แตกต่างกันไปตามฝีมือช่าง และความนิยมของแต่ละยุคสมัย แสดงให้เห็นถึงระบอบการปกครองและวิถีชีวิตของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพเศรษฐกิจและเมืองที่มีขนาดใหญ่ขึ้น บนเงินพดด้วงมีตราสัญลักษณ์ที่เป็นมงคลและมีความสวยงาม</p>
5.	เงินนโม		<p>เป็นเงินตราในอาณาจักรศรีวิชัย (พุทธศตวรรษที่ 13 – 18) ใช้ในการค้าขายกับอาณาจักรโบราณต่าง ๆ ทั้งในดินแดนไทย และการค้าทางไกลกับอินเดีย จีน และยุโรป เป็นเงินตราที่มีบทบาทในเศรษฐกิจ และมีการใช้ในรูปแบบของวัตถุมงคลมาตั้งแต่สมัยโบราณจนถึงปัจจุบัน ซึ่งนิยมใช้เป็นเครื่องรางของขลังและเครื่องประดับ</p>
6.	เงินดอกจัน		<p>เป็นเงินตราในอาณาจักรศรีวิชัย (พุทธศตวรรษที่ 13-18) แสดงให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองของอาณาจักรโบราณและการค้าทางทะเลในอดีต ดอกจันคล้ายรูปดอกไม้ 4 กลีบ และจารึกคำว่า “จฺร” แปลว่า ประเสริฐ</p>

ลำดับ ที่	วัตถุจัดแสดงที่มีความสำคัญเป็นพิเศษ	ภาพประกอบ	คุณค่า/ความสำคัญ
7.	เหรียญเงิน ตราพระมหามงกุฎ – พระ แสงจักร (เหรียญบรมฉัตร)		เป็นเหรียญที่ผลิตขึ้นครั้งแรกในสมัยรัชกาลที่ 4 ด้วยเครื่องจักรผลิตเหรียญซึ่งเป็น บรรณาการจากสมเด็จพระราชินีวิกตอเรีย แห่งสหราชอาณาจักร แสดงให้เห็นถึง ความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างไทย และอังกฤษ
8.	เหรียญภาษาปักษ์เหนือเวียดนาม ชนิดราคา 10 บาท		เป็นเหรียญภาษาปักษ์เหนือเวียดนามเหรียญแรกที่มีอักษรเบรลล์บนเหรียญ ถือเป็นเหรียญแรกที่ทำให้ ความสำคัญกับผู้พิการทางการมองเห็น
9.	เหรียญภาษาปักษ์ใต้ระลึกในโอกาสที่ สมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมารทรงสำเร็จการศึกษาจาก โรงเรียนเสนาธิการทหารบก		เป็นเหรียญภาษาปักษ์ใต้ระลึกที่สำคัญในสมัยรัชกาลที่ 10 และเป็นคำโคกรงของเหรียญ ภาษาปักษ์เหนือในปัจจุบันในรัชกาลที่ 10
10.	พระคลังในพระคลังมหาสมบัติ		เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของคนในกระทรวงการคลัง เชื่อว่าเป็นเทพ ผู้พิทักษ์เงินตรา และทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน

ลำดับ ที่	วัตถุจัดแสดงที่มีความสำคัญเป็นพิเศษ	ภาพประกอบ	คุณค่า/ความสำคัญ
11.	เหรียญแต้เม้งทองคำ		จัดสร้างขึ้นเพื่อเฉลิมพระชนมพรรษาในโอกาสที่รัชกาลที่ 4 มีพระชนมายุครบ ๖๐ พรรษา ถือว่าเป็นเหรียญที่ระลึกเหรียญแรกในรัชสมัย และเป็นเหรียญที่มีมูลค่าสูงที่สุดในพิพิธภัณฑ์
12.	เงินพดด้วงตราพระมหามงกุฎ - พระแสงจักร		เงินสมัยรัชกาลที่ 4 เงินพดด้วงขาดแคลน ไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ของประชาชน เป็นสาเหตุหนึ่งของการผลิตเหรียญกษาปณ์ขึ้นใช้เพื่อทดแทน
13.	พดด้วงสมัย ร. 5 ตราพระแสงจักร - พระจุลมงกุฎ - ซอรั้าเพย		เป็นพดด้วงที่ผลิตขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 เพื่อเป็นที่ระลึกเนื่องในการบำเพ็ญพระราชกุศลถวายสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งมีพระนามเดิมว่า ร้าเพย จึงนิยมเรียกว่าพดด้วงตราซอรั้าเพย เนื่องจากผลิตในจำนวนน้อยจึงเป็นพดด้วงที่หายาก และในวันที่ 28 ตุลาคม พ.ศ. 2447 ได้มีการประกาศยกเลิกการใช้พดด้วงทุกชนิดราคา หลังจากที่ได้เข้ามาเป็นเวลายาวนานกว่า 600 ปี ซึ่งนับว่าเป็นการสิ้นสุดของการใช้เงินพดด้วง
14.	เหรียญทองแดงที่ระลึกเสด็จประพาสยุโรป สมัยร. 5		รัชกาลที่ 5 เป็นพระมหากษัตริย์พระองค์แรกในประวัติศาสตร์ของประเทศไทยที่เสด็จประพาสประเทศต่าง ๆ ในยุโรป ในปี พ.ศ. 2440 จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างเหรียญนี้ไว้เป็นที่ระลึก ซึ่งเหรียญได้ออกแบบอย่างสวยงาม โดย “Aug PaTey” สังกัดจากโรงกษาปณ์ประเทศฝรั่งเศส มีอักษรจารึกว่า MONNAIE DE PARIS BRONZE

ลำดับ ที่	วัตถุจัดแสดงที่มีความสำคัญเป็นพิเศษ	ภาพประกอบ	คุณค่า/ความสำคัญ
15.	ดัลลีย์ที่ระลึกในงานพระบรมศพ รัชกาล ที่ 5		เมื่อครั้งรัชกาลที่ 5 เสด็จสวรรคต รัชกาลที่ 6 จึงทรงมีพระราชดำริให้นำเหรียญเงินชนิด ราคา 1 บาท ตราพระบรมรูป – ซ้ำสามเศียร ที่รัชกาลที่ 5 โปรดฯ ให้จัดสร้างก่อน สวรรคต มาแจกคู่กับเงินด้านบั้นมีข้อความว่า “งานพระบรมศพ”
16.	เหรียญภาษาปัมที่ระลึกเพื่อส่งเสริม กิจการองค์การอาหารและเกษตรแห่ง สหประชาชาติ (FAO)		เป็นเหรียญที่มีพระบรมรูปของพระมหากษัตริย์รัชกาลที่ 9 และรัชกาลที่ 10 อยู่ภายใน เหรียญเดียวกัน
17.	ภาพยนตร์ Animation การแลกเปลี่ยน สิ่งของฉายบนผนังถ้ำ		การเล่าเรื่องราวของการแลกเปลี่ยนสิ่งของในสังคมและวัฒนธรรมต่าง ๆ ทั่วโลก จากกา สังเกต พบว่าผู้ชมสนใจเทคนิคการจัดแสดงภายในห้องนี้เนื่องจากมีความแตกต่างจากการ จัดแสดงนิทรรศการโดยทั่วไป และจากการแสดงความคิดเห็นในสมุดเยี่ยมพิพิธภัณฑ์พบว่า ผู้ชมประทับใจนิทรรศการภายในห้องนี้มากเป็นพิเศษ
18.	หอยเบี้ย		เป็นสิ่งที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนในสังคมยุคโบราณ จนถึงยุคประวัติศาสตร์ที่มีความ แพร่หลายในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก คำว่า “เบี้ย” ปรากฏอยู่ในสุภาษิต และคำพังเพยของ ไทย เป็นจำนวนมาก ผู้คนในดินแดนไทยใช้เบี้ยในการแลกเปลี่ยนกันอย่างยาวนานตั้งแต่ ยุคก่อนประวัติศาสตร์ จนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น เป็นเงินปลีกที่มีค่าต่ำที่สุด

ลำดับ ที่	วัตถุจัดแสดงที่มีความสำคัญเป็นพิเศษ	ภาพประกอบ	คุณค่า/ความสำคัญ
19.	เงินตรารูปสัตว์		เป็นเงินที่แสดงให้เห็นถึงการใช้โลหะในยุคแรก ๆ เพื่อเป็นสื่อแลกเปลี่ยนในสังคมและเกี่ยวข้องกับพิธีกรรมการเช่นไหว้ เคารพธรรมชาติ
20.	ตราประทับรูปสิงโตบนเงินลิเดีย		เป็นลวดลายบนเหรียญภาษาเปอร์เซียแรกของโลก เป็นกิจกรรมที่ผู้ชมให้ความสนใจมาก
21.	เงินเซซี		เป็นเงินตราร่วมสมัยของล้านนา สุโขทัย แสดงให้เห็นถึงการติดต่อค้าขายกับจีน โดยเฉพาะผ่านทางตอนใต้ที่มีการค้าขายด้วยทองคำลาวาน ม้าต่าง วัวต่าง ซึ่งเหมาะกับสภาพภูมิประเทศที่เป็นภูเขา
22.	เงินเจียง		เป็นเงินตราที่สำคัญในอาณาจักรล้านนา มักทำด้วยเงินบริสุทธิ์ มีลักษณะคล้ายผีเสื้อ มีการตกแต่งประดับประดาเป็นสัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น จักร พระอาทิตย์ ช่องสี่เหลี่ยมสี่ช่อง ลายแก้ว ชิงดวง เพื่อรับรองคุณภาพเนื้อเงิน
23.	เงินลาด		เป็นเงินตราของล้านช้าง แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างอาณาจักรโบราณ มีตราประทับสัญลักษณ์ด้านบน ได้แก่ ช้าง ดอกไม้ เต่า และปลา ซึ่งล้วนเป็นสัญลักษณ์มงคล

ลำดับ ที่	วัตถุจัดแสดงที่มีความสำคัญเป็นพิเศษ	ภาพประกอบ	คุณค่า/ความสำคัญ
24.	เงินรูปี		เป็นเหรียญกษาปณ์ของอังกฤษที่ใช้ในอินเดีย พม่า และใช้อย่างแพร่หลายในดินแดนล้านนา เนื่องจากการค้าไม้กับอังกฤษ ด้านหน้ามีรูปกษัตริย์อังกฤษพร้อมพระนาม ด้านหลังมีตัวอักษรซึ่งระบุค่าเงินเป็นรูปี แสดงให้เห็นอิทธิพลของอังกฤษที่มีต่อดินแดนล้านนา
25.	เหรียญเงินเม็กซิกัน		เป็นเหรียญตราต่างชาติทำด้วยโลหะเงินเนื้อดี นิยมใช้ในภาคใต้สมัยรัชกาลที่ 3 - 5 ต่อมาแพร่กระจายเข้ามาใช้ในพระนครเป็นจำนวนมาก จนต้องมีการออกพิกัตอัตราเหรียญขึ้นมาในสมัยรัชกาลที่ 4
26.	เหรียญอีแปะ		เป็นเหรียญกษาปณ์ที่รับอิทธิพลมาจากเหรียญกษาปณ์ของจีน มีลักษณะกลม มีรูตรงกลาง ทั้งแบบรูปกลม และรูปแบบเหลี่ยม แสดงให้เห็นเศรษฐกิจของภาคใต้ที่เจริญเติบโต แสดงถึงพัฒนาการของเงินตราท้องถิ่น มีอักษรที่เป็นมงคลบนเหรียญ
27.	เงินกระดาษ หมายถึง		เป็นเงินกระดาษยุคแรกของไทยสมัยรัชกาลที่ 4 ที่แสดงให้เห็นวิวัฒนาการของธนบัตรในปัจจุบัน

ลำดับ ที่	วัตถุจัดแสดงที่มีความสำคัญเป็นพิเศษ	ภาพประกอบ	คุณค่า/ความสำคัญ
28.	เหรียญทองแดงตรา จปร. - ช่อ ชัยพฤกษ์ สมัย ร.5		เนื่องจากเครื่องจักรทำเหรียญภาษาปณของโรงกระษาปณ์สิทธิการชำระดู ไม่สามารถผลิตเหรียญภาษาปณออกใช้หมุนเวียนได้ รัชกาลที่ 5 จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ออกแบบเหรียญปลิกนี้ขึ้น และสั่งให้โรงภาษาปณจากเบอร์มิงแฮม ประเทศอังกฤษ ผลิตเข้ามาใช้หมุนเวียนเป็นครั้งแรก
29.	เหรียญนวัตกรรมของต่างประเทศ เช่น เหรียญที่บรรจุ DNA ของเสือ เหรียญ รูปปริมาตร		เหรียญที่ระลึกของชาติต่าง ๆ ในปัจจุบันไม่ยึดติดกับความเป็นเหรียญในรูปแบบเดิม ที่มีลักษณะกลมแบน แต่ได้มีการออกแบบให้มีรูปร่างลักษณะที่แปลกแตกต่างอย่างหลากหลายและมีความสวยงามมากยิ่งขึ้น แสดงถึงนวัตกรรมในการประดิษฐ์คิดค้นการออกแบบเหรียญในรูปแบบใหม่
30.	เหรียญภาษาปณที่ระลึก 100 ปี การสหกรณ์ไทย		เป็นเหรียญภาษาปณที่ระลึก 2 เหรียญสุดท้ายในสมัยรัชกาลที่ 9

ลำดับ ที่	วัตถุจัดแสดงที่มีความสำคัญเป็นพิเศษ	ภาพประกอบ	คุณค่า/ความสำคัญ
31.	เหรียญกษาปณ์ที่ระลึกการเข้าร่วม ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ASEAN Economic Community : AEC		เป็นเหรียญกษาปณ์ที่ระลึก 2 เหรียญสุดท้ายในสมัยรัชกาลที่ 9
32.	เหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9 ชนิดราคา 1 บาท และ 5 บาท		เป็นเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9 ซึ่งใช้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจมาตลอด รัชกาล

2. ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์

ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก (Museum Shop) ในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ เริ่มเปิดให้บริการพร้อมกับการทดลองเปิดพิพิธภัณฑ์ เมื่อ พ.ศ. 2557 และดำเนินการต่อมาจนถึงปัจจุบัน การบริหารงานแบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลา



ภาพที่ 106 ภาพด้านหน้าร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของพิพิธภัณฑ์ (MUSEUM SHOP)

2.1 ช่วงที่ 1 Museum Shop บริหารโดย บริษัทโร้ทแมน จำกัด ตั้งแต่ พ.ศ. 2557 – 30 กันยายน 2561

จากการสำรวจ Museum Shop จัดแบ่งสินค้าออกเป็น 2 ฝั่ง โดยฝั่งซ้ายรวมทั้งตู้สินค้า ด้านนอก คือ สินค้าประเภทเหรียญ ได้แก่ เหรียญที่ระลึก และผลิตภัณฑ์เหรียญที่ออกแบบและจัดจำหน่ายโดยกรมธนารักษ์ ซึ่งเป็นภารกิจหลักด้านหนึ่งของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน ส่วนฝั่งขวา และตู้โชว์ตรงกลางเป็นสินค้าที่บริษัทโร้ทแมน จำกัด เป็นผู้จัดหาและจัดจำหน่าย ร้านแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

1) ของที่ระลึกที่ผลิตและจำหน่ายโดยกรมธนารักษ์ ได้แก่

- เหรียญที่ระลึก ในวาระและโอกาสพิเศษต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถาบันหลัก คือ ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และวัฒนธรรม เช่น เหรียญพระคลังในพระคลังมหาสมบัติ

- ของที่ระลึกเกี่ยวกับเหรียญ เช่น หนังสือเหรียญ

- ของที่ระลึกเบ็ดเตล็ด เช่น พระบรมฉายาลักษณ์รัชกาลที่ 5 ด้วยเลเซอร์บนแท่นอะครีลิก และพระแก้วมรกต

- ของที่ระลึกฝากขาย ได้แก่ การ์ดผ้า และพวงกุญแจรูปวัดพระแก้ว Magnet รูปสัตว์

2) ของที่ระลึกที่ผลิตและจำหน่ายโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด สามารถแบ่งออกได้เป็นประเภทต่าง ๆ 12 ประเภท ดังนี้

- (1) งานจำลอง
- (2) เครื่องเขียน
- (3) เครื่องประดับ
- (4) เกมส์
- (5) ของใช้
- (6) ของตกแต่งบ้าน
- (7) เครื่องแต่งกาย
- (8) หนังสือ
- (9) สิ่งพิมพ์
- (10) อาหาร
- (11) ยา
- (12) เหยี่ยูกที่ระลึก

จากการสำรวจพบว่าของที่ระลึกที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหยี่ยูกษาปณานุกรักษ์ มีหลายประเภท เกือบครบถ้วนตามประเภทของที่ระลึกที่ควรมีโดยอ้างอิงจากพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ได้ศึกษาในบทที่ 2 ซึ่งประเภทที่ขาดหายไป ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก ส่วนที่เพิ่มเข้ามา คือ ยา

ในรายละเอียดข้อกำหนดและขอบเขตการจ้าง (TOR) ของกรมธนารักษ์ระบุให้บริษัทไรท์แมน จำกัด ซึ่งเป็นผู้รับจ้างตั้งแต่ปี 2555 – 2561 ก่อสร้างและบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ในทุกด้าน รวมทั้งร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก (Museum Shop) แต่กรมธนารักษ์ไม่ได้ระบุรายละเอียดและไม่ได้มอบนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับของที่ระลึกที่ต้องจำหน่าย บริษัทจึงได้เลือกของที่ระลึกที่เกี่ยวกับเหยี่ยูกและมีความเป็นไทยเข้ามาจำหน่าย ซึ่งมี 3 ประเภท คือ

1) ของที่ระลึกที่บริษัทออกแบบและสั่งผลิตที่มีตราสัญลักษณ์กรมธนารักษ์ และชื่อพิพิธภัณฑ์

2) ของที่ระลึกที่มีอัตลักษณ์ไทย

3) ของที่ระลึกที่รับฝากจากผู้ผลิตรายอื่นมาจำหน่าย

ซึ่งของที่ระลึกประเภทที่ 2 และประเภทที่ 3 เป็นของที่ระลึกที่บริษัทไม่ได้ออกแบบเองของที่ระลึกที่บริษัทไรท์แมนนำมาจำหน่ายมีความหลากหลาย และประเภทของที่ระลึกที่มีมากที่สุด ได้แก่ ของตกแต่งบ้าน ดังตารางที่ 4 : ประเภทของที่ระลึกที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหยี่ยูกษาปณานุกรักษ์

ตารางที่ 4 : ประเภทของที่ระลึกที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์แห่งชาติ ช่วงที่ 1 บริหารโดย บริษัทโรแทแมน จำกัด

ประเภทของที่ระลึกที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์แห่งชาติ ช่วงที่ 1 บริหารโดย บริษัทโรแทแมน จำกัด												
งานจำลอง	เครื่องเขียน	เครื่องประดับ	เกมส์	ของใช้	ของตกแต่งบ้าน	แต่งกาย	หนังสือ	สิ่งพิมพ์	ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก	อาหาร	ยา	เหรียญที่ระลึก
- โมเดลโบราณสถานในยุโรป และสถาปัตยกรรมในอังกฤษ	- ดินสอ - เข็มกลัด - ต่างหู - สร้อย - จี้ - นาฬิกา	- 3 D Puzzle model	- กระเป๋า - พวงกุญแจ - อุปกรณ์ขนาด Money clip - CD เกี่ยวกับเหรียญ - นามบัตร - กำยาน - ผ้าไมโครไฟเบอร์	- กรอบรูป - Magnet - การ์ดเหรียญที่ระลึกประเทศต่าง ๆ - ตะขอเกี่ยวประดับเหรียญภาษาอื่น ๆ - แผ่นอะคริลิค - เลเซอร์ - ตึกดา - นาฬิกาตั้งโต๊ะ - ที่พับกระดาษ - เหรียญที่ระลึกพร้อมแผ่นอะคริลิค - โมเดลกระดาษรูปยักษ์/ช้าง	- เสื้อยืด - หมวก	- หนังสือเหรียญ	Magnetic Postcard	-	ลูกอม	ยาหอม	- เหรียญที่ระลึกในรัชกาลที่ 9 และรัชกาลที่ 10 และเหรียญที่ระลึกประจำจังหวัด	

3) รูปแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ที่จำหน่ายโดยบริษัท ไรท์แมน จำกัด มี 4 รูปแบบ คือ

(1) การออกแบบของที่ระลึกโดยใช้ชื่อ/สัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ มีจำนวน 5 รายการ ได้แก่ เข็มกลัดสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์ Magnetic Postcard สัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์ เสื้อยืด สัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์ Magnet ชื่อพิพิธภัณฑ์ ปากกาและสมุดพิมพ์สัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์

(2) การออกแบบของที่ระลึกโดยใช้อัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ (เหรียญและเงินตรา) มีจำนวน 12 รายการ ได้แก่ เหรียญพร้อมแสตมป์ สมุดเหรียญเอเชีย ตะขอกี่หวัดประดับเหรียญกษาปณ์เอเชีย เข็มกลัดจากเหรียญกษาปณ์รัชกาลที่ 9 Magnet ประดับด้วยเหรียญกษาปณ์ CD เกี่ยวกับเหรียญ เสื้อยืดพิมพ์ลายเงินตราโบราณ พวงกุญแจเหรียญกษาปณ์ หนังสือเหรียญไทย Money clip













(3) การออกแบบของที่ระลึกที่ใช้วัฒนธรรมประจำชาติ/ท้องถิ่น มีจำนวน 17 รายการ ได้แก่ Magnet รูปวัดพระแก้ว Magnet รูปช้าง พวงกุญแจวัดพระแก้ว แทนอะคริลิกเลเซอร์ พระแก้วมรกต แทนอะคริลิกเลเซอร์พระบรมฉายาลักษณ์รัชกาลที่ 5 พวงกุญแจช้าง พวงกุญแจรถตุ๊กตุ๊ก ผ้าไหมโครไฟเบอร์แพลนที่ประเทศไทย เสื้อยืดปักรูปรถตุ๊กตุ๊ก ยาไทย เสื้อยืดลวดลายไทย Magnet รูปยักษ์/มวยไทย กระเป๋ารูปช้าง กรอบรูปรูปช้าง โมเดลกระดาศรูปยักษ์และช้าง










(4) การออกแบบของที่ระลึกที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับเหรียญ เงินตราและความเป็นไทย มีจำนวน 23 รายการ ได้แก่ Magnet รูปกระต่าย แบบจำลอง Big Ben โบราณสถานมาชูปิก ชู วิหารพนาถนอล กระเป๋าผ้า กระเป๋าจากกระสอบ กระเป๋าเชือกถัก อุปกรณ์นวด ตุ๊กตา นาฬิกา ที่ทับกระดาศ กำยาน น้ำมันอิมมูออยล์ กรอบรูป กระเป๋าเงินรูปผู้หญิงผิวสี เข็มกลัดมุก กระเป๋าเก็บพวงกุญแจ หมวกแก๊ป ต่างหูเชือก นาฬิกา เครื่องประดับ 3 D Puzzle model ร่ม










จากการสำรวจพบว่า ของที่ระลึกที่จัดจำหน่ายโดยบริษัทไรท์แมน จำกัดที่มีจำนวนมากที่สุดใน Museum Shop พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ คือ ของที่ระลึกที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์ และอัตลักษณ์ไทย รองลงมาคือของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้อัตลักษณ์ไทย ของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้อัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ และของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้ชื่อ/สัญลักษณ์/ของพิพิธภัณฑ์มีจำนวนน้อยที่สุด ของที่ระลึกที่บริหารจัดการโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด มีหลายประเภท แต่มีรูปแบบเหมาะกับผู้ใหญ่และผู้สูงอายุมากกว่าเด็กและเยาวชน ถึงแม้ว่าของที่ระลึกที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์มีความหลากหลาย แต่ส่วนใหญ่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ เช่น งานจำลอง เป็นงานจำลองโบราณสถานในประเทศเปรู และอังกฤษ ส่วนเครื่องประดับ เกมส์ ยา และลูกอม ล้วนไม่มีความเกี่ยวข้องใด ๆ กับเหรียญและเงินตรา ดังตารางที่ 5 : ของที่ระลึกที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ ช่วงที่ 1 บริหาร โดย บริษัทไรท์แมน จำกัด ระหว่างระหว่าง พ.ศ. 2557 – 30 กันยายน 2561











ตารางที่ 5 : ของที่ระลึกที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ ช่วงที่ 1 บริหารโดย บริษัทโรตแมน จำกัด ระหว่าง พ.ศ. 2557 – 30 กันยายน 2561

ของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้ชื่อ/สัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์	ของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้สัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์	ของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้สัญลักษณ์ไทย	ของที่ระลึกที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์/อัตลักษณ์ไทย
 เข็มกลัดสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์เหรียญ ราคา 250 บาท	 เหรียญพร้อมแสตมป์ ราคา 220 บาท	 Magnet รูปวัดพระแก้ว ราคา 120 บาท	 Magnet รูปกระต่าย ราคา 80 บาท
 Magnetic Postcard ราคา 150 บาท	 สมุดเหรียญเอเชีย 12 ชนิด ราคา 250 บาท	 Magnet รูปช้าง ราคา 80 บาท	 แบบจำลอง Big Ben ราคา 700 บาท
 เสื้อยืดโปโลตราสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์ ราคา 480 บาท	 ตะขอเกี่ยวประตูปะริชเหรียญกษาปณเอเชีย ราคา 300 บาท	 พวงกุญแจวัดพระแก้ว ราคา 80 บาท	 กระเป๋าผ้า ราคา 350 บาท

<p>ของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้ ชื่อ/สัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์</p>	<p>ของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้ อัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์</p>	<p>ของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้ อัตลักษณ์ไทย</p>	<p>ของที่ระลึกที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับ พิพิธภัณฑ์/อัตลักษณ์ไทย</p>
<p> Magnet ป้ายชื่อพิพิธภัณฑ์เอเชีย ราคา 150 บาท</p>	<p> เข็มกลัดจากเหรียญภาษาบาหลีราคา 9 ราคา 250 บาท</p>	<p> แทนอะคริลิคเลเซอร์พระแก้วมรกต 3 ฤดู ราคา 440 บาท</p>	<p> อุปกรณ์ขนาด 250 บาท</p>
<p> เสื้อยืดพิมพ์ลายสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์ เหรียญ ราคา 360 บาท</p>	<p> Magnet ประดับด้วยเหรียญภาษาบาหลี ราคา 80 บาท</p>	<p> แทนอะคริลิคเลเซอร์พระบรมฉายา ลักษณ์รัชกาลที่ 5 ราคา 480 บาท</p>	<p> ตุ๊กตา นาฬิกา ที่ทำกระดาษ</p>
<p> ปากกาและสมุดพิมพ์สัญลักษณ์ พิพิธภัณฑ์</p>	<p> CD เกี่ยวกับเหรียญ ราคา 180 บาท</p>	<p> พวงกุญแจข้าง 35 บาท</p>	<p> กำยาน</p>

<p>ของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้ ชื่อ/สัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์</p>	<p>ของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้ อัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์</p>	<p>ของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้ อัตลักษณ์ไทย</p>	<p>ของที่ระลึกที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับ พิพิธภัณฑ์/อัตลักษณ์ไทย</p>
 <p>เสื้อยืดเงินตราโบราณ ราคา 350 บาท</p>	 <p>พวงกุญแจรถตุ๊กตุ๊ก</p>	 <p>น้ำมันอินดูออยล์</p>	 <p>กระเป๋าสีเชือกถัก</p>
 <p>พวงกุญแจเหรียญ ราคา 85 บาท</p>	 <p>ผ้าไมโครไฟเบอร์แผ่นที่ประเทศไทย</p> <p>85 บาท</p>	 <p>เสื้อยืดปักรูปรถตุ๊กตุ๊ก</p>	 <p>กระเป๋าสีเชือกถัก</p>
 <p>หมิงสี่เหลี่ยมไทย</p>			

ของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้ชื่อ/สัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์	ของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้สัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์	ของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้อัตลักษณ์ไทย	ของที่ระลึกที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์/อัตลักษณ์ไทย
	 <p>เหรียญที่ระลึกพร้อมแม่พิมพ์อะคลิลิค 190 บาท</p>	 <p>ยาไทย/ลูกอม ราคา 35 – 85 บาท</p>	 <p>กรอบรูป</p>
	 <p>เหรียญพระคลังพร้อมสร้อย ราคา 450 บาท</p>	 <p>เสื้อยัดฉนวนไทย ราคา 350 บาท</p>	 <p>โมเดลจำลอง</p>
	 <p>Money clip ราคา 180 บาท</p>	 <p>Magnet ยักษ์/มวยไทย</p>	 <p>กระเป๋าสเงิน กระเป๋ากีบพวงกุญแจ 180 บาท</p>

<p>ของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้ ชื่อ/สัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์</p>	<p>ของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้ อัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์</p>	<p>ของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้ อัตลักษณ์ไทย</p>	<p>ของที่ระลึกที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับ พิพิธภัณฑ์/อัตลักษณ์ไทย</p>
		 <p>กระเป๋ารูปช้าง</p>  <p>กระสอบรูปช้าง 550 บาท</p>  <p>โมเดลกระดาษรูปยักษ์</p>  <p>โมเดลกระดาษรูปช้าง</p>	 <p>ต่างหู 360 -450 บาท</p>  <p>หมวก 350 บาท</p>  <p>3 D Puzzle model</p>  <p>รูป</p>  <p>นาฬิกา และเครื่องประดับ</p>

4) รายได้จากการจำหน่ายของที่ระลึกของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ที่บริหารโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด

การจำหน่ายของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์โดยบริษัทไรท์แมน จำกัด ตั้งแต่ พ.ศ. 2557 – 2561 นั้น เป็นไปตามสัญญาที่กรมธนารักษ์ได้กำหนดให้ผู้รับจ้างลงทุนและผลิตของที่ระลึกสำหรับการจำหน่ายใน Museum Shop เพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่พิพิธภัณฑ์ โดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินงดเว้นค่าเช่าพื้นที่ให้แก่บริษัทเอกชน และได้รับรายได้จากการแบ่งผลกำไรจากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกเป็นการตอบแทน (จรัส มะโนหาญ, 2561:1)

รายได้จากการจำหน่ายของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ในแต่ละเดือนตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2557 จนถึงวันที่ 30 เมษายน 2561 มีรายได้จากยอดจำหน่ายทั้งหมด 3,270,367.70 บาท ของที่ระลึกที่ขายดี 5 อันดับแรก ได้แก่ ชุดรวมเหรียญเรือแสดมภ์ พวงกุญแจช้าง สมุดเหรียญเอเชีย 12 ชนิด แสตมป์ไทยศิลปวัฒนธรรม และลูกอมขึ้นจิตต์ ส่วนของที่ระลึกที่มีความเคลื่อนไหวน้อย (ขายไม่ดี) ได้แก่ เสื้อโปโล กายาน กระเป๋าผ้า พวงกุญแจรูปเหรียญ เคสโทรศัพท์เคลื่อนที่ และหนังสือ โดยบริษัทไรท์แมน จำกัด แบ่งรายได้ให้กับสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์เป็นจำนวน 10% จากยอดจำหน่ายของที่ระลึกเป็นเงินทั้งสิ้น 327,0367.70 บาท (สุภาพรณ ชิตเจริญ, 2561: 1-7)



ภาพที่ 107 ของที่ระลึกขายดี 5 รายการ



ภาพที่ 108 ของที่ระลึกขายไม่ดี 5 รายการ

2.2 ช่วงที่ 2 Museum Shop บริหารโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์ ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2561 – ปัจจุบัน

หลังจากที่บริษัทไรท์แมน จำกัด ได้หมดสัญญาการบริหารจัดการ Museum Shop ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร ในวันที่ 30 กันยายน 2561 เป็นต้นมา สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน ซึ่งเป็นหน่วยงานของกรมธนารักษ์ เป็นหน่วยงานที่บริหารจัดการ Museum Shop

ผู้วิจัยได้สำรวจร้านจำหน่ายของที่ระลึกในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นวันแรกที่ Museum Shop บริหารจัดการโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน จนถึงปัจจุบัน (พฤษภาคม พ.ศ. 2563) พบว่า Museum shop มีสินค้าน้อยลงจากเดิมมาก พิพิธภัณฑสถานได้แก้ปัญหาชิ้นวางของ และตู้โล่งฝั่งที่เคยวางของที่ระลึกที่บริหารจัดการโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด ด้วยการนำเหรียญที่ระลึกที่ผลิตจากสำนักษาปณ์ มาวางจำหน่ายให้เต็มพื้นที่แทนเหรียญที่ระลึกส่วนใหญ่มีราคาสูง ซึ่งมีกลุ่มลูกค้า ได้แก่ นักสะสมเหรียญเป็นผู้ซื้อ

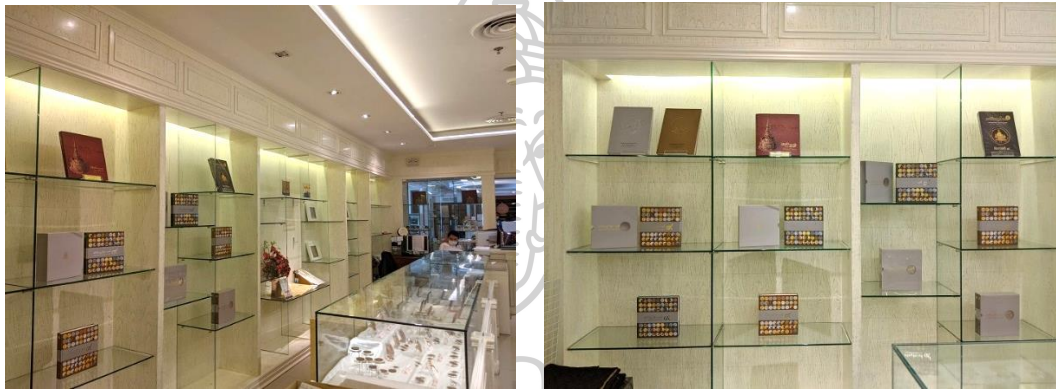
ส่วนของที่ระลึกประเภทอื่น ๆ มีเพียงเสื้อยืดที่คงเหลือตกค้างจากการจำหน่ายของบริษัท ไรท์แมน จำกัด และหนังสือที่จัดทำโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน ดังตารางที่ 6 : ประเภทของที่ระลึกที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร ช่วงที่ 2 บริหารโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์ ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2561 – ปัจจุบัน



ภาพที่ 109 บรรยากาศ Museum Shop ในปัจจุบันที่บริหารโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน



ภาพที่ 110 ตู้จำหน่ายเหรียญที่ระลึก








ภาพที่ 111 ตู้จำหน่ายเหรียญที่ระลึกและหนังสือ



ภาพที่ 112 ตู้จำหน่ายเหรียญที่ระลึกและเสื้อยืด

ตารางที่ 6 : ประเภทของทรัพย์สินที่จำหน่ายในพิพธภัณฑ์เหรียญฯ ช่วงที่ 2 บริหารโดยสำนักงานทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์ ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2561
- ปัจจุบัน

งาน จำลอง	เครื่อง เขียน	เครื่อง ประดับ	เกมส์	ของใช้	ของ ตกแต่ง บ้าน	เครื่องแต่งกาย	หนังสือ	สิ่งพิมพ์	ผลิตภัณฑ์ สำหรับเด็ก	อาหาร	ยา	เหรียญ ที่ระลึก
-	-	-	-	-	-			-	-	-	-	 - เหรียญที่ระลึก ในรัชสมัยของรัชกาล ที่ 9 และรัชกาลที่ 10 รวมทั้งพระบรมวงศานุวงศ์ และเหรียญที่ระลึก ประจำจังหวัด เหรียญที่ระลึกราคา ต่ำสุด 80 บาท
-	-	-	-	-	-		- หนังสือที่ จัดทำโดย สำนัก ทรัพย์สินมีค่า ของแผ่นดิน ราคา 1,200 บาท	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-		- เสื้อยืด ราคา 495 บาท	-	-	-	-	-

2.3 ข้อสังเกตจากการศึกษาร้านจำหน่ายของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ ช่วงที่ 1 บริหารโดย บริษัทไทร์แมน จำกัด

จากการสำรวจของที่ระลึกใน Museum Shop ของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ ที่ผ่านมานับตั้งแต่ปี 2557 – 2561 ซึ่งบริหารงานโดยบริษัทเอกชน พบว่าปัญหาที่สำคัญ คือ มีของที่ระลึกที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์และนิทรรศการวางจำหน่ายในสัดส่วนที่มากกว่า และของที่ระลึกส่วนใหญ่สามารถพบเห็นได้ทั่วไปในท้องตลาดจึงทำให้ของที่ระลึกใน Museum Shop ยังไม่สามารถแสดงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเหรียญและเงินตราได้ และไม่มีการสอดแทรกความรู้ใด ๆ ในของที่ระลึก อีกทั้งยังไม่สามารถเป็นที่จดจำในฐานะที่เป็นภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ และยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมทุกกลุ่มได้ ของที่ระลึกส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมาเพื่อผู้ใหญ่มากกว่าเด็กและเยาวชน ซึ่งตามสถิติที่รวบรวมโดยฝ่ายจัดแสดงพิพิธภัณฑ์เหรียญ สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์ (2561: 1-2) แสดงให้เห็นได้ว่าเด็กและเยาวชนเป็นกลุ่มผู้ชมที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์เหรียญมากในระดับต้น และเป็นกลุ่มที่เป็นเป้าหมายของพิพิธภัณฑ์ในการเผยแพร่ความรู้ต่าง ๆ ดังนั้น การออกแบบของที่ระลึกจึงต้องมีการศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ด้วย

ตัวอย่างปัญหาที่พบจากการสังเกตการณ์ในวันที่ 23 มีนาคม 2561

- 1) ของที่ระลึกภายในร้านส่วนใหญ่มีราคาแพงเกินงบประมาณของเด็ก ๆ จากการสังเกตเมื่อไม่สามารถซื้อสิ่งใดได้ เด็ก ๆ ดูไม่มีความสุขผิดไปจากเดิมอย่างเห็นได้ชัด เด็กชายอายุ 6 ขวบคนหนึ่งมีอาการร้องไห้ไม่ยอมออกจากร้าน และต่อมาร้องไห้
- 2) เด็ก ๆ มีเวลาน้อยเกินไปในการเลือกซื้อของที่ระลึกเนื่องจากโรงเรียนจัดให้มาพร้อมกันเป็นหมู่คณะ ซึ่งมีจำนวนมาก จึงต้องมีการแบ่งเป็นกลุ่ม ๆ เพื่อเข้าไป Museum Shop และมีการรีบเร่งเนื่องจากต้องเดินทางไปที่ยื่นต่อ
- 3) การวางของที่ระลึกบางตำแหน่งอยู่สูงเกินกว่าที่เด็กชั้นประถมต้นจะสามารถมองเห็นและหยิบได้
- 4) ป้ายราคาบางชิ้นไม่เด่นชัดทำให้เสียเวลาในการสอบถามและค้นหาราคา

2.4 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาร้านจำหน่ายของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณารักษ์ ช่วงที่ 2 บริหารโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์

เมื่อสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์ ไม่ได้นำของที่ระลึกประเภทอื่น ๆ มาจำหน่ายเพิ่มเติมจากเหรียญที่ระลึก ทำให้ของที่ระลึกใน Museum Shop ไม่มีความหลากหลาย ส่งผลให้ Museum shop ไม่มีความน่าสนใจเท่าที่ควร เมื่อมีกลุ่มนักเรียน นักศึกษามาเยี่ยมชม จึงมักจะกลับออกมาอย่างรวดเร็ว เนื่องจากไม่มีของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย และไม่มีของที่ระลึกที่เหมาะสมกับวัย และรสนิยม อีกทั้งงบประมาณ ดังนั้น จึงแทบจะไม่มีการซื้อขายเกิดขึ้น ส่วนเด็กและเยาวชนส่วนน้อยที่ซื้อเหรียญที่ระลึก มักจะซื้อเหรียญที่ระลึกทองแดงกาญจนาภิเษก และเหรียญที่ระลึกประจำจังหวัด เนื่องจากมีราคาไม่สูง (ราคาไม่เกิน 100 บาท)



ภาพที่ 113 เหรียญที่ระลึกทองแดงกาญจนาภิเษก



ภาพที่ 114 เหรียญที่ระลึกประจำจังหวัด

3. การเก็บข้อมูลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ เพื่อสำรวจความคิดเห็นของมีส่วนเกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์และของที่ระลึก ในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์โดยแบ่งตามประเภทของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ใช้บริการ ทั้งชาวไทย ชาวต่างชาติ ทุกเพศ ทุกวัย และแบ่งตามช่วงเวลา 3 ช่วง ได้แก่

ช่วงที่ 1 เก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมีนาคม 2561 จนถึง 30 กันยายน 2561 ซึ่งเป็นช่วงที่ Museum Shop บริหารงานโดยบริษัทไทร์แมน จำกัด

ช่วงที่ 2 เก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2561 - ตุลาคม 2562 ซึ่งเป็นช่วงที่ Museum Shop บริหารงานโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน มีการจำหน่ายเหรียญที่ระลึกเป็นหลัก โดยแทบไม่มีของที่ระลึกอื่น ๆ ของพิพิธภัณฑ์จำหน่าย

ช่วงที่ 3 เก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 3 พฤศจิกายน 2561 – 21 เมษายน 2563 โดยผู้วิจัยได้นำผลงานการออกแบบของที่ระลึกให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม พิจารณา และแสดงความคิดเห็น โดยใช้แบบสอบถามเพื่อให้คะแนนความพึงพอใจ และการสัมภาษณ์ เพื่อทราบถึงทัศนคติ ความคิดเห็น และความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ที่มีต่อการออกแบบของที่ระลึก ซึ่งจะกล่าวถึงในบทที่ 5

ในการเก็บข้อมูลช่วงที่ 1 และ ช่วงที่ 2 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

1) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ ได้แก่ ผู้บริหารสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน และเจ้าหน้าที่ ได้แก่ ภัณฑารักษ์ เจ้าหน้าที่นำชมพิพิธภัณฑ์เหรียญ พนักงานขาย และนักวิชาการช่างศิลป์ จำนวน 16 คน

2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน ได้แก่ นักสะสมเหรียญและเงินตราโบราณ จำนวน 6 คน

3) ผู้ใช้บริการ จำนวนรวม 47 คน แบ่งออกเป็น

3.1) เด็ก ในวัยประถมศึกษาของไทย (อายุ 5 – 11 ปี) จำนวน 8 คน

3.2) เด็ก และเยาวชนในระดับมัธยมศึกษาถึงอุดมศึกษา (อายุ 12 – 21 ปี) จำนวนรวม 30 คน (ชาวไทย 27 คน ชาวต่างชาติ 3 คน)

3.3) ผู้ใหญ่วัยทำงาน (อายุ 22 – 60 ปี) จำนวนรวม 11 คน (ชาวไทย 7 คน ชาวต่างชาติ 4 คน)

3.4) ผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปี ขึ้นไป) จำนวน 4 คน (ชาวไทย 4 คน ชาวต่างชาติ 2 คน)

3.5) ผู้พิการทางสายตา จำนวน 2 คน

3.1 ทศนคติ ความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน และผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑ์

เพื่อให้ได้แนวทางการออกแบบของที่ระลึกมีความเหมาะสมกับพิพิธภัณฑ์เหรียญ ภูเขาปณารักษ์ และตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมากที่สุด ผู้ศึกษาจึงได้ทำการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ ภายในสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน และผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑ์ ซึ่งได้แสดงความคิดเห็นต่อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญภูเขาปณารักษ์ ดังนี้

3.1.1 วิสัยทัศน์ ความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ (บุคลากรภายในสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน)

การสัมภาษณ์ในช่วงที่ 1 Museum Shop บริหารงานโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด

นายชลทิตย์ ไชยจันทร์ ภัณฑารักษ์ชำนาญการพิเศษ ผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบายและแผน (งานภัณฑารักษ์) ซึ่งเป็นผู้บริหารของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน มีความคิดเห็นของที่ระลึกซึ่งจำหน่ายใน Museum shop ช่วงปี พ.ศ. 2557 – 2561 ที่บริหารงานโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด นั้น มีความเหมาะสมดี มีความหลากหลาย และมีความเกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์ ซึ่งขัดแย้งกับความคิดเห็นของนางนันทน์ภัส เลิศประไพศรี ภัณฑารักษ์ระดับปฏิบัติการ ที่แสดงความคิดเห็นว่าของที่ระลึกมีความหลากหลาย แต่ยังไม่มีความเชื่อมโยงกับนิทรรศการ และยังไม่มีแบรนด์ LOGO ที่ชัดเจน แต่มีความเชื่อมโยงกับกรมธนารักษ์และเชื่อมโยงกับความเป็นไทย ของที่ระลึกควรเชื่อมโยงกับนิทรรศการ โดยอาจจะใช้สัญลักษณ์เงินตราโบราณ เช่น เงินพดด้วงสมัยสุโขทัยพิมพ์ลงไปบนสินค้าต่าง ๆ และต้องการให้ปรับปรุงของที่ระลึกให้เหมาะสมสำหรับเด็ก เป็นของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย เช่น เครื่องเขียน และของใช้ เช่น กระเป๋า และควรมีขนม เช่น ชอกโกแลต

ในอนาคตหลังจากบริษัทไรท์แมน จำกัด หมดสัญญาในการบริหาร Museum Shop สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินเป็นหน่วยงานของกรมธนารักษ์ที่จะบริหารงานต่อ ก่อนที่บริษัทไรท์แมน จำกัด จะหมดสัญญาประมาณ 4 เดือน ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์นางสาวพูนทรัพย์ เหมทัต หัวหน้าฝ่ายสรรหาผลิตภัณฑ์ ส่วนจัดการผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินที่ดูแลรับผิดชอบการออกแบบเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์เหรียญ โดยนำเหรียญภูเขาปณารักษ์ และเหรียญภูเขาปณารักษ์ ในรัชกาลปัจจุบันมาออกแบบเป็นหลัก ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินจะมีการตั้งคณะทำงานเพื่อรับผิดชอบการออกแบบของที่ระลึก โดยเป็นสินค้าพิพิธภัณฑ์ที่ไม่เกี่ยวกับการจำหน่ายเหรียญ ซึ่งหัวหน้าฝ่ายสรรหาผลิตภัณฑ์ ส่วนจัดการผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นหนึ่งในคณะทำงานของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์ด้วย ซึ่งแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เหรียญที่เคยรับผิดชอบ แต่คณะที่ให้สัมภาษณ์ (17 พฤษภาคม 2561) ผู้บริหารยังไม่มีแนวทางและนโยบายที่ชัดเจนออกมา ส่วนจัดการ

ผลิตภัณฑ์จึงยังไม่ทราบทิศทางหรือแนวทางในการออกแบบแต่อย่างใด แสดงให้เห็นว่ากรมธนารักษ์ไม่ได้มีการวางแผนเรื่องของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์มาก่อนล่วงหน้า และไม่ได้มีการแจ้งให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเตรียมการหาข้อมูล หรือหาแนวทางการออกแบบไว้ล่วงหน้า

การสัมภาษณ์ในช่วงที่ 2 Museum Shop บริหารงานโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน

เมื่อบริษัทไรท์แมน จำกัด หมุดสัญญาการบริหาร Museum Shop ลงในวันที่ 30 กันยายน 2561 สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินเป็นหน่วยงานของกรมธนารักษ์ที่บริหาร Museum Shop แทน ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2561 แต่ยังไม่มีการนำของที่ระลึกประเภทอื่น ๆ มาวางจำหน่ายใน Museum Shop มีเพียงเหรียญที่ระลึกซึ่งเป็นภารกิจหลักของกรมธนารักษ์ที่มีการวางจำหน่ายตามปกติ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์นางจริญญา บุญอมรวิทย์ หัวหน้าฝ่ายพิพิธภัณฑ์เหรียญ ในวันที่ 2 ตุลาคม 2561 ซึ่งได้ให้ข้อมูลว่า การที่ Museum Shop ยังไม่มีของที่ระลึกมาวางจำหน่ายแทนบริษัทไรท์แมน จำกัด เนื่องจากหน้าที่นี้เป็นงานของส่วนจัดการผลิตภัณฑ์ที่ต้องเป็นผู้เลือกสินค้ามาวางจำหน่าย ส่วนภัณฑารักษ์ ฝ่ายพิพิธภัณฑ์เหรียญไม่ได้มีหน้าที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องของที่ระลึก แต่อาจจะเป็นผู้ให้แนวความคิดว่าต้องการของที่ระลึกประเภทใด ซึ่งต้องรอการวางโครงสร้างบุคลากรของสำนักที่จะมีการมอบหมายงานด้านนี้ แต่ยังไม่ทราบกำหนด ในอนาคตคิดว่าพิพิธภัณฑ์เหรียญน่าจะมีการออกแบบและผลิตของที่ระลึกเอง โดยนำรูปแบบของเงินพดด้วงมาใช้ในการออกแบบซึ่งพิพิธภัณฑ์เหรียญมีทรัพย์สินที่สามารถนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกได้มากมาย แต่ขณะนี้ยังติดขัดเรื่องเงินงบประมาณ จึงยังไม่สามารถดำเนินการใด ๆ ได้

จากข้อมูลดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินบริหาร Museum Shop โดยที่ไม่มีผู้รับผิดชอบโดยตรง ปราศจากแผนรองรับ และยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนออกมาจากกรมธนารักษ์ บุคลากรภายในสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินจึงยังไม่ทราบแนวทางในการบริหารจัดการ Museum Shop และไม่ได้มีการประสานงานกันแต่อย่างใด

เป็นระยะเวลาที่ทิ้งช่วงยาวนานนับจากที่ Museum Shop พิพิธภัณฑ์เหรียญศึกษาปณานุกรักษ์บริหารโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน และยังไม่มีการออกมายังหน่วยงานบริษัทเอกชนที่หมุดสัญญาไป ผู้วิจัยจึงได้สัมภาษณ์นายชลทิตย์ ไชยจันทร์ ภัณฑารักษ์ชำนาญการพิเศษ ผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบายและแผน (งานภัณฑารักษ์) ซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูงของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน ถึงความคิดเห็นที่มีต่อของที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์เหรียญศึกษาปณานุกรักษ์ในปัจจุบันที่บริหารโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน และแนวทางในอนาคตของของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ ในวันที่ 2 มีนาคม 2562 ซึ่งได้ให้ความเห็นไว้ว่า

ปัจจุบัน Museum shop ที่บริหารโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน ยังคงมีเฉพาะเหรียญที่ระลึกจำหน่ายเท่านั้น ซึ่งถึงแม้เหรียญที่ระลึกจะเป็นสินค้าที่ตรงกับความเป็นพิพิธภัณฑ์

เหรียญกษาปณารักษ์ แต่ด้วยราคาที่สูงเกินไปสำหรับเด็ก และเยาวชน จึงยังไม่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ กรมธนารักษ์ และสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินจึงมีนโยบายว่าควรมีของที่ระลึกประเภทอื่น ๆ ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น เครื่องเขียน เสื้อยืด นาฬิกา จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ และพิพิธภัณฑ์อื่น ๆ ของกรมธนารักษ์ด้วย ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ทั้งที่มีอยู่แล้ว และที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของกรมธนารักษ์ในการก่อตั้งพิพิธภัณฑ์ มีจุดมุ่งหมายเพื่อบริการสังคม พิพิธภัณฑ์ได้รับการสนับสนุนจากเงินงบประมาณแผ่นดิน และจากเงินทุนหมุนเวียนฯ เป็นหลัก รายได้จากการเก็บค่าเข้าชม การจำหน่ายของที่ระลึก หรือการให้เช่าสถานที่ ซึ่งเป็นแนวทางในการหารายได้ของพิพิธภัณฑ์โดยทั่วไปจึงไม่ใช่ปัญหาของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ในปัจจุบัน การออกแบบ และผลิตของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์ จึงมุ่งหวังเรื่องการได้รับประโยชน์จากการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จัก มากกว่าการมุ่งหวังเรื่องรายได้

สำหรับวัตถุประสงค์ที่เป็นอัตลักษณ์สำคัญของพิพิธภัณฑ์คือเงินตราโบราณ ซึ่งสามารถนำมาออกแบบได้โดยไม่มีปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ ส่วนการนำเหรียญที่ระลึกในสมัยปัจจุบันมาออกแบบต้องระวังเรื่องความเหมาะสม เช่น ไม่ควรให้พระบรมรูปถูกตัดหรือโดนทับ

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์นายศราวุฒิ วัชรະบัณฑิต ภัณฑารักษ์ชำนาญการ ในประเด็นเรื่องวัตถุประสงค์จัดแสดงขึ้นสำคัญของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ ที่ควรนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกเป็นอันดับแรก และแนวความคิดต่อการผลิตสินค้าที่เชื่อมโยงกับนิทรรศการชั่วคราว อีกทั้งราคาจำหน่ายของที่ระลึกนั้น นายศราวุฒิ วัชรະบัณฑิตได้แสดงความคิดเห็นว่า เงินพดด้วงเป็นเงินตราที่มีความโดดเด่นของพิพิธภัณฑ์ จึงควรใช้รูปลักษณะของเงินพดด้วงมาออกแบบเป็นของที่ระลึกในรูปแบบเหมือนจริง นอกจากนี้มีเงินตราโบราณที่สำคัญในยุคต่าง ๆ ที่สามารถนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกประเภทต่าง ๆ ได้ในราคาไม่เกิน 50 บาท เพื่อให้เด็กและเยาวชนสามารถซื้อได้ และควรมีเอกสารให้ความรู้ประกอบกับของที่ระลึกด้วย โดยควรออกแบบใหม่ทุก ๆ 3 เดือน โดยเริ่มจากยุคพูนัน จนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ เพื่อให้ผู้ชมเกิดการเก็บสะสม และของที่ระลึกควรมีตราสัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์เพื่อเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ เช่นเดียวกับนางสาวนันทาวดี ไทรแก้ว ภัณฑารักษ์ชำนาญการ ที่มีความคิดเห็นว่าการให้ความรู้สอดแทรกในของที่ระลึกโดยการพิมพ์ข้อความสั้น ๆ หรือรูปภาพบนสินค้าแต่ไม่ควรมีข้อความมากเกินไป

นางอโณมา สมิต นางสาวขวัญเรือน สระทองล้อม และนางสาวเบญจมาศ จันทมาต พนักงานนำชมของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้เข้าชมนิทรรศการโดยตรง จึงมักสังเกตเห็นความรู้สึก และรับรู้ความต้องการของผู้เข้าชมได้ ซึ่งได้แสดงความคิดเห็นว่า ทุกคนที่มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ต่างมีความต้องการของที่ระลึก Museum Shop ควรมีของที่ระลึกจำหน่ายในราคาไม่แพง ราคาควรเป็นหลักสิบ และควรมีของที่ระลึกหลายประเภท เนื่องจากเด็ก ๆ เป็นกลุ่ม

ผู้ชมที่มีจำนวนมาก ซึ่งเมื่อเข้าชมพิพิธภัณฑ์แล้ว ต้องการที่จะซื้อของที่ระลึกใน Museum Shop แต่เมื่อได้เข้าไปสำรวจแล้วมักจะผิดหวัง เนื่องจากปัจจุบัน Museum Shop ของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์มีจำหน่ายเฉพาะเหรียญที่ระลึกซึ่งมีราคาแพง เด็ก ๆ จึงไม่ได้ซื้อสินค้าอะไรกลับไป อีกทั้งเหรียญที่ระลึกเป็นสินค้าที่มีรูปแบบไม่ถูกใจเด็ก ๆ ของที่ระลึกควรมีหลายประเภท มีประโยชน์ใช้สอย และมีอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์เช่น เข็มกลัด กระเป๋าผ้า เครื่องเขียน ร่ม เสื้อยืด พวงกุญแจ Souvenir Magnet เป็นต้น

เช่นเดียวกับ นางสาวสุรัช ชัยคงทอง และนางกุลนิฐ ชัยเรือง พนักงานขายของ Museum Shop พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ ที่ทราบว่าเด็กและเยาวชนที่มาชมนิทรรศการส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อเหรียญที่ระลึกหรือผลิตภัณฑ์เหรียญ เนื่องจากส่วนใหญ่มีราคาแพงและมีรูปแบบที่เด็ก ๆ ไม่นิยมเด็ก ๆ ไม่ได้สนใจสินค้าเกี่ยวกับเหรียญ แต่ต้องการของที่ระลึกที่มีความน่ารัก

ผู้บริหารระดับสูงของกรมธนารักษ์มีความคิดเห็นว่า ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ควรมีเหรียญมาเป็นส่วนหนึ่งในผลิตภัณฑ์ด้วย เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ เช่น ควรบรรจุเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนรัชกาลที่ 9 ชนิดราคา 1 บาท ไว้บนปกสมุดโน้ต

ซึ่งเรื่องนี้ นางสาวกาญจนา ศรีธนากุล ผู้อำนวยการสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน ได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินมีภาระกิจที่ต้องนำเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาล ที่ 9 มาออกแบบเป็นของที่ระลึกตามนโยบายของกรมธนารักษ์ เพราะต่อไปเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9 จะไม่ได้ใช้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจแล้ว ในอนาคตจะเป็นเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลปัจจุบัน (รัชกาลที่ 10) ทั้งหมด

3.1.2 ทศนคติ ความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน

บริษัท ไรท์แมน จำกัด เป็นบริษัทเอกชนที่ได้นำของที่ระลึกเข้ามาจำหน่ายใน Museum Shop ของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ โดยเลือกของที่ระลึกที่เกี่ยวกับเหรียญและมีความเป็นไทยเข้ามาจำหน่าย ซึ่งมี 3 ประเภท คือ 1) ของที่ระลึกสั่งผลิตที่มีตราสัญลักษณ์กรมธนารักษ์ และชื่อพิพิธภัณฑ์ 2) ของที่ระลึกที่มีอัตลักษณ์ไทย 3) ของที่ระลึกที่รับจากผู้ผลิตรายอื่นมาจำหน่ายซึ่งบริษัทไม่ได้ออกแบบเอง จากการสัมภาษณ์นางสาวสุภาพรรณ ชิตเจริญ เจ้าหน้าที่บริษัทเอกชน ซึ่งเป็นผู้บริหารพิพิธภัณฑ์เหรียญฯ และ Museum Shop ของพิพิธภัณฑ์ในขณะนั้น คิดว่าปัญหาและข้อจำกัดของของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญฯ คือ การผลิตและจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับเหรียญมีข้อจำกัด และมีกฎระเบียบมาก เช่น ไม่สามารถนำเหรียญกษาปณ์ที่ใช้ในปัจจุบันมาทำเป็นเครื่องประดับได้

ในช่วงที่บริษัท ไรท์แมน จำกัดเป็นผู้บริหารจัดการพิพิธภัณฑ์เหรียญ และ Museum Shop นั้น แม้วามีนักเรียนเข้าชมเป็นจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อของที่ระลึก ซึ่งถ้าหากซื้อ เด็ก ๆ มักจะเลือกของที่มีราคาต่ำ เช่น พวงกุญแจ ราคา 35 บาท

จากการสังเกตการณ์ในวันที่ 26 สิงหาคม 2561 มีนักเรียนหญิง อายุ 13 ปี ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนศึกษานารี กรุงเทพฯ จำนวนทั้งหมด 80 คน เข้าชมพิพิธภัณฑ์ และ Museum Shop จากข้อมูลที่ได้จากพนักงานขายทำให้ทราบว่า นักเรียนทั้งหมดซื้อของที่ระลึกเพียง 11 ชิ้น เป็นพวงกุญแจ 7 ชิ้น และสินค้าอื่น อีก 4 ชิ้น

นายนวนรัตน์ เลชนะกุล ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์การเงิน/นักสะสมเหรียญและเงินตราโบราณ ซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเอกชนโดยเป็นที่ปรึกษาให้บริษัทไรท์แมน จำกัด ในการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับเงินตราโบราณภายในพิพิธภัณฑ์เหรียญฯ ได้ให้ทัศนะไว้ว่า เงินตราทุกยุคทุกสมัยเป็นสิ่งสูงค่า มีสัญลักษณ์ที่เป็นมงคล และมีพระบรมรูปของพระมหากษัตริย์ การนำเงินตรามาผลิตเป็นสินค้าหรือของที่ระลึกต่าง ๆ นั้น จึงต้องคำนึงถึงความเหมาะสมเหล่านี้ พิพิธภัณฑ์ควรจำหน่ายของที่ระลึกเพื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์และให้ความรู้แก่ผู้ชม/ผู้ใช้บริการ โดยนำความเชื่อเข้ามาเป็นส่วนประกอบด้วยจึงจะได้ผลสำเร็จ

3.1.3 ทิศนคติ ความต้องการของผู้ใช้บริการด้านราคา

(1) ช่วงที่ 1 Museum Shop บริหารงานโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด

ผลสำรวจจากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ใช้บริการที่เป็นเด็กอายุ 5 – 11 ปี จำนวน 6 คน ไม่สามารถซื้อของที่ระลึกใน Museum Shop ได้ เพราะมีเงินไม่พอ เนื่องจากของที่ระลึกมีราคาแพงเกินไป เด็ก ๆ ต้องการให้ของที่ระลึกมีราคาประมาณ 35 – 50 บาท เยาวชนไทย อายุ 12 – 24 ปี จำนวน 19 คน ต้องการของที่ระลึกราคาต่ำสุด 20 บาท สูงสุด 500 บาท เช่นเดียวกับผู้ใหญ่ชาวไทย จำนวน 7 คน และชาวต่างชาติจำนวน 1 คน คิดว่าของที่ระลึกที่จำหน่ายใน Museum shop มีราคาแพงเกินไปเช่นกัน

จากการสังเกตการณ์ผู้ใช้บริการที่เป็นเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 – 6 โรงเรียนบ้านวังทองวิทยา จำนวน 130 คน อายุ : ระหว่าง 5 – 12 ปี ทั้งชาย และหญิง ในวันที่ 23 มีนาคม 2561 ที่เข้า Museum Shop พบว่า เด็ก ๆ ทุกคนพยายามหาซื้อของที่ระลึกในวงเงินที่ตนมี ซึ่งจะเป็นอะไรก็ได้ที่สามารถซื้อได้ โดยไม่ได้คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย บางคนไม่รู้ว่าสิ่งที่ตนซื้อไปคืออะไร เด็ก ๆ ต้องการของที่ระลึกสำหรับตนเอง และต้องการซื้อฝากผู้ปกครองในราคาไม่เกิน 60 บาท พวงกุญแจรูปช้างจึงเป็นสินค้าที่ขายดี เพราะมีราคาไม่แพง คือ 35 บาท ซึ่งเป็นของที่ระลึกที่มีราคาต่ำที่สุดในร้าน

(2) ช่วงที่ 2 Museum Shop บริหารงานโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน

เนื่องจาก Museum Shop ไม่มีของที่ระลึกอื่น ๆ นอกจากเหรียญที่ระลึก เป็นสินค้าหลัก ผู้ชมนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเด็กและเยาวชน เมื่อสำรวจแล้วพบว่าไม่มีของที่ระลึกประเภทอื่น ๆ จึงใช้เวลาใน Museum Shop ไม่นาน จากการสัมภาษณ์นักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 2 คน ให้ข้อมูลว่าเหรียญที่ระลึกมีราคาแพงจึงไม่ได้ซื้ออะไร ส่วนอีก 1 คน ซื้อเหรียญที่ระลึกที่มีราคาต่ำที่สุดในร้าน สอดคล้องกับข้อมูลของพนักงานขายที่ให้ข้อมูลว่าเด็ก ๆ ไม่นิยมซื้อเหรียญที่ระลึก และมักถามหาของที่ระลึกประเภทอื่น ๆ หรือไม่ก็จะถามว่าเหรียญอะไรราคาถูกที่สุด และจะซื้อเหรียญนั้นไป แต่ส่วนใหญ่กลุ่มผู้ชมนิทรรศการมักไม่ซื้อเหรียญที่ระลึก ลูกค้ายที่ซื้อเหรียญที่ระลึกมักเป็นนักสะสมเหรียญมากกว่า

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการที่เข้า Museum Shop แต่ไม่ซื้อของที่ระลึก ได้ให้เหตุผลว่า เหรียญที่ระลึกมีราคาแพง และไม่ได้ต้องการสะสมเหรียญ แต่ต้องการของที่ระลึกประเภทอื่น ๆ ที่มีประโยชน์ใช้สอย สามารถใช้ได้ในชีวิตประจำวัน และทำให้เกิดถึงพิพิธภัณฑ์ ราคาจึงเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อของที่ระลึก เพื่อทราบถึงความต้องการที่ชัดเจนของผู้ใช้บริการด้านราคา ผู้วิจัยจึงได้สัมภาษณ์ผู้ใช้บริการ ทั้ง 7 กลุ่ม จำนวนรวม 32 คน ดังตารางที่ 7 : ความต้องการของผู้ใช้บริการด้านราคา

ตารางที่ 7 : ความต้องการของผู้ใช้บริการด้านราคา

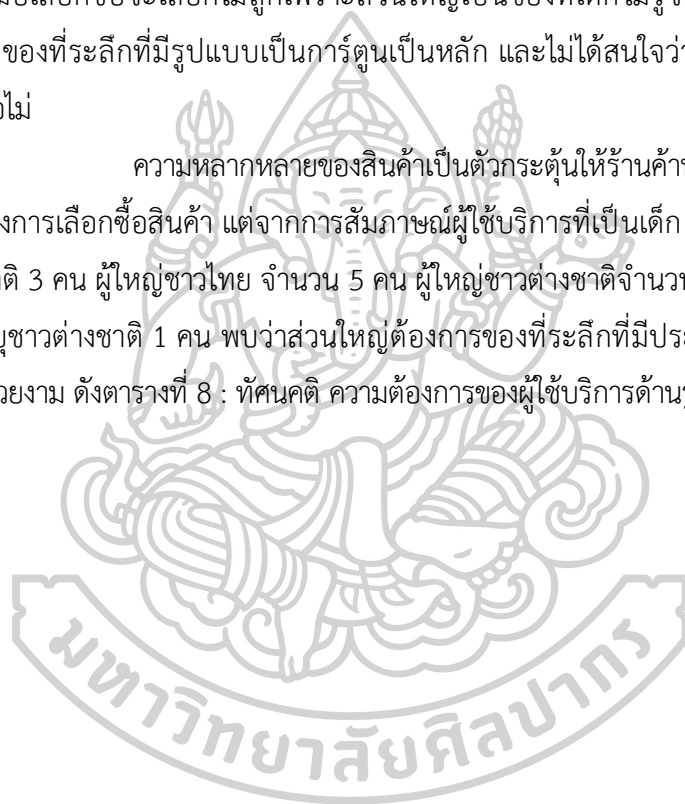
ผู้ให้บริการ	ความต้องการด้านราคา (บาท)	จำนวน (คน)
เด็ก (5 – 11 ปี)	10 - 20	1
รวม 3 คน	ไม่เกิน 50	1
	ไม่เกิน 60	1
เยาวชนไทย (12 – 24 ปี)	20 – 50	1
รวม 18 คน	50 – 200	1
	ไม่เกิน 35	1
	ไม่เกิน 100	7
	ไม่เกิน 199	3
	ไม่เกิน 500	5
เยาวชนต่างชาติ	100 - 600	1
ผู้ใหญ่ชาวไทย (25 – 60 ปี)	ควรมีหลายระดับราคา	1
	ไม่เกิน 200	1
	100 – 200	1
	ไม่เกิน 500	1
ผู้ใหญ่ต่างชาติ	100	1
ผู้สูงอายุ (60 ปี ขึ้นไป)	- ชาวไทยต้องการของที่ระลึกที่มี ราคาไม่สูง	3
	- ชาวต่างชาติไม่จำกัดราคาขึ้นอยู่กับ กับความพอใจ	1
ผู้พิการทางด้านสายตา	200	1

3.1.4 ทศนคติ ความต้องการของผู้ใช้บริการด้านรูปแบบ

(1) ช่วงที่ 1 Museum Shop บริหารโดยบริษัทโร้ทแมน จำกัด

Museum Shop พิพิธภัณฑ์หริยภุษาปณานุรักษ์บริหารงานโดยบริษัทโร้ทแมน จำกัด ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2557 – 2561 จากการสังเกตการณ์ ผู้ใช้บริการที่เป็นเด็กจะมีความตื่นเต้นสนใจของทีระลิกทีบริหารโดยบริษัทโร้ทแมน จำกัด เพราะภายในร้านมีของทีระลิกหลากหลายประเภท แต่เมื่อเลือกซื้อจะเลือกไม่ถูกเพราะส่วนใหญ่เป็นของทีเด็กไม่รู้จัก และไม่คุ้นเคย เด็กจะพยายามเลือกของทีระลิกทีมีรูปแบบเป็นการ์ตูนเป็นหลัก และไม่ได้สนใจว่าจะมีอัตลักษณ์เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์หรือไม่

ความหลากหลายของสินค้าเป็นตัวกระตุ้นให้ร้านค่าน่าสนใจ มีชีวิตชีวา ทำให้ผู้บริการต้องการเลือกซื้อสินค้า แต่จากการสัมภาษณ์ผู้บริการทีเป็นเด็ก 3 คน เยาวชนไทย 2 คน เยาวชนต่างชาติ 3 คน ผู้ใหญ่ชาวไทย จำนวน 5 คน ผู้ใหญ่ชาวต่างชาติจำนวน 2 คน ผู้สูงอายุชาวไทย 2 คน ผู้สูงอายุชาวต่างชาติ 1 คน พบว่าส่วนใหญ่ต้องการของทีระลิกทีมีประโยชน์ใช้สอย มีรูปแบบทีน่ารัก และสวยงาม ดังตารางที 8 : ทศนคติ ความต้องการของผู้บริการด้านรูปแบบ



ตารางที่ 8 : ทศนคติ/ความต้องการของผู้ใช้บริการด้านรูปแบบที่มีต่อของที่ระลึกช่วงที่ 1
Museum Shop บริหารโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด

ผู้ใช้บริการ	ทศนคติ/ความต้องการด้านรูปแบบ
เด็ก (อายุ 5 – 11 ปี) จำนวน 3 คน	- ต้องการของที่ระลึกที่มีรูปแบบสวยงาม น่ารัก มีรูปการ์ตูน - ต้องการเครื่องเขียน ของใช้ที่มีประโยชน์
เยาวชนไทย (อายุ 12 – 24 ปี) จำนวน 2 คน	- ต้องการของที่ระลึกที่ทำให้คิดถึงพิพิธภัณฑ์ - ต้องการของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับเหรียญและมีความสวยงาม
เยาวชนต่างชาติ (อายุ 12 – 24 ปี) จำนวน 3 คน	- คนที่ 1 คิดว่าของที่ระลึกมีความหลากหลาย แต่ต้องการให้มีเครื่องเขียน และควรมีรูปแบบที่ทำให้คิดถึงประเทศไทย/พิพิธภัณฑ์ - คนที่ 2 ไม่ต้องการซื้อของที่ระลึก คิดว่ารูปแบบยังไม่ถูกใจ - คนที่ 3 ต้องการซื้อ Magnet แต่ไม่ซื้อเพราะต้องการประหยัด
ผู้ใหญ่วัยทำงานชาวไทย (อายุ 25 – 60 ปี) จำนวน 5 คน	- ไม่พอใจรูปแบบของที่ระลึก และ LOGO ของพิพิธภัณฑ์ - ควรปรับปรุง LOGO ของพิพิธภัณฑ์ - ของที่ระลึกควรมีอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ - ควรทำให้คิดถึงนิทรรศการ/พิพิธภัณฑ์ที่เคยมาเยี่ยมชม - ควรปรับปรุงด้านการออกแบบให้มีความดึงดูดใจ - ควรเป็นของที่ระลึกที่สามารถใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น เครื่องเขียน เสื้อยืด นาฬิกา - คิดว่าของที่ระลึกสามารถช่วยประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ได้ - ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ไม่ควรเหมือนที่อื่น - ควรมีของที่ระลึกเพื่อการสะสมด้วย
ผู้ใหญ่วัยทำงานชาวต่างชาติ (อายุ 25 – 60 ปี) จำนวน 2 คน	- ควรมีของที่ระลึกที่แตกต่างจากร้านของที่ระลึกทั่วไป - ควรมีของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับเหรียญมากกว่านี้
ผู้สูงอายุชาวไทย (60 ปี ขึ้นไป) จำนวน 3 คน	- ควรเป็นของที่ผู้สูงอายุใช้ประโยชน์ได้ เช่น ของใส่แว่นตา หรือ ร่ม - ควรเป็นของใช้ที่ออกแบบด้วยอัตลักษณ์ไทย - ต้องการของที่ระลึกรูปแบบไทยที่เกี่ยวข้องกับเหรียญ

ผู้ให้บริการ	ทัศนคติ/ความต้องการด้านรูปแบบ
ผู้สูงอายุชาวต่างชาติ (60 ปีขึ้นไป) จำนวน 1 คน	- เป็น Museum Shop ที่มีสินค้าหลากหลาย

(2) ช่วงที่ 2 Museum Shop บริหารงานโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของ

แผ่นดิน

เมื่อบริษัทเอกชนหมดสัญญาเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ และพิพิธภัณฑ์ยังไม่มีของที่ระลึกอื่น ๆ มาจำหน่าย ทำให้ Museum shop มีแต่เหรียญที่ระลึกจำหน่าย ผู้วิจัยได้สำรวจทัศนคติ/ความต้องการของผู้ให้บริการด้านรูปแบบที่มีต่อของที่ระลึกช่วงที่ Museum Shop บริหารโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน ซึ่งเป็นเด็ก (อายุ 5 – 11 ปี) จำนวน 6 คน เยาวชนไทย (อายุ 12 – 24 ปี) จำนวน 25 คน ผู้ใหญ่ชาวไทย (อายุ 25 – 60 ปี) จำนวน 2 คน ผู้ใหญ่ชาวต่างชาติ (อายุ 25 – 60 ปี) จำนวน 2 คน ผู้สูงอายุชาวไทย (อายุ 60 ปี ขึ้นไป) จำนวน 1 คน และผู้สูงอายุชาวต่างชาติ (อายุ 60 ปี ขึ้นไป) จำนวน 1 คน

ผลสำรวจพบว่ากลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่วัยทำงานต้องการให้มีการนำของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับนิทรรศการมาจำหน่ายนอกเหนือจากเหรียญที่ระลึก ซึ่งควรเป็นของที่ระลึกที่ทำให้คิดถึงพิพิธภัณฑ์เหรียญฯ เช่น นำเหรียญมาออกแบบเป็นของที่ระลึกต่าง ๆ เช่น พวงกุญแจ เครื่องประดับ เครื่องเขียน กระเป๋า จานรองแก้ว สมุด เสื้อยืด หนังสือรวมคอลเลกชันเหรียญ

เยาวชนเป็นกลุ่มที่มีความต้องการของที่ระลึกที่มีความพิเศษ คือ เป็นของที่ระลึกที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของตนเอง เช่น เหรียญที่ระลึกที่มีชื่อ/หน้าตนเอง หรือเหรียญ/เข็มกลัดที่ออกแบบด้วยตนเอง ดังที่ได้สัมภาษณ์ผู้ให้บริการกลุ่มต่าง ๆ ไว้ดังตารางที่ 9 : ทัศนคติ ความต้องการของผู้ให้บริการด้านรูปแบบที่มีต่อของที่ระลึกช่วงที่ Museum Shop บริหารโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน

ตารางที่ 9 : ทัศนคติ/ความต้องการของผู้ใช้บริการด้านรูปแบบที่มีต่อของที่ระลึกช่วงที่ 2
 Museum Shop บริหารโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน

ผู้ให้บริการ	ความต้องการด้านรูปแบบ
เด็ก (อายุ 5 – 11 ปี) จำนวน 6 คน	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องการของที่ระลึกที่มีรูปแบบสวยงาม น่ารัก - ต้องการเครื่องเขียน ของใช้ที่มีประโยชน์ - เป็นของซื้อฝากให้ผู้ใหญ่ได้ เช่น พวงกุญแจ
เยาวชนไทย (อายุ 12 – 24 ปี) จำนวน 25 คน	<ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบต้องมีความสวยงาม น่าสนใจ - ต้องการของที่ระลึกที่ออกแบบจากเหรียญ และเงินพดด้วง เช่น พวงกุญแจจากเหรียญ เครื่องประดับจากเหรียญ เสื้อยืด เครื่องเขียน ของใช้ที่มีประโยชน์ - ต้องการของที่ระลึกที่ทำให้คิดถึงพิพิธภัณฑ์ - ต้องการของที่ระลึกที่มีอัตลักษณ์ของตนเอง เช่น เหรียญที่มีหน้าตนเอง/สลักชื่อตนเอง
ผู้ใหญ่ชาวไทย (อายุ 25 – 60 ปี) จำนวน 2 คน	<ul style="list-style-type: none"> - ควรมีของที่ระลึกหลายประเภท ไม่ควรมีแค่เหรียญที่ระลึก - ต้องการของที่ระลึกที่เป็นของใช้ ออกแบบอย่างสวยงาม ทันสมัย
ผู้ใหญ่ชาวต่างชาติ (อายุ 25 – 60 ปี) จำนวน 2 คน	<ul style="list-style-type: none"> - ควรมีของที่ระลึก เช่น Magnet และเสื้อยืด
ผู้สูงอายุชาวไทย (อายุ 60 ปี ขึ้นไป) จำนวน 1 คน	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่ได้สนใจของที่ระลึกเลย เนื่องจากต้องการซื้อเหรียญที่ระลึกเท่านั้น
ผู้สูงอายุชาวต่างชาติ (อายุ 60 ปี ขึ้นไป) จำนวน 1 คน	<ul style="list-style-type: none"> - ของที่ระลึกควรมีความเป็นไทย ซึ่งจะทำให้ชาวต่างชาติคิดถึงประเทศไทย

4. สรุปผลที่ได้จากการสำรวจทัศนคติของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญ กษาปณารักษ์

4.1 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ

ผู้บริหารระดับสูงของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน มีความคิดเห็นว่าจะของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ที่บริหารจัดการโดยบริษัทเอกชนที่ผ่านมา มีความเหมาะสม มีความหลากหลาย และเมื่อบริษัทเอกชนหมดสัญญาแล้ว แม้ร้านจำหน่ายของที่ระลึกจะมีเพียงเหรียญที่ระลึกจำหน่าย ผู้บริหารระดับสูงยังคงมีความเห็นว่าเหรียญที่ระลึกเป็นสินค้าที่ตรงกับความเป็นพิพิธภัณฑ์ เป็นอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ แต่เนื่องจากปัญหาราคาของเหรียญที่ระลึกส่วนใหญ่มีราคาแพง จึงมีโครงการที่จะออกแบบของที่ระลึกประเภทอื่น ๆ เพื่อให้เป็นทางเลือกสำหรับเด็กและเยาวชน ซึ่งพิพิธภัณฑ์ไม่ได้มุ่งหวังกำไร แต่มุ่งหวังการให้บริการและการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์เป็นหลัก และการออกแบบต้องยึดตามนโยบายของกรมธนารักษ์ เช่น ต้องการให้นำเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชสมัยของรัชกาลที่ 9 มาออกแบบเป็นของที่ระลึก เพื่อให้เหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจในปัจจุบัน มีเฉพาะเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 10 ทั้งหมด

ภัณฑารักษ์ให้ความเห็นว่า เงินพดด้วง และเงินตราโบราณต่าง ๆ เป็นวัตถุจัดแสดงที่เป็นอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ จึงควรนำเงินพดด้วง และเงินตราโบราณต่าง ๆ มาออกแบบเป็นของที่ระลึก ซึ่งควรมีทั้งรูปแบบเหมือนจริงและรูปแบบ Graphic Design และควรมีการให้ความรู้ประกอบกับของที่ระลึกด้วย

พนักงานนำชมให้ความเห็นว่าของที่ระลึกควรมีราคาถูก เป็นหลักสิบ เพื่อให้เด็กสามารถซื้อได้ เนื่องจากเด็กมีความต้องการที่จะซื้อของที่ระลึก แต่ไม่สามารถซื้อได้เนื่องจากของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์มีราคาแพง และควรมีการปรับปรุงรูปแบบให้เหมาะกับเด็ก

พนักงานจำหน่ายให้ความเห็นว่า เด็กส่วนใหญ่จะซื้อของที่ระลึกโดยเลือกจากราคาก่อนเป็นอันดับแรก

4.2 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน

ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์เหรียญ ฝ่ายบริษัทไรท์แมน จำกัด ให้ความเห็นว่า การผลิตและจำหน่ายของที่ระลึกเกี่ยวกับเหรียญมีข้อจำกัดและมีกฎระเบียบมาก เช่น ไม่สามารถนำเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนที่ใช้ในปัจจุบันมาทำเป็นเครื่องประดับได้

นักสะสมเหรียญและเงินตราโบราณ ให้ความเห็นว่า สามารถนำสัญลักษณ์ของเงินตราโบราณมา ออกแบบเป็นของที่ระลึกได้ เพราะสัญลักษณ์บนเงินตราต่าง ๆ เป็นมงคล ซึ่งต้องออกแบบให้มีความ เหมาะสม และควรให้ความรู้ประกอบ ของที่ระลึกเป็นสิ่งที่ช่วยประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ได้ดี

4.3 ผู้ใช้บริการ

เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่วัยทำงานส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญ กษาปณารักษ์มีราคาสูงเกินไป ราคาสินค้าควรมีหลายระดับทั้งถูกและแพง และผู้ให้บริการส่วนใหญ่ ไม่ค่อยมีความพึงพอใจต่อของที่ระลึกที่จำหน่ายใน Museum shop ในช่วงที่ 1 ซึ่งบริหารโดย บริษัทเอกชน โดยให้เหตุผลว่าของที่ระลึกส่วนใหญ่ไม่ได้สื่อถึงพิพิธภัณฑ์ ขาดอัตลักษณ์และความ สวยงาม รูปแบบไม่ทันสมัย เป็นสินค้าที่มีอยู่ทั่วไป เมื่อบริษัทฯ เอกชนหมดสัญญาบริหารร้านจำหน่าย ของที่ระลึกแล้ว พบว่าของที่ระลึกไม่มีความหลากหลายเพราะมีแต่เหรียญที่ระลึกจำหน่ายเท่านั้น

ส่วนผู้สูงอายุและผู้พิการทางสายตาเป็นกลุ่มที่เข้าชมนิทรรศการน้อย และไม่ค่อยมีความสนใจ ในของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม พบว่าการสำรวจความต้องการ ของผู้บริการเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก เพราะทำให้สามารถออกแบบของที่ระลึกที่เป็นที่ต้องการ ของผู้ชมแต่ละกลุ่มได้อย่างแท้จริง พิพิธภัณฑ์มีศักยภาพที่จะสามารถสร้างรายได้จากของที่ระลึกได้ เนื่องจากพิพิธภัณฑ์มีพื้นที่ในการจำหน่าย และมีทรัพยากรที่สามารถนำมาออกแบบ อีกทั้งเป็นผลดี ต่อการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และสามารถให้ Museum shop เป็นส่วน หนึ่งของการเผยแพร่ความรู้ของพิพิธภัณฑ์ โดยสามารถสรุปผลการสำรวจทัศนคติของผู้มีส่วน เกี่ยวข้องกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ออกเป็น 2 ช่วงเวลา ตามช่วงการบริหาร Museum Shop ได้ดังตารางที่ 10 : ผลการสำรวจทัศนคติของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับของที่ระลึก ในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ ช่วงที่ 1 Museum Shop บริหารโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด และตารางที่ 11 : ผลการสำรวจทัศนคติของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญ กษาปณารักษ์ ช่วงที่ 2 Museum Shop บริหารโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน

ตารางที่ 10: สรุปผลการสำรวจทัศนคติของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์แห่งชาติ ช่วงที่ 1 Museum Shop บริหารโดย บริษัทไทร์แมน จำกัด

ความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของภาครัฐ	ความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน	ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ			
		เด็กและเยาวชนชาวไทย/ชาวต่างชาติ (อายุ 5-24 ปี)	ผู้ใหญ่วัยทำงานชาวไทย/ชาวต่างชาติ (อายุ 25 – 60 ปี)	ผู้สูงอายุชาวไทย/ชาวต่างชาติ (อายุ 60 ปีขึ้นไป)	ผู้พิการทางด้านสายตา
1. ของที่ระลึกมีราคาแพง 2. ไม่มีการสอดแทรกความรู้ในของที่ระลึก	1. การผลิตและจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับเหรียญมีข้อจำกัด และมีกฎระเบียบมาก เช่น ไม่สามารถนำเหรียญกษาปณ์ที่ใช้ในปัจจุบันมาทำเป็นเครื่องประดับ	1. ของที่ระลึกมีราคาแพง 2. รูปแบบไม่สวยงามไม่ทันสมัย 3. ต้องการของที่ระลึกที่ผลิต/ออกแบบได้ด้วยตนเอง 4. ของที่ระลึกไม่มีความเชื่อมโยงกับนิทรรศการ ไม่มีอัตลักษณ์ 5. ต้องการของที่ระลึกที่สามารถเก็บสะสมได้เป็นชุด	1. ไม่ค่อยสนใจและไม่ค่อยมีความต้องการที่จะซื้อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ 2. ให้ความสนใจเฉพาะเหรียญที่ระลึกที่ผลิตจากสำนักชาปณ์ 3. ต้องการของที่ระลึกที่แสดงถึงความเป็นไทย	1. ไม่ค่อยสนใจและไม่ค่อยมีความต้องการที่จะซื้อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ 2. ต้องการของที่ระลึกที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์	

ตารางที่ 11: สรุปผลการสำรวจทัศนคติของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์นาฬิกา ช่วงที่ 2 Museum Shop บริหารโดย สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน

ความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ	ความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน	ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ			
		เด็กและเยาวชนชาวไทย/ชาวต่างชาติ (อายุ 5-24 ปี)	ผู้ใหญ่วัยทำงานชาวไทย/ชาวต่างชาติ (อายุ 25 - 60 ปี)	ผู้สูงอายุชาวไทย/ชาวต่างชาติ (อายุ 60 ปีขึ้นไป)	ผู้พิการทางด้านสายตา
1. ของที่ระลึกไม่มีความหลากหลาย	1. พิพิธภัณฑ์ควรจำหน่ายของที่ระลึกเพื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์และให้ความรู้แก่ผู้ชม/ผู้ใช้บริการ โดยนำความเชื่อ สัญลักษณ์มงคลต่าง ๆ บนเงินตราโบราณเข้ามาเป็นส่วนประกอบด้วย	1. ของที่ระลึกมีราคาแพง 2. รูปแบบไม่สวยงาม ไม่ทันสมัย 3. ของที่ระลึกไม่มีความหลากหลาย 4. ของที่ระลึกไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้	1. ครรภ์ของที่ระลึกประเภทเงินฝากหน้าย นอกเหนือจากเหรียญที่ระลึก	1. ต้องการของที่ระลึกที่มีอัตลักษณ์ไทย 2. ต้องการของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับเหรียญ 3. ต้องการของที่ระลึกประเภทของใช้	1. ไม่ค่อยสนใจและไม่ค่อยมีความต้องการที่จะซื้อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์

5. การคัดเลือกเหรียญและเงินตราเพื่อนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึก

การคัดเลือกเหรียญและเงินตราที่สามารถนำมาทดลองออกแบบเป็นของที่ระลึก ควรมีคุณสมบัติ ดังนี้

- 1) เป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของพิพิธภัณฑ์
- 2) มีคุณค่า มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์
- 3) มีคุณค่าด้านความงามของรูปทรง ลวดลาย และสีสันทัน
- 4) มีความหมายที่เป็นมงคล
- 5) สอดคล้องกับนโยบายของกรมธนารักษ์

จากการศึกษาคุณค่าความสำคัญของวัตถุจัดแสดงในแต่ละห้องนิทรรศการภายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์ารักษ์ และตารางสรุปสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์ารักษ์ พบว่าเหรียญและเงินตราเป็นอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ซึ่งมีคุณค่า มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ มีคุณค่าด้านความงามของรูปทรง ลวดลาย และสีสันทัน อีกทั้งมีความหมายที่เป็นมงคล ซึ่งอัตลักษณ์ที่เด่นชัดที่สุดของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์ารักษ์ ได้แก่ เงินพดด้วง เนื่องจากเป็นเงินตราโบราณของไทยที่มีรูปทรงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และใช้ต่อเนื่องมาอย่างยาวนานหลายร้อยปี ถือเป็นเงินตราของไทยอย่างแท้จริง

จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ ทั้งผู้บริหารและภัณฑารักษ์ ให้ความเห็นว่าเป็นเงินพดด้วง เป็นเงินที่มีอัตลักษณ์ชัดเจนที่สุด และเป็นภาพจำของพิพิธภัณฑ์ เห็นได้จากการที่พิพิธภัณฑ์เลือกเงินพดด้วงเป็นมาสคอตหลักของพิพิธภัณฑ์ รวมทั้งผู้เข้าชมส่วนใหญ่ที่มักจะจดจำและประทับใจเงินพดด้วงมากที่สุดในบรรดาเงินตราต่าง ๆ ที่จัดแสดง ดังนั้น ในการออกแบบของที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์ารักษ์ จึงควรใช้รูปแบบของเงินพดด้วงมาก่อนเป็นอันดับแรก แล้วออกแบบจากเงินตราอื่น ๆ เป็นลำดับต่อไป เช่น เหรียญอาทิตย์อุทัย – ศรีวิตรสะ (เงินตราพูนัน) ซึ่งมีความสำคัญ เนื่องจากเป็นเหรียญแรกที่มีการใช้ในดินแดนไทย และตรงกับชื่อของพิพิธภัณฑ์ที่มีคำว่า “เหรียญ”

เพื่อให้ของที่ระลึกมีความหลากหลาย จึงควรเสริมด้วยการออกแบบจากเงินตราอื่น ๆ ที่มีความสำคัญเช่นกัน เช่น เหรียญบรรณาการ (เฉพาะด้านที่เป็นรูปช้าง) เนื่องจากเป็นเหรียญแรกที่เกิดขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 4 ซึ่งเป็นสมัยแห่งการปฏิวัติการใช้เงินตราของไทย และควรเชื่อมโยงให้มีความร่วมสมัยกับปัจจุบันด้วย โดยการนำรูปแบบด้านหลังของเหรียญกษาปณ์ารักษ์หมื่นเวียนซึ่งเป็นรูปวัดมาออกแบบเป็นของที่ระลึก อีกทั้งเหรียญกษาปณ์ารักษ์หมื่นเวียนในรัชกาลที่ 9 สามารถนำมาบรรจุอยู่ในของที่ระลึกประเภทต่าง ๆ ได้ตามนโยบายของกรมธนารักษ์

จากการศึกษาพบว่า พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 ได้เคยมีพระกระแสรับสั่งกับเจ้าหน้าที่ถึงเจ้าของนาฬิกาที่ห้องหนึ่งที่ได้ยื่นเรื่องขออนุญาตเพื่อนำพระบรมฉายาลักษณ์ของพระองค์มาประดับที่หน้าปัดนาฬิการุ่นพิเศษในวาระที่พระองค์มีพระชนมายุครบ 72 พรรษา ว่า

“...ไปบอกเค้านะเราไม่ใช่ มิกก็เมาส์...” (กรุงเทพธุรกิจ. พระราชอารมณ์ขันของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. เข้าถึงเมื่อ 20 มีนาคม 2563.

เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/723088>)

อีกทั้งจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของภาครัฐ ได้ให้ความเห็นว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพระบรมรูปของพระมหากษัตริย์ และพระบรมวงศานุวงศ์นั้น ต้องมีความระมัดระวัง และต้องคำนึงถึงความเหมาะสมอย่างรอบคอบ เพราะเป็นประเด็นที่มีความอ่อนไหวอย่างมากในประเทศไทย

“...รูปในหลวงต้องอยู่สูง ต้องให้เกียรติพระองค์ท่าน จะให้อยู่ต่ำกว่าอะไรไม่ได้...”

(นายชลทิตย์ ไชยจันทร์. (2563). ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านนโยบายและแผนงานภัณฑารักษ์. สัมภาษณ์, วันที่ 10 เมษายน.)

“...การออกแบบของที่ระลึกที่นำรูปสถาบันมาใช้ ไม่สามารถออกแบบได้อย่างอิสระ แบบที่สวยกว่าอาจจะไม่ใช่แบบที่เหมาะสม ต้องคิดให้ดี ความเหมาะสมต้องมาก่อนความสวยงามเสมอ...ตอนนี้กรมธนารักษ์มีนโยบายให้นำเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9 มาออกแบบเป็นของที่ระลึกจำหน่ายด้วย...ต่อไปเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในปัจจุบันจะมีเฉพาะเหรียญใน รัชกาลที่ 10” (นางสาวกาญจนา ศรีธนากุล. (2563). ผู้อำนวยการสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน. สัมภาษณ์, วันที่ 21 เมษายน.)

“...จากประสบการณ์ เวลาออกแบบอะไรที่เกี่ยวกับสถาบันจะเป็นประเด็นทุกครั้ง...ยิ่งออกแบบเกี่ยวกับสินค้า มักจะมีปัญหา...ตำแหน่งในการจัดวางต้องอยู่สูงเสมอ...การออกแบบสินค้าเกี่ยวกับสถาบันเป็นเรื่องที่ยาก...” (นางทิพวรรณ อุดมสิรินันท์. (2563). นักวิชาการช่างศิลป์. สัมภาษณ์, วันที่ 21 เมษายน.)

จากข้อมูลข้างต้น ดังนั้นจึงวิเคราะห์ได้ว่า พระบรมรูปของพระมหากษัตริย์ และพระบรมวงศานุวงศ์ รวมถึงตราพระราชลัญจกร ที่ปรากฏอยู่บนเหรียญกษาปณ์และเหรียญที่ระลึก ไม่ควรนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึก เว้นแต่ได้รับพระบรมราชานุญาต เช่น นาฬิกาที่มูลนิธิคิงส์ พาวเวอร์ ได้รับพระราชทานพระบรมราชานุญาตให้เชิญอักษรพระปรมาภิไธย ภ.ป.ร. ประดิษฐานบนหน้าปัดนาฬิกา และเชิญตราสัญลักษณ์การจัดงานฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี มาประดับที่ด้านหลังตัวเรือน

เป็นต้น (Mix Magazine. นาฬิกาที่ถูกสร้างขึ้นในวาระอันเป็นมงคลยิ่ง เนื่องในวโรกาสการฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ของในหลวงรัชกาลที่ 9. เข้าถึงเมื่อ 20 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://www.mixmagazine.in.th/view.php?ref=00003142>)

หรือหากจำเป็นต้องนำมาออกแบบต้องมีความระมัดระวังอย่างมาก ตำแหน่งในการจัดวางองค์ประกอบ ต้องให้อยู่สูงเหนือสิ่งอื่น และหากเป็นของที่ระลึกประเภทของใช้ยิ่งต้องระมัดระวังความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น เหรียญและเงินตรา ทั้งในอดีตและปัจจุบันมีความเกี่ยวข้องกับสถาบันศาสนา และพระมหากษัตริย์ ตราประทับและลวดลายบนเหรียญและเงินตรา มักเป็นสัญลักษณ์ที่เป็นมงคลต่าง ๆ ทางศาสนา เป็นพระราชลัญจกร และพระบรมรูปของพระมหากษัตริย์ที่ทรงครองราชย์ในแต่ละยุคสมัย ดังนั้นการออกแบบของที่ระลึกจากเงินตราจึงต้องมีการคิดอย่างรอบคอบเสมอ

สามารถสรุปเหรียญและเงินตราที่เป็นอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์เพื่อนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกได้ดังตารางที่ 12 : สรุปผลการคัดเลือกเหรียญและเงินตราเพื่อนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึก

ตารางที่ 12: สรุปผลการคัดเลือกเหรียญและเงินตราเพื่อนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึก

อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3	อันดับที่ 4
			
เงินพดด้วง	เหรียญอาทิตยอุทัย - ศรีวิไล	เหรียญบรรณาการ	เหรียญกษาปณ์ หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9

6. อภิปรายผลการศึกษาในบทที่ 4

ในบทที่ 4 ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ณ พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ ในด้านประวัติความเป็นมาและเนื้อหาการจัดแสดงนิทรรศการ พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ เป็นพิพิธภัณฑ์ในสังกัดของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์ ก่อตั้งขึ้นเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ และสังคมของไทย ผ่านเหรียญกษาปณ์และเงินตรา โดยจัดแสดงวิวัฒนาการของเงินตราตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน อีกทั้งเผยแพร่ภารกิจของกรมธนารักษ์ด้านการผลิตเหรียญกษาปณ์ และการอนุรักษ์เงินตราโบราณ วัตถุจัดแสดงที่สำคัญ ได้แก่ เงินตราโบราณ เหรียญกษาปณ์ เหรียญที่ระลึกทั้งไทย และต่างประเทศ ที่แสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงทางสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม

ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก (Museum Shop) ในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ เริ่มเปิดให้บริการพร้อมกับการทดลองเปิดพิพิธภัณฑ์ เมื่อ พ.ศ. 2557 การบริหารงานแบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลา ช่วงที่ 1 บริหารโดย บริษัทไรท์แมน จำกัด ตั้งแต่ พ.ศ. 2557 – 30 กันยายน 2561 ของที่ระลึกที่บริษัทไรท์แมนนำมาจำหน่ายมีความหลากหลาย แต่พบว่าปัญหาที่สำคัญ คือ มีของที่ระลึกที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์และนิทรรศการวางจำหน่ายในสัดส่วนที่มากกว่าของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับเหรียญและเงินตรา ของที่ระลึกส่วนใหญ่สามารถพบเห็นได้ทั่วไปในท้องตลาดจึงทำให้ของที่ระลึกใน Museum Shop ยังไม่สามารถแสดงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ได้เท่าที่ควร

ช่วงที่ 2 Museum Shop บริหารโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์ ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2561 – ปัจจุบัน พบว่าของที่ระลึกใน Museum Shop มีเพียงเหรียญที่ระลึกเป็นสินค้าหลัก ทำให้ Museum shop ไม่น่าสนใจเท่าที่ควร เหรียญที่ระลึกไม่ค่อยเป็นที่ต้องการของกลุ่มนักเรียน นักศึกษาซึ่งเป็นผู้ชมกลุ่มใหญ่ที่มาเยี่ยมชม เนื่องจากไม่มีประโยชน์ใช้สอย และไม่มีของที่ระลึกที่เหมาะสมกับวัย และรสนิยม อีกทั้งงบประมาณของผู้ชมกลุ่มนี้ ปัญหาที่มีร่วมกันของการบริหาร Museum Shop ทั้ง 2 ช่วง คือ ของที่ระลึกมีราคาแพง และมีรูปแบบที่ไม่ได้ออกแบบมาเพื่อเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของพิพิธภัณฑ์ อีกทั้งไม่มีการสอดแทรกให้ความรู้ในของที่ระลึกซึ่งขัดกับหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ในการเป็นแหล่งเรียนรู้ ซึ่งควรสอดแทรกความรู้ที่มีความเพลิดเพลินอยู่ในทุกกิจกรรมของพิพิธภัณฑ์

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐภายในสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน และผู้ใช้บริการพิพิธภัณฑ์ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าควรมีการปรับปรุงของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) รูปแบบ 2) ราคา 3) การเผยแพร่ความรู้ และประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์

จากการศึกษาในบทนี้ทำให้ทราบว่าอัตลักษณ์ที่สำคัญของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ คือ เหรียญและเงินตรา ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งในวัฒนธรรม ถือเป็นบันทึกทางประวัติศาสตร์ และเป็นหลักฐานของความทรงจำ โดยสามารถคัดเลือกเหรียญและเงินตราที่ควรนำมา ออกแบบเป็นของที่ระลึกจากคุณสมบัติ ดังนี้ 1) เป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของพิพิธภัณฑ์ 2) มีคุณค่า มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ 3) มีคุณค่าด้านความงามของรูปทรง ลวดลาย และสีสันท 4) มีความหมายที่เป็นมงคล 5) สอดคล้องกับนโยบายของกรมธนารักษ์ ซึ่งในเบื้องต้นมีเหรียญและเงินตราที่ควรนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกก่อน 4 อันดับแรก ได้แก่ 1) เงินพดด้วง 2) เหรียญอาทิตย์อุทัย – ศรีวิเศษ 3) เหรียญบรรณาการ และ 4) เหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9 ซึ่งผู้วิจัยจะเสนอผลการทดลองออกแบบในบทที่ 5



บทที่ 5

บทวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการออกแบบสินค้าที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์

จากการศึกษาในบทที่แล้วมา ผู้วิจัยได้ศึกษาสถานภาพของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ อัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ และของที่ระลึกที่จำหน่าย จึงทำให้เข้าใจปัญหาและแนวทางในการแก้ไข การออกแบบของที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ ในบทนี้จึงวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการออกแบบสินค้าที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. วิเคราะห์สถานการณ์และปัญหาของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์

1.1 วิเคราะห์การบริหารจัดการ Museum Shop

จากการสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง จึงทำให้สามารถวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการ Museum Shop ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ช่วงเวลา ดังนี้

1.1.1 ช่วงที่ 1 เป็นช่วงเวลาที่บริษัทไรท์แมน จำกัด เข้ามาบริหารจัดการ Museum Shop ตั้งแต่ พ.ศ. 2557 – 30 กันยายน 2561 ในช่วงระยะเวลาที่สามารถสรุปสถานการณ์ได้ดังต่อไปนี้

1) ด้านรูปแบบ

เนื่องจากกรมธนารักษ์ให้อิสระแก่บริษัทไรท์แมน จำกัด ในการนำของที่ระลึกเข้ามาจำหน่าย โดยไม่ได้มีรายละเอียดข้อกำหนดและขอบเขตการจ้าง (TOR) ในเรื่องของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์แต่อย่างใด บริษัทไรท์แมน จำกัด จึงมีการนำของที่ระลึกที่เป็นสินค้าทั่วไป ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับนิทรรศการและพิพิธภัณฑ์เข้ามาจำหน่ายด้วย ซึ่งมีสัดส่วนที่มากเกินไป เช่น อุปกรณ์นวดน้ำมันนวด ยาอม ตุ๊กตาหมีทองขาวจีนนั่งติดพิน โมเดลจำลองโบราณสถานในเปรูและอังกฤษ ฯลฯ จนทำให้ Museum Shop ขาดอัตลักษณ์ของความเป็นพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงเกี่ยวกับเหรียญและเงินตรา

จากการศึกษาพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ในบทที่ 2 พิพิธภัณฑ์ชั้นนำต่าง ๆ ล้วนนำอัตลักษณ์ของตนมาออกแบบเป็นของที่ระลึก เพื่อให้เป็นภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของพิพิธภัณฑ์ และมีการคัดสรรของที่ระลึกฝากขายที่เป็นไปในทิศทางเดียวกับอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ ดังนั้น การมีของที่ระลึกเป็นสินค้าที่สะเปะสะปะ ไร้ทิศทาง ทำให้ Museum Shop มีบรรยากาศไม่ต่างจากร้านโชห่วยที่มีสินค้าทุกอย่าง แต่ไม่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเองให้เป็นที่จดจำ

ของที่ระลึกส่วนใหญ่ที่บริหารจัดการโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด มีรูปแบบที่เป็นทางการ และไม่ได้ออกแบบมาเพื่อเด็กและเยาวชนโดยเฉพาะ จากการศึกษามuseum ต่าง ๆ ทั้งใน

ประเทศ และต่างประเทศ มีการออกแบบของที่ระลึกสำหรับเด็กโดยเฉพาะ เช่น เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เกม ของเล่น สมุดภาพระบายสี หนังสือนิทาน เครื่องเขียน ฯลฯ

พิพิธภัณฑ์ไม่จำเป็นต้องมีแต่ความเคร่งขรึมและเป็นวิชาการ ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์สามารถออกแบบให้มีสีสันที่สดใส และสอดแทรกอารมณ์ขันได้ เช่น มิวเซียมสยามซึ่งมีของที่ระลึกที่สอดแทรกอารมณ์ขันในการออกแบบ และเป็นที่ชื่นชอบของเด็กและเยาวชน

พิพิธภัณฑ์หลายแห่งมีการใช้ตัวการ์ตูน และมาสคอตของพิพิธภัณฑ์มาออกแบบของที่ระลึก เช่น Kyoto National Museum แม้แต่พิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระบรมราชินีนาถก็มีการออกแบบของที่ระลึกที่มีสีสันสดใส โดยใช้ตัวการ์ตูน เพื่อให้เหมาะกับเด็กและเยาวชนด้วยเช่นกัน ดังนั้น ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์นอกจากมีหลายประเภทแล้ว ควรออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความหลากหลายด้วย

จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่เป็นผู้ใช้บริการ ได้ให้ความเห็นว่าของที่ระลึกส่วนใหญ่มีรูปแบบที่ไม่สวยงาม ไม่ทันสมัย และไม่เป็นที่ดึงดูดใจ ทำให้ไม่เป็นที่ต้องการของเด็ก/เยาวชน และผู้ใหญ่วัยทำงานบางกลุ่มเท่าที่ควร

ของที่ระลึกบางส่วนใช้เหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9 ที่ยังคงมีการใช้หมุนเวียนอยู่ในระบบเศรษฐกิจตามปกติในขณะนั้น (พ.ศ.2557 – 2561) เป็นหลักในการออกแบบ ซึ่งทำให้ขาดความน่าสนใจเพราะพบเห็นได้ง่าย อีกทั้งการนำเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนมาออกแบบเป็นสินค้าเป็นการขัดกับนโยบายของกรมธนารักษ์เอง ในการผลิตเหรียญเพื่อใช้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ เหรียญกษาปณ์หมุนเวียนมีต้นทุนสูงกว่ามูลค่าหน้าเหรียญ ดังนั้น การนำมาผลิตเป็นสินค้าจึงทำให้เหรียญกษาปณ์หมุนเวียนหายไปจากระบบ ทำให้รัฐเสียผลประโยชน์มากกว่าได้ประโยชน์

3) ข้อดีจากการบริหาร Museum Shop โดยบริษัทเอกชน

การจำหน่ายของที่ระลึกโดยบริษัทเอกชนที่ผ่านมามีข้อดี คือ พิพิธภัณฑ์ไม่ต้องลงทุนเองจึงไม่ต้องรับภาระต้นทุนการผลิต การออกแบบและการจัดการคลังสินค้า พิพิธภัณฑ์สามารถนำสถิติของที่ระลึกที่ขายดี และของที่ระลึกที่มีความเคลื่อนไหวน้อยมาเป็นข้อมูลเพื่อใช้เป็นข้อมูลเพื่อกำหนดแนวทางในการออกแบบของที่ระลึกต่อไป

สำหรับของที่ระลึกที่ขายดี ได้แก่ ชุดรวมเหรียญเรือแสดมภ์ พวงกุญแจช้าง สมุดเหรียญเอเชีย 12 ชนิด แสดมภ์ไทยศิลปวัฒนธรรม และลูกอมขึ้นจิตต์ จากการสำรวจพบว่าของที่ระลึกที่ขายดีมีราคาไม่แพง และมีความเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์พิพิธภัณฑ์ คือ เกี่ยวข้องกับเหรียญและเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย อัตลักษณ์ไทย ส่วนของที่ระลึกที่มีความเคลื่อนไหวน้อย (ขายไม่ดี) ได้แก่ เสื้อโปโล เนื่องจากมีราคาแพงแต่คุณภาพไม่ดี ส่วนกำยานขายไม่ดีเนื่องจากไม่เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์ กระเป๋าผ้าขายไม่ดีเนื่องจากการออกแบบไม่สวยงาม ไม่ทันสมัย และสามารถพบได้ทั่วไป

เป็นสินค้าที่ไม่มีความพิเศษแต่มีราคาแพง พวงกุญแจรูปเหรียญ และเคสโทรศัพท์เคลื่อนที่ ขายเป็นดี เนื่องจากมีรูปแบบไม่สวยงาม ไม่ทันสมัย และหนังสือขายไม่ดีเนื่องจากมีราคาแพง

ข้อดีที่เห็นได้ชัดเจน คือ การที่ Museum Shop มีของที่ระลึกหลากหลายประเภท สร้างบรรยากาศให้ร้านมีชีวิตชีวา เป็นสิ่งกระตุ้นทำให้ผู้ใช้บริการต้องการเลือกซื้อสินค้า

2) ด้านราคา

ของที่ระลึกที่บริษัทไรท์แมน จำกัด บริหารจัดการ มีหลากหลายประเภท แต่ส่วนใหญ่มีราคาสูง เช่น เสื้อยืด ราคา 350-480 บาท เข็มกลัดราคา 250 บาท แทนอะคริลิกเลเซอร์รูปต่าง ๆ ราคา 440 – 480 บาท กระเป๋าผ้า ราคา 350 – 990 บาท และของที่ระลึกบางอย่างสามารถพบได้ในร้านค้าภายนอกพิพิธภัณฑ์ซึ่งมีราคาถูกกว่า เช่น ผ้าไมโครไฟเบอร์ ราคา 85 บาท สามารถพบในร้านค้าภายในราคา 60 บาท โมเดลกระดาษรูปยักษ์/ช้าง สามารถพบได้ในร้านสะดวกซื้อซึ่งมีราคาถูกกว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นเด็กและเยาวชนจำเป็นต้องเลือกซื้อของที่ระลึกที่มีราคาต่ำที่สุดในร้าน ซึ่งอาจจะไม่ใช่ของที่ระลึกที่ต้องการอย่างแท้จริง

1.1.2 ช่วงที่ 2 เป็นช่วงเวลาที่สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์ บริหาร Museum Shop ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2561 – ปัจจุบัน สรุปลักษณะการดำเนินงานได้ดังนี้

1) ด้านรูปแบบ

หลังจากที่บริษัทไรท์แมน จำกัด หมดสัญญาในการบริหาร Museum Shop ปรากฏว่าสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินซึ่งเป็นผู้บริหาร Museum Shop ต่อมา ไม่ได้ดำเนินการออกแบบจัดทำ หรือนำของที่ระลึกประเภทอื่น ๆ มาจำหน่ายในทันที มีเพียงการจำหน่ายเหรียญที่ระลึกซึ่งเป็นภาระกิจประจำเท่านั้น จึงทำให้สินค้าใน Museum Shop ไม่มีความหลากหลาย แม้ว่าเหรียญจะเป็นอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ก็ตาม จากข้อมูลในการสัมภาษณ์ ผู้ใช้บริการต้องการของที่ระลึกที่มีความหลากหลาย และมีประโยชน์ใช้สอยมากกว่าเหรียญที่ระลึกสำหรับการเก็บสะสมเท่านั้น

เนื่องจากสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินเป็นหน่วยงานของกรมธนารักษ์ ซึ่งมีการบริหารงานตามระบบ และขั้นตอนของทางราชการ ดังนั้น เมื่อไม่มีการมอบนโยบายจากกรมธนารักษ์ให้ดำเนินการใด ๆ เกี่ยวกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินจึงไม่สามารถดำเนินการใด ๆ เองได้ เนื่องจากในการดำเนินงานต่าง ๆ นั้น เกี่ยวข้องกับเงินงบประมาณและแผนการใช้จ่ายเงิน ที่ต้องมีการวางแผนและการตั้งงบประมาณไว้ก่อนล่วงหน้า

2) ด้านราคา

เหรียญที่ระลึกส่วนใหญ่มีราคาแพง และมีรูปแบบที่ไม่สามารถดึงดูดใจเด็กและเยาวชนส่วนใหญ่ได้ เหรียญที่ระลึกที่มีราคาต่ำสุด คือ 80 บาท จึงเป็นเหรียญที่ระลึกที่เด็กและเยาวชนนิยมซื้อมากที่สุด

1.2 สรุปสถานการณ์และปัญหาของทีระลีกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ทั้ง 2 ช่วง

ของทีระลีกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ทั้งที่บริหารโดยบริษัทเอกชน และบริหารโดยสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน มีรูปแบบที่ไม่ได้ออกแบบมาเพื่อผู้ใช้บริการที่เป็นเด็กและเยาวชน ซึ่งเป็นผู้ชมกลุ่มใหญ่ที่สุดของพิพิธภัณฑ์ ของทีระลีกส่วนใหญ่มีราคาแพง และไม่เคยมีการสอดแทรกความรู้ในของทีระลีกแต่อย่างใด อีกทั้งยังไม่มีร้านค้าออนไลน์เพื่อเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับของทีระลีกในพิพิธภัณฑ์โดยเฉพาะ ทำให้พิพิธภัณฑ์ในฐานะที่เป็นแหล่งเรียนรู้ ขาดโอกาสในการเผยแพร่ความรู้ และการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ผ่านของทีระลีก

2. วิเคราะห์ผลการสำรวจความคิดเห็นโดยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีต่อของทีระลีกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ ช่วงที่ 1 : ช่วงเวลาที่บริษัทไรท์แมน จำกัด เข้ามาบริหารจัดการ Museum Shop ตั้งแต่ พ.ศ. 2557 – 30 กันยายน 2561

2.1 ความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ มีความเห็นว่าของทีระลีกที่บริหารโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด มีข้อดี คือ มีความหลากหลาย ของทีระลีกมีหลายประเภท มีความเชื่อมโยงกับกรมธนารักษ์ และมีความเป็นไทย แต่ยังไม่เชื่อมโยงกับนิทรรศการเท่าที่ควร และเห็นความสำคัญของทีระลีกในการเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ แต่ไม่ได้คำนึงถึงรูปแบบของทีระลีกเท่าที่ควร ว่าควรมีการออกแบบที่สวยงาม ทันสมัย

ส่วนภัณฑารักษ์ของพิพิธภัณฑ์ให้ความเห็นว่า ของทีระลีกในพิพิธภัณฑ์ควรให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ความรู้โดยการสอดแทรกความรู้ในของทีระลีกด้วย จากการศึกษาพิพิธภัณฑ์ชั้นนำต่าง ๆ ในบทที่ 2 ความแตกต่างของของทีระลีกในพิพิธภัณฑ์กับแหล่งท่องเที่ยวโดยทั่วไปที่ชัดเจน คือ การให้ความรู้ และมีการออกแบบที่พิเศษมีอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์

2.2 ความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน

บริษัทไรท์แมน จำกัด ซึ่งเป็นผู้บริหาร Museum Shop ในระยะแรกคิดว่าการผลิตและจำหน่ายของทีระลีกเกี่ยวกับเหรียญมีข้อจำกัด และมีกฎระเบียบมากเกินไป เพราะบริษัทมุ่งเน้นไปที่การนำเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนซึ่งเป็นเหรียญที่ใช้หมุนเวียนในปัจจุบันขณะนั้นมาทำเป็นของทีระลีกประเภทเครื่องประดับ ทั้งที่ในความเป็นจริงพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์มีทรัพยากรที่สามารถนำมาออกแบบเป็นของทีระลีกได้มากมาย เช่น เงินตราโบราณต่าง ๆ ไม่จำเป็นต้องจำเพาะเจาะจงนำเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนมาใช้ออกแบบเท่านั้น

2.3 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งเป็นผู้ใช้บริการที่มีแนวโน้มต้องการซื้อของที่ระลึกให้มีความสำคัญกับรูปแบบและราคาของที่ระลึกมากกว่าปัจจัยอื่น ทั้งสองปัจจัยนี้เป็นเหตุผลสำคัญของการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์

3. วิเคราะห์ผู้เข้าชม/ผู้ให้บริการ

จากการสังเกตการณ์ และการจัดเก็บสถิติผู้เข้าชมของฝ่ายจัดแสดงพิพิธภัณฑ์เหรียญฯ ทำให้ทราบว่าผู้ชมกลุ่มใหญ่ที่สุดของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์เป็นเด็กและเยาวชน ซึ่งมีทั้งที่เดินทางมาชมนิทรรศการโดยทางสถานศึกษาเป็นผู้จัดให้มา และภาคเอกชน เช่น โครงการโอลิมปิก ออธอริตตีพาร์คเป็นผู้นำมา เป็นต้น ซึ่งแต่ละครั้งมีจำนวนนักเรียน นักศึกษาเข้าชมเป็นจำนวนมาก โดยมีการขออนุญาตเข้าชมเป็นหมู่คณะ และของดเว้นค่าธรรมเนียมในการเข้าชมมาโดยตลอด

จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องพบว่า เด็กและเยาวชนเป็นผู้ใช้บริการที่มีความสนใจที่จะซื้อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์อย่างมากมาโดยตลอด และบางครั้งด้วยงบประมาณที่มีอยู่จำกัด ทำให้เด็ก ๆ ซื้อของที่ระลึกที่ไม่รู้จัก และไม่เหมาะสมกับตัวเอง เช่น เด็กประถมปีที่ 1 ซื้อกำยานไปเป็นของที่ระลึก ทั้งที่ไม่รู้จักกำยาน แต่ซื้อเนื่องจากมีราคาถูกกว่าของที่ระลึกอื่น ๆ ในร้าน จึงน่าจะเป็นการดีกว่า หากพิพิธภัณฑ์มีของที่ระลึกที่ให้ความรู้ และเป็นประโยชน์ต่อผู้บริการกลุ่มนี้ ในราคาที่ไม่แพง



ภาพที่ 115 บรรยากาศของ Museum Shop ช่วงที่บริหารโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด



ภาพที่ 116 เด็ก ๆ มีความสนใจต้องการซื้อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ ช่วงที่บริหารโดยบริษัทไรท์แมน จำกัด

4. วิเคราะห์ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีต่อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ ช่วงที่ 2 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์ บริหาร Museum Shop ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2561 – ปัจจุบัน

4.1 ความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐซึ่งเป็นผู้บริหารมองเห็นปัญหาใหญ่ คือ เหรียญที่ระลึกใน Museum Shop ของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์มีราคาแพง และของที่ระลึกไม่มีความหลากหลาย อีกทั้งไม่มีของที่ระลึกประเภทอื่น ๆ ที่เหมาะกับผู้มีรายได้น้อย เช่น เด็กและเยาวชน จึงมีแนวคิดที่จะออกแบบและผลิตของที่ระลึกออกมาจำหน่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์เป็นหลัก แต่การดำเนินการมีความล่าช้าอย่างมาก เนื่องจากไม่ได้มีแผนรองรับตั้งแต่แรก และผู้บริหารไม่ได้ให้ความสำคัญเรื่องรายได้จากการจำหน่ายของที่ระลึก เนื่องจากพิพิธภัณฑ์ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากรัฐบาล ผู้บริหารจึงไม่มีความกังวลในเรื่องการหารายได้ของพิพิธภัณฑ์

4.2 ความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน

นักสะสมเหรียญและเงินตราโบราณมีความคิดเห็นว่า เหรียญและเงินตราโบราณสามารถนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกได้หลายประเภท และเป็นผลดีต่อพิพิธภัณฑ์ในการประชาสัมพันธ์ และให้ความรู้ด้านกษาปณวิทยา

4.3 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ต้องการให้มีของที่ระลึกประเภทอื่นจำหน่ายนอกเหนือจากเหรียญที่ระลึก และผู้บริการให้ความสำคัญกับรูปแบบของที่ระลึก ซึ่งควรจะมีอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ และให้ความสำคัญกับราคาของที่ระลึกที่ควรมีความเหมาะสมมากที่สุด ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนไม่ได้สนใจความรู้ที่ควรมีในของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์

5. สรุปความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีต่อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์

จากข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสังเกตพฤติกรรมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถสรุปความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีต่อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ ได้ 3 ด้าน ดังนี้

- 1) ความต้องการด้านรูปแบบ
- 2) ความต้องการด้านราคา
- 3) ความต้องการเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์

รูปแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ควรมีอัตลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์ เพื่อให้ทราบว่าพิพิธภัณฑ์จัดแสดงเกี่ยวกับสิ่งใด ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ความรู้ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ผ่านของที่ระลึกมากที่สุด และไม่ค่อยให้ความสนใจกับรูปแบบของที่ระลึก และรายได้จากการจำหน่ายของที่ระลึกมากนัก ส่วนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชนสนใจรูปแบบของที่ระลึก และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ ส่วนผู้ใช้บริการคำนึงถึงรูปแบบ และ ราคาเป็นหลัก

ผลการศึกษาพบว่าพิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่ต่างใช้ของที่ระลึกเป็นส่วนหนึ่งในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก โดยมีการออกแบบของที่ระลึกที่มีชื่อ/สัญลักษณ์/รูปอาคารพิพิธภัณฑ์ ปรากฏอยู่อย่างชัดเจนบนของที่ระลึกบางประเภท อีกทั้งมีการสอดแทรกความรู้ไว้ในของที่ระลึก ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ/ภาคเอกชน และผู้ใช้บริการกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานมีความคิดเห็นเช่นเดียวกันกับแนวทางนี้ รายละเอียดดังตารางที่ 13 : ความต้องการด้านรูปแบบ/ความต้องการด้านราคา/ความต้องการเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์/ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์

ตารางที่ 13: ความต้องการด้านรูปแบบ/ความต้องการด้านราคา/ความต้องการเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์/ของมีส่วนเกี่ยวข้องกับของที่ระลึกในพิธีภัณฑ์เหรียญกษาปณ์นักษัตร

ลำดับที่	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	ความต้องการด้านรูปแบบ	ความต้องการด้านราคา	ความต้องการเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์พิธีภัณฑ์
1.	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องการให้ปรับปรุงรูปแบบของที่ระลึกให้มีหลากหลาย - ต้องการให้นำเหรียญกษาปณ์หมุนเวียน ร.9 มาออกแบบเป็นของที่ระลึก 	ต้องการปรับปรุงด้านราคาให้ถูกลงเพื่อให้เหมาะสมกับเด็กและเยาวชน	<p>ต้องการให้มีการเผยแพร่ความรู้ในของที่ระลึก และการประชาสัมพันธ์พิธีภัณฑ์ผ่านของที่ระลึกเป็นสิ่งสำคัญ</p>
2.	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน (บริษัทไรท์แมน จำกัด)	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องการนำเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9 ที่ใช้ในปี 2557 - 2561 มาออกแบบเป็นของที่ระลึกประเภทเครื่องประดับ 	-	-
3.	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน (นักสะสมเหรียญและเงินตราโบราณ)	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องการให้นำเหรียญและเงินตราโบราณ มาออกแบบเป็นของที่ระลึกที่มีความหลากหลาย 	-	<p>ต้องการให้มีการเผยแพร่ความรู้ในของที่ระลึก และการประชาสัมพันธ์พิธีภัณฑ์ผ่านของที่ระลึก</p>

ลำดับที่	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	ความต้องการด้านรูปแบบ	ความต้องการด้านราคา	ความต้องการเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์
4.	<p>ผู้ใช้บริการ กลุ่มที่ 1 เด็กในวัยประถมศึกษา ของไทย อายุ 5 - 11 ปี</p>	<p>- ต้องการของที่ระลึกที่มีความสวยงาม น่ารัก มีประโยชน์ใช้สอย เช่น เครื่องเขียน เกม ของเล่น เครื่องประดับ และของใช้ที่ซื้อฝากผู้ใหญ่ได้</p> <p>- เป็นของที่ระลึกที่ทำให้คิดถึงพิพิธภัณฑ์ เจริญศึกษาปณานุกรักษ์</p>	<p>ต้องการซื้อของที่ระลึกใน ราคา 20 - 50 บาท</p>	<p>-</p>
5.	<p>ผู้ใช้บริการ กลุ่มที่ 2 เด็กและเยาวชนในระดับ มัธยมศึกษา และอุดมศึกษาของไทย อายุ 12 - 24 ปี</p>	<p>- ต้องการของที่ระลึกประเภทเสื้อยืด กระเป๋า ผ้า เครื่องประดับ</p> <p>- เป็นของที่ระลึกที่มาจากนิทรรศการ</p> <p>- ต้องการของที่ระลึกที่แสดงอัตลักษณ์ของตนเองหรือออกแบบได้เอง เช่น เข็มกลัด และเหรียญที่ระลึก</p>	<p>ต้องการซื้อของที่ระลึกใน ราคาตั้งแต่ 20 - 500 บาท</p>	<p>-</p>

ลำดับที่	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	ความต้องการด้านรูปแบบ	ความต้องการด้านราคา	ความต้องการเผยแพร่ความรู้ และประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์
6.	ผู้ใช้บริการ กลุ่มที่ 3 เยาวชนต่างชาติ อายุ 12 - 24 ปี	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องการของที่ระลึกประเภทเครื่องเขียน เสื้อยืด ไปสกรีน magnet ของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการ แสดงถึงความเป็นไทย และเหรียญที่ระลึกที่สามารถออกแบบได้เอง 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องการซื้อของที่ระลึกในราคา 100 - 600 บาท 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องการให้มีการมีการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ผ่านของที่ระลึกและถุง Shopping Bag
7.	ผู้ใช้บริการ กลุ่มที่ 4 ผู้เกษียณวัยทำงาน ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อายุ 25 - 60 ปี	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องการของที่ระลึกที่มีความหลากหลาย เป็นของที่ระลึกเพื่อการสะสม และของที่ระลึกที่มีคุณภาพดี มีความสวยงาม ทันสมัย - เป็นกลุ่มที่นอกเหนือจากของที่ระลึกที่ตนเองแล้ว ยังมีความต้องการ ที่จะซื้อของที่ระลึกเพื่อฝากผู้อื่นมากกว่ากลุ่ม อื่น ๆ - ต้องการของที่ระลึกที่มีอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ และออกแบบมาจำหน่ายเฉพาะในพิพิธภัณฑ์เท่านั้น ไม่ควรเป็นของระลึกที่พบได้ทั่วไป 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องการซื้อของที่ระลึก ในช่วงราคาตั้งแต่ 100 - 500 บาท 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องการให้มีการเผยแพร่ความรู้ในของที่ระลึก และการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ผ่านของที่ระลึก

ลำดับที่	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	ความต้องการด้านรูปแบบ	ความต้องการด้านราคา	ความต้องการเผยแพร่ความรู้ และประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์
8.	<p>ผู้ใช้บริการ กลุ่มที่ 5</p> <p>ผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อายุ 60 ปีขึ้นไป</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นของที่สามารยใช้ประโยชน์ได้ และต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี - ต้องการสินค้าที่แสดงถึงความเป็นไทย - เป็นของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับเหรียญ 	<ul style="list-style-type: none"> - ชาวไทยต้องการของที่ระลึกที่มีราคาไม่สูง - ชาวต่างชาติไม่จำกัดราคาขึ้นอยู่กับความพอใจ 	-
9.	<p>ผู้ใช้บริการ กลุ่มที่ 6</p> <p>ผู้พิการทางด้านสายตา ทุกช่วงวัย</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องการของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย เช่น เสื้อยืด กระเป๋าผ้า พวงกุญแจ - มีความพึงพอใจต่อแนวคิดการออกแบบของที่ระลึกที่มีพื้นผิวสัมผัสเป็นภาพที่มีลวดลายนูน แต่ควรมีการอธิบายถึงลวดลายเหล่านั้นด้วย - เป็นของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับเหรียญ 	<p>ต้องการของที่ระลึกที่มีราคาไม่เกิน 200 บาท</p>	-

6. ปัญหาและแนวทางในการแก้ไขปัญหาของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์

จากปัญหาที่ได้จากการสำรวจ สังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ว่าของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์มีปัญหาในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- 6.1 ปัญหาด้านรูปแบบ
- 6.2 ปัญหาด้านราคา
- 6.3 ปัญหาด้านการเผยแพร่ความรู้
- 6.4 ปัญหาด้านการบริหารจัดการ

จากปัญหาหลักด้านรูปแบบที่ไม่สวยงาม ไม่ทันสมัย ไม่มีอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ ปัญหาด้านราคาที่สูงเกินไป ปัญหาด้านขาดการเผยแพร่ความรู้ และปัญหาอื่น ๆ เช่น การบริหารจัดการ ที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง มีแนวทางแก้ไขดังตารางที่ 14 : สรุปปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์

ตารางที่ 14: สรุปปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์

ปัญหาของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์	
ด้านรูปแบบ - ของที่ระลึกไม่มีความเชื่อมโยงกับนิทรรศการ ไม่มีอัตลักษณ์ - รูปแบบไม่สวยงาม ไม่ทันสมัย - ของที่ระลึกไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้	แนวทางการแก้ไขปัญหา - ออกแบบของที่ระลึกโดยนำอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ ได้แก่ เหรียญและเงินตรามาใช้ โดยให้ความเชื่อมโยงกับนิทรรศการ - ปรับปรุงรูปแบบให้มีความสวยงามและทันสมัยโดยการสำรวจความคิดเห็นของหลาย ๆ ฝ่าย - จัดการประกวดการออกแบบของที่ระลึก - เชิญนักออกแบบที่มีชื่อเสียงมาร่วมออกแบบ - เปิดรับการออกแบบจากผู้ให้บริการ - ออกแบบของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอยและเหมาะสมกับผู้ให้บริการแต่ละกลุ่ม

ปัญหาของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์	
<p>ด้านรูปแบบ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้ใช้บริการต้องการของที่ระลึกที่สามารถเก็บสะสมได้เป็นชุด - ผู้ใช้บริการต้องการของที่ระลึกที่ผลิต/ออกแบบได้ด้วยตนเอง - ผู้สูงอายุไม่ค่อยสนใจและไม่ค่อยมีความต้องการที่จะซื้อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ - ผู้สูงอายุให้ความสนใจเฉพาะเหรียญที่ระลึก 	<p>แนวทางการแก้ไขปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบของที่ระลึกที่สามารถเก็บสะสมได้ เช่น โปสการ์ด ภาพวัตถุจัดแสดงชิ้นสำคัญ เงินตราโบราณจำลอง - ให้บริการของที่ระลึกที่ผู้ให้บริการสามารถผลิต/ออกแบบได้ด้วยตนเอง เช่น เหรียญที่ระลึก เข็มกลัด สมุดโน้ต กระเป๋า - ออกแบบของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย มีความคุ้มค่า มีคุณภาพดี ตรงกับรสนิยม เช่น ออกแบบของที่ระลึกที่แสดงถึงความเป็นไทย หรือเป็นสิ่งที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน - ออกแบบของที่ระลึกที่สามารถจัดเก็บเหรียญที่ระลึกได้ เช่น ถังผ้า/กล่องผ้า/กล่องกระดาษไว้กรวด ตลับอะคริลิคสำหรับเก็บเหรียญเงิน และเหรียญทองแดง อุปกรณ์ทำความสะอาดเหรียญโบราณด้วยตนเอง และของที่ระลึกที่สามารถวางโชว์เหรียญได้ เช่น แผ่นวางเหรียญ กรอบรูปที่สามารถบรรจุเหรียญ
<p>ด้านราคา</p> <ul style="list-style-type: none"> - ของที่ระลึกมีราคาแพง 	<p>แนวทางการแก้ไขปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบของที่ระลึกโดยพยายามลดต้นทุนการผลิต - ผลิตของที่ระลึกเอง - ใช้วัสดุจากการรีไซเคิล - ลดราคาลง

ปัญหาของทีระลีกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์	
ด้านการเผยแพร่ความรู้ - ไม่มีการสอดแทรกความรู้ในของทีระลีก - ผู้พิการทางด้านสายตาต้องการการอธิบายถึงลวดลายบนของทีระลีก	แนวทางการแก้ไขปัญหา - ออกแบบให้ของทีระลีกทุกชิ้นมีข้อมูลความรู้ที่เกี่ยวข้องกับนิทรรศการประกอบ - ควรมีแบบจำลองวัตถุจัดแสดงให้ผู้พิการทางด้านสายตาได้สัมผัสเพื่อรู้จักวัตถุจัดแสดงที่นำมาออกแบบเป็นของทีระลีกที่มีลวดลายนูน
ด้านการบริหารจัดการ - ของทีระลีกไม่มีความหลากหลาย - การผลิตและจำหน่ายของทีระลีกเกี่ยวกับเหรียญมีข้อจำกัด และมีกฎระเบียบมาก เช่น ไม่สามารถนำเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนที่ใช้ในปัจจุบันมาทำเป็นเครื่องประดับ - การบริหารงานโดยสำนักทรัพย์สินมีความล่าช้า และไม่มีความที่ชัดเจน เนื่องจากต้องรอนโยบาย และการตัดสินใจจากกรมธนารักษ์	แนวทางการแก้ไขปัญหา - เพิ่มประเภทของทีระลีกให้มีความหลากหลาย และเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า - เปิดรับการฝากขายของทีระลีกมากขึ้น - ออกแบบเครื่องประดับจากเหรียญและเงินตราโบราณจำลอง แทนเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในสมัยปัจจุบัน - กรมธนารักษ์ควรให้อิสระ และให้อำนาจแก่สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับของทีระลีกในพิพิธภัณฑ์

7. แนวทางการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณานุกรักษ์

จากการทบทวนวรรณกรรม และจากการศึกษาข้อมูล การศึกษาของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ อีกทั้งข้อมูลที่ได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์ การสำรวจความคิดเห็น และความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีต่อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณานุกรักษ์ ดังนั้น สรุปได้ว่าพิพิธภัณฑ์ควรมีแนวทางในการออกแบบของที่ระลึกโดยกำหนดปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังนี้

7.1 การออกแบบของที่ระลึกเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์

อัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์เป็นภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ และเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้คนจดจำ ดังนั้นในการออกแบบของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณานุกรักษ์ จึงควรออกแบบของที่ระลึกโดยมีที่มาจากเหรียญและเงินตราซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์เป็นหลัก และวางจำหน่ายใน Museum Shop โดยให้มีปริมาณมากกว่าของที่ระลึกที่ออกแบบจากสิ่งอื่น ๆ

7.2 การออกแบบของที่ระลึกเพื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์

- ออกแบบของที่ระลึกโดยมีตราสัญลักษณ์/ชื่อ/รูปอาคารพิพิธภัณฑ์
- ออกแบบของที่ระลึกจากมาสคอตของพิพิธภัณฑ์

7.3 การออกแบบโดยให้ความรู้เป็นส่วนหนึ่งในของที่ระลึก

- ออกแบบของที่ระลึกโดยมีการสอดแทรกความรู้เกี่ยวกับวัตถุจัดแสดง/นิทรรศการ ปรากฏบนของที่ระลึก หรือบรรจุภัณฑ์ หรือ มีเอกสารแนบ
- ออกแบบให้มีชื่อเว็บไซต์พิพิธภัณฑ์บนของที่ระลึก/บรรจุภัณฑ์
- ในเว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์ควรมี Museum Shop online ซึ่งให้ความรู้ บอกเล่าแรงบันดาลใจ และที่มาของการออกแบบของที่ระลึกแต่ละชิ้นว่ามาจากวัตถุพิพิธภัณฑ์ชิ้นใด เป็นต้น

7.4 การออกแบบของที่ระลึกโดยใช้สัญลักษณ์/วัฒนธรรมประจำชาติ ประจำท้องถิ่นเป็นแรงบันดาลใจ

- ออกแบบโดยใช้วัฒนธรรมประจำชาติ/ท้องถิ่น โดยควบคุมการวางจำหน่ายให้มีปริมาณน้อยกว่าของที่ระลึกที่ออกแบบจากเหรียญและเงินตรา

7.5 การออกแบบของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย

- ออกแบบของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอยและสามารถใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน ไม่ใช่ของที่ระลึกเพื่อการเก็บสะสม หรือวางประดับได้เพียงอย่างเดียว

7.6 การออกแบบของที่ระลึกมีความสวยงาม น่าสนใจ

- ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ต้องมีการออกแบบที่มีความสวยงาม ด้วยรูปแบบ ลวดลาย และสีสันทัน เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้บริการสนใจ และต้องการซื้อในที่สุด

8. ทรัพยากรวัฒนธรรมในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณารักษ์ที่สามารถนำไปใช้ในการออกแบบของที่ระลึก

8.1 ทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องได้

8.1.1 เหรียญและเงินตราโบราณ

เงินพดด้วง และเงินตราโบราณต่าง ๆ มีตราประทับที่เป็นมงคล และมีสีสันและรูปแบบที่มีความสวยงาม สามารถนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกได้



ภาพที่ 117 เงินพดด้วงประทับตราสัญลักษณ์ต่าง ๆ



ภาพที่ 118 (ซ้าย) หอยเบี้ย (กลาง) เงินอียิปต์ (ขวา) เหรียญบรรณาการ



ภาพที่ 119 (ซ้าย) ภาพพิมพ์ลายนูน (Paper Embossing) บนเหรียญลิเดีย (ขวา) เหรียญลิเดีย



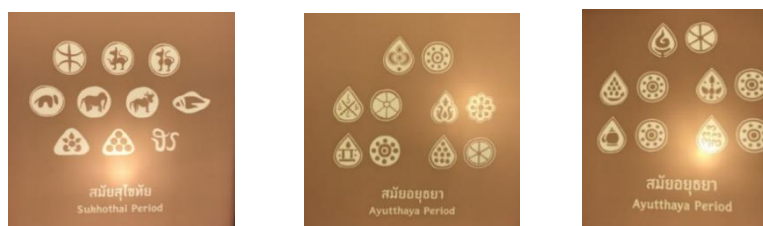
ภาพที่ 120 เหรียญพูนัน (อาทิตยอุทัย - ศรีวัตสระ) (กลาง) เงินรูปี (ขวา) เหรียญเงินเม็กซิกัน



ภาพที่ 121 (ซ้าย) เงินไซซี (กลาง) เงินลาด (ขวา) เงินนโม



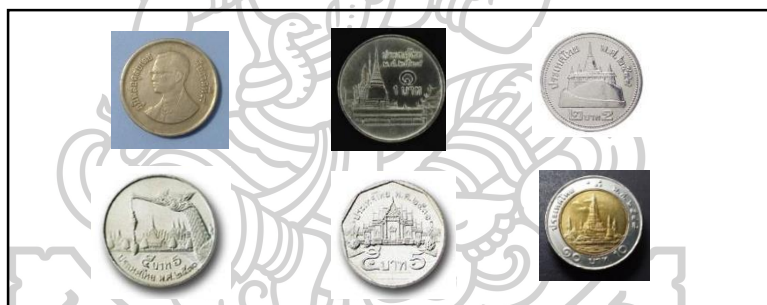
ภาพที่ 122 (ซ้าย) เงินกำไล (ขวา) เทวรูปพระคลัง



ภาพที่ 123 (ซ้าย) ตราประทับบนเงินพดด้วงสมัยสุโขทัย (กลางและขวา) ตราประทับบนเงินพดด้วงสมัยอยุธยา

8.1.2 เหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9

ด้านหลังของเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9 มักเป็นรูปวัดต่าง ๆ ที่สำคัญและสวยงามของประเทศไทย ซึ่งสามารถนำรูปแบบดังกล่าว มาออกแบบเป็นของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอยได้ ประกอบกับนโยบายของกรมธนารักษ์ที่ต้องการนำเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9 มาออกแบบเป็นของที่ระลึก เพื่อแทนที่ด้วยเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 10 ทั้งหมด จึงสามารถนำเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9 มาออกแบบเป็นของที่ระลึกโดยกรมธนารักษ์ได้



ภาพที่ 124 เหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9

8.2 ทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้

นอกจากเหรียญและเงินตราโบราณ ซึ่งจัดเป็นทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องได้ที่สามารถนำมาออกแบบของที่ระลึก ทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เช่น ภาษา สุภาษิต คำพังเพย นิทาน และความเชื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเงินตรา สามารถนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกได้ เช่น ข้อความคำอวยพรเกี่ยวกับเงิน - ทอง เช่น “คิดเงินให้ได้เงิน คิดทองให้ได้ทอง” และประโยค หรือสุภาษิตเกี่ยวกับเงิน - ทอง เช่น “มีเงินนับเป็นน้อง มีทองนับเป็นที่” “มีสิ่งพึงบรรจบให้ครบบาท” “เงินทองเป็นของนอกกาย” “พูดไปสองไพเบี้ย นิ่งเสียตำลึงทอง” “ยื่นหมู ยื่นแมว” “สาวน้อยร้อยซึ้ง” และคำร้องเล่นต่าง ๆ เกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนสิ่งของ เช่น “ใครมีมะกรูด มาแลกมะนาว” เป็นต้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงสภาพสังคม และวัฒนธรรมไทย สามารถนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกได้เช่นกัน

จากการคัดเลือกเหรียญและเงินตราเพื่อนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกในบทที่ 4 โดยคัดเลือกจากคุณสมบัติ ดังนี้

- 1) เป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของพิพิธภัณฑ์
- 2) มีคุณค่า มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์
- 3) มีคุณค่าด้านความงามของรูปทรง ลวดลาย และสีสันทัน
- 4) มีความหมายที่เป็นมงคล
- 5) สอดคล้องกับนโยบายของกรมธนารักษ์

ในการออกแบบของที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์รักษ์ จึงสรุปได้ว่าเงินตรา 4 อันดับแรกที่เหมาะสมนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกก่อนเงินตราอื่น ๆ ได้แก่

- 1) เงินพดด้วง
- 2) เหรียญอาทิตย์อุทัย - ศรีวิตรัส
- 3) เหรียญบรรณาการ
- 4) เหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9

			
เงินพดด้วง	เหรียญอาทิตย์อุทัย - ศรีวิตรัส	เหรียญบรรณาการ	เหรียญกษาปณ์ หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9

ภาพที่ 125 เงินตรา 4 อันดับแรกที่เหมาะสมนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึก

9. ประเภทของที่ระลึกที่ควรมีจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์

ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ควรมีความหลากหลาย โดยอ้างอิงตามประเภทของที่ระลึกซึ่งจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์ตามที่ได้ศึกษามาในบทที่ 2 ทั้งในต่างประเทศ และในประเทศไทย ผู้วิจัยคิดว่าสามารถนำอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์มาใช้ในการออกแบบเป็นของที่ระลึกประเภทต่าง ๆ ได้ ดังนี้

9.1 ของใช้ เช่น

- 9.1.1 กระเป๋าขนาดต่าง ๆ พิมพ์ลายเงินพดด้วง/เหรียญกษาปณ์และเงินตรา/รูปอาคาร/สัญลักษณ์/มาสคอตพิพิธภัณฑ์
- 9.1.2 พวงกุญแจรูปมาสคอตพดด้วง/อาคารพิพิธภัณฑ์/เหรียญโบราณ และพวงกุญแจสุภาพดี คำพังเพยเกี่ยวกับเงินตรา
- 9.1.3 ร่มพิมพ์ลายเงินพดด้วง/เหรียญกษาปณ์และเงินตราต่าง ๆ
- 9.1.4 ผ้าเช็ดหน้า และผ้าเช็ดแว่นตาพิมพ์ลายรูปเงินพดด้วง/สัญลักษณ์บนเงินพดด้วง/เหรียญศรีวิชัย
- 9.1.5 Souvenir Magnet รูปเงินพดด้วง/มาสคอตพดด้วง/เหรียญและเงินตราโบราณต่าง ๆ และอาคารพิพิธภัณฑ์
- 9.1.6 พัดรูปทรงเงินพดด้วง และทรงกลมพิมพ์ลายรูปเหรียญต่าง ๆ
- 9.1.7 กระจกเงาทรงกลมด้านหลังพิมพ์ลายรูปเหรียญ และสัญลักษณ์บนเงินพดด้วงต่าง ๆ
- 9.1.8 USB ที่จับเป็นรูปเงินพดด้วง และเหรียญต่าง ๆ
- 9.1.9 ภาชนะ เช่น แก้วน้ำพิมพ์ลายรูปเงินพดด้วง/เงินตราโบราณต่าง ๆ/ตราสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์/ตลับทรงกลมพิมพ์ลายรูปเหรียญ
- 9.1.10 แฟ้มเอกสาร พิมพ์ลวดลายรูปเงินพดด้วง/มาสคอตพดด้วง/อาคารพิพิธภัณฑ์/เหรียญและเงินตราโบราณต่าง ๆ/ประโยค สุภาพดีเกี่ยวกับเงินทอง
- 9.1.11 หมอนรองคอรูปทรงเงินกำไล พิมพ์ลายสัญลักษณ์มงคล
- 9.1.12 หมอนอิงทรงกลมพิมพ์ลายรูปเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนชนิดราคา 1 บาท และ 5 บาท (เฉพาะด้านหลังเหรียญที่เป็นรูปวัด)

- 9.2 หนังสือ เช่น หนังสือรวมเหรียญหายาก หนังสือเหรียญสมัยรัชกาลที่ 5 เป็นต้น
- 9.3 เครื่องเขียน เช่น ดินสอ ดินสอสี ยางลบ ปากกา สมุดโน้ต สมุดฉีก ไม้บรรทัด พิมป์ลาย รูปเงินพดด้วง/มาสกอตพดด้วง/เหรียญกษาปณ์และเงินตราโบราณ/อาคารพิพิธภัณฑ์
- 9.4 สิ่งพิมพ์ เช่น โปสการ์ด โปสเตอร์ หนังสือ ที่คั่นหนังสือ สมุดภาพพระบายสี สติกเกอร์รูป มาสกอตของพิพิธภัณฑ์ และผู้คนในตลาดการค้าสมัยสุโขทัย อยุธยา และเงินที่ใช้ในสมัยต่าง ๆ
- 9.5 เครื่องประดับ เช่น
- 9.5.1 ต่างหูรูปทรงเงินพดด้วง/ลวดลายบนเงินพดด้วง เงินอี่แปะ เงินนโม เงินไซซี เงินรูปสัตว์ และเหรียญบรรณาการ เหรียญอาทิตย์อุทัย – ศรีวิไล
- 9.5.2 กำไลรูปทรงเงินกำไล กำไลประดับด้วยสัญลักษณ์บนเงินพดด้วง เงินลาด และเงินเจียง
- 9.5.3 จี้ห้อยคอรูปทรงเงินพดด้วง เงินรูปสัตว์ จี้รูปฤๅษีสำหรับใส่เงิน
- 9.5.4 เข็มกลัดรูปพระคลังในพระคลังมหาสมบัติ
- 9.6 ของตกแต่งบ้าน เช่น หมอน ปลอกหมอน โคมไฟ และนาฬิกาแขวน
- 9.6.1 โคมไฟ LED รูปทรงเงินพดด้วงเรืองแสงสีชมพู เขียว ม่วง
- 9.6.2 หมอนอิงพิมพ์ลายเหรียญและเงินตราโบราณต่าง ๆ
- 9.6.3 นาฬิการูปเหรียญโบราณต่าง ๆ
- 9.7 เครื่องแต่งกาย เช่น
- 9.7.1 เสื้อยืด ผ้าพันคอพิมพ์ลายเงินพดด้วง/มาสกอตพดด้วง/อาคารพิพิธภัณฑ์/เงินตราโบราณ และข้อความ สุภาษิตเกี่ยวกับเงิน – ทอง
- 9.7.2 หมวกตกแต่งด้วยลวดลายเงินพดด้วง/พิมพ์ลายบนรูปเงินลิเดีย
- 9.8 ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก เช่น กระปุกออมสินเซรามิครูปทรงเงินพดด้วง และถุงแดงสำหรับใส่เงิน ตุ๊กตามาสกอตพดด้วง ตุ๊กตาสาวน้อยร้อยชั่ง หนังสือนิทานเกี่ยวกับเงิน – ทอง หนังสือสำหรับเด็ก เสื้อผ้าเด็ก หมวกเด็ก ที่ออกแบบพิมพ์ลวดลายจากมาสกอตพดด้วง ของเล่นเด็ก โมบายจากเงินตราต่าง ๆ
- 9.9 เกม เพื่อเสริมความรู้และความคิดสร้างสรรค์ เช่น
- 9.9.1 ชุดปูนปลาสเตอร์จำลองการขุดค้นทางโบราณคดีด้วยตนเอง ชื่อสินค้า : “มาขุดค้นหาเหรียญโบราณกันเถอะ!!” “มีอะไรอยู่ใต้พื้นดินกันนะ?” และ “เกมล่าสมบัติ”
- 9.9.2 การ์ดการ์ตูนทายปัญหาสุภาษิตคำพังเพยเกี่ยวกับเงินตรา หลังการ์ดมีคะแนนไม่เท่ากัน เมื่อนำมาบวกกันใครได้จำนวนมากกว่าจะเป็นผู้ชนะ

9.9.3 จิ๊กซอว์การบูรณรูปการแลกเปลี่ยนสิ่งของ และจิ๊กซอว์ภาพโบราณเกี่ยวกับ
เงินตรา

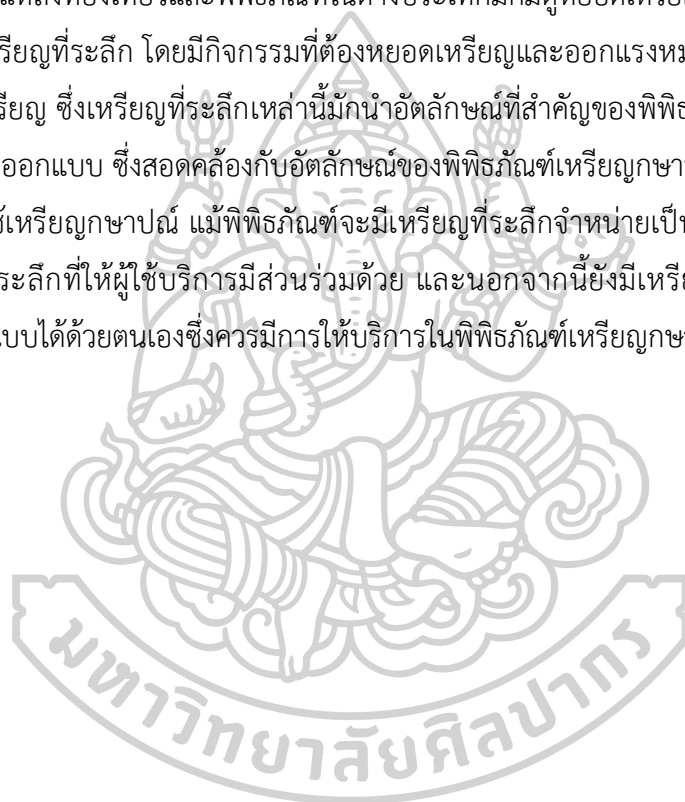
9.9.4 เกมส์เศรษฐกิจโบราณ ให้เด็ก ๆ ได้รู้จักเงินตราโบราณในยุคสมัยต่าง ๆ พร้อม
เกร็ดประวัติศาสตร์

9.10 งานจำลอง เช่น พดด้วงจำลอง เงินอีแปะจำลอง เหรียญศรีวิชัยจำลอง

9.11 ขนมหุ่น เช่น ซ็อกโกแลตเหรียญทองต่าง ๆ ลูกอมและคุกกี้รูปเงินพดด้วง

9.12 เหรียญที่ระลึกที่ผู้ใช้บริการมีส่วนร่วม

แหล่งท่องเที่ยวและพิพิธภัณฑ์ในต่างประเทศมักมีตู้หยอดเหรียญที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวสามารถซื้อเหรียญที่ระลึก โดยมีกิจกรรมที่ต้องหยอดเหรียญและออกแรงหมุนเครื่องจักรด้วยตนเอง จึงจะได้รับเหรียญ ซึ่งเหรียญที่ระลึกเหล่านี้มักนำอัตลักษณ์ที่สำคัญของพิพิธภัณฑ์ หรือท้องถิ่น และนิทรรศการมาออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ และเป็นการส่งเสริมการใช้เหรียญกษาปณ์ แม้พิพิธภัณฑ์จะมีเหรียญที่ระลึกจำหน่ายเป็นหลักแล้วก็ตาม แต่ควรเพิ่มเหรียญที่ระลึกที่ให้ผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมด้วย และนอกจากนี้ยังมีเหรียญที่ระลึกที่ผู้ใช้บริการสามารถออกแบบได้ด้วยตนเองซึ่งควรมีการให้บริการในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ด้วยเช่นกัน



10. การทดลองออกแบบของที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณารักษ์

ผลงานการทดลองออกแบบของที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณารักษ์ ทั้งหมดในวิทยานิพนธ์เล่มนี้เป็นกรออกแบบของผู้วิจัย ซึ่งมีพื้นฐานการศึกษาศิลปะ โดยได้รับปริญญาศิลปะบัณฑิต (จิตรกรรม) จากคณะจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จึงได้ทดลองออกแบบของที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณารักษ์ด้วยตนเอง โดยใช้แนวทางต่าง ๆ ได้แก่

- 1) การออกแบบของที่ระลึกเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์
 - 2) การออกแบบของที่ระลึกเพื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์
 - 3) การออกแบบโดยให้ความรู้เป็นส่วนหนึ่งในของที่ระลึก
 - 4) การออกแบบของที่ระลึกโดยใช้สัญลักษณ์/วัฒนธรรมประจำชาติ ประจำท้องถิ่นเป็นแรงบันดาลใจ
 - 5) การออกแบบของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย
 - 6) การออกแบบของที่ระลึกมีความสวยงาม น่าสนใจ
- มีตัวอย่างการออกแบบ ดังนี้

1) การออกแบบของที่ระลึกเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์

1.1) ออกแบบจากเงินพดด้วง

1.1.1) ออกแบบจากเงินพดด้วงสมัยสุโขทัย

ตราประทับบนเงินพดด้วงสมัยสุโขทัยมีความหลากหลาย เนื่องจากในสมัยสุโขทัยมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรี ประชาชนสามารถผลิตเงินพดด้วงขึ้นใช้เอง



ภาพที่ 126 แก้วน้ำ พิมพ์ลายรูปพดด้วงสมัยสุโขทัย



ภาพที่ 127 กระเป๋าผ้าพิมพ์ลาย ตราประทับบนเงินพดด้วงสมัยสุโขทัยตราจักรแบบวงล้อ และตราช้าง

1.1.2) ออกแบบจากเงินพดด้วงสมัยอยุธยา

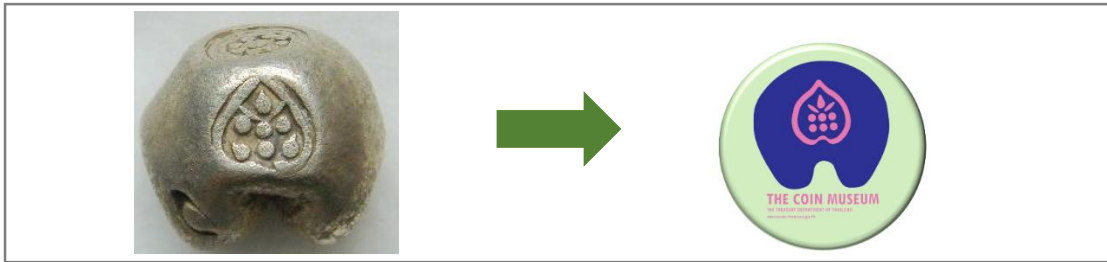
ตราประทับบนเงินพดด้วงสมัยอยุธยามีความเป็นแบบแผนมากกว่าสมัยสุโขทัย เนื่องจากผูกขาดโดยรัฐ มีตราประจำแผ่นดินซึ่งเป็นตราจักรประทับที่ด้านบน ด้านหน้าเป็นตราประจำรัชกาล



ภาพที่ 128 แก้วน้ำ พิมพ์ลายรูปพดด้วงสมัยอยุธยา ตราช่อดอกไม้ และตราจักร



ภาพที่ 129 (ซ้าย) ปากกา พิมพ์ชื่อและตราสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์ มีหัวเป็นเงินพดด้วง (ขวา) สมุดโน้ตลายพดด้วงตราพุ่มข้าวบิณฑ์ สมัยอยุธยา



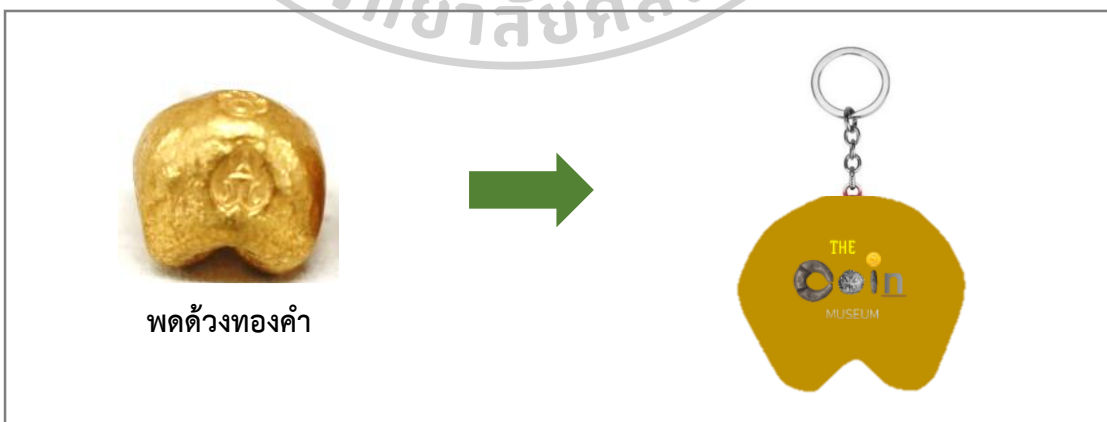
ภาพที่ 130 เข็มกลัดดอกแแบบจากพตด้วงสมัยอยุธยา ตราฟุ่มข้าวบิณฑ์



ภาพที่ 131 กระเป๋าผ้าพิมพ์ลายตราประทับบนเงินพตด้วงสมัยอยุธยา ตราช่ออุทุมพร

1.1.3) ออกแบบจากเงินพตด้วงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น

สมัยรัตนโกสินทร์มีการใช้เงินพตด้วงสืบเนื่องต่อมาจากสมัยอยุธยา และเลิกผลิตไปในสมัยรัชกาลที่ 5 ตราประทับบนเงินพตด้วงในสมัยรัตนโกสินทร์มีการตอกตราประจำราชวงศ์ และตราประจำรัชกาลอย่างชัดเจน การนำมาใช้ในเชิงพาณิชย์จึงต้องระมัดระวัง และอาจไม่เหมาะสม ผู้วิจัยจึงใช้เพียงสีสันและรูปทรง ไม่นำตราประทับซึ่งเป็นตราพระราชลัญจกรมาใช้ และหลีกเลี่ยงไปใช้พตด้วงตราเฉลว ซึ่งเป็นพตด้วงที่รัชกาลที่ 4 โปรดให้จัดทำขึ้นเพื่อพระราชทานเพื่อเป็นเครื่องบำรุงขวัญให้กับประชาชนในคราวเกิดโรคระบาดครั้งใหญ่ในสยาม



พตด้วงทองคำ

ภาพที่ 132 ของที่ระลึกที่มีแรงบันดาลใจจากพตด้วงทองคำในสมัยรัชกาลที่ 4 ใช้เพียงสีสันและรูปทรง ไม่นำตราประทับซึ่งเป็นตราพระราชลัญจกรมาใช้

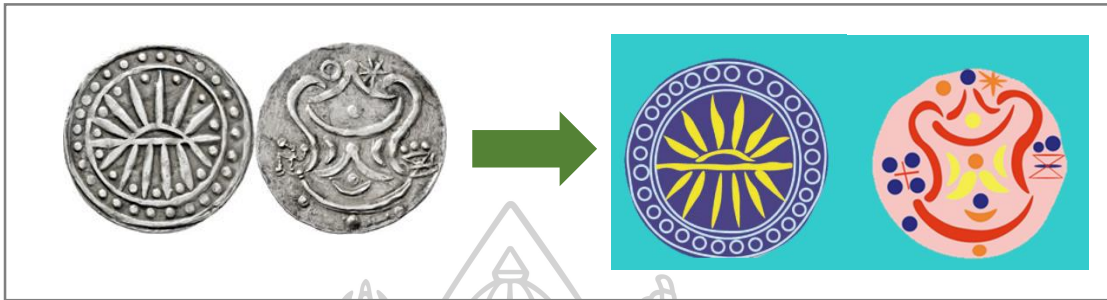


สัญลักษณ์บนพดด้วงตราเฉลว

ภาพที่ 133 ของที่ระลึกจากพดด้วงตราเฉลว สัญลักษณ์ศักดิ์สิทธิ์ที่เชื่อว่าช่วยรักษาโรค

1.2) ออกแบบจากเงินตราสมัยฟูนัน

เหรียญอาทิตย์อุทัย – ศรีวิตสะ เป็นเงินตราสำคัญในสมัยฟูนัน และถือเป็นเหรียญแรกในดินแดนสุวรรณภูมิ ลวดลายบนเหรียญเป็นรูปพระอาทิตย์ส่องสว่างเหนือแม่น้ำ มีความหมายถึง ความหวัง และความเจริญรุ่งเรือง มีจุดไข่ปลาล้อมรอบ หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์



ภาพที่ 134 เหรียญอาทิตย์อุทัย – ศรีวิตสะ (เงินตราสมัยฟูนัน) ออกแบบเป็นภาพ Graphic Design



ภาพที่ 135 แก้วน้ำพิมพ์ลายรูปเงินฟูนัน รูปแบบเหมือนจริง และรูปแบบ Graphic Design



ภาพที่ 136 แก้วน้ำพิมพ์ลายรูปเงินฟูนันในรูปแบบ Graphic Design



ภาพที่ 137 สมุดจด พิมพ์ลายรูปเหรียญอาทิตย์อุทัย

1.3) ออกแบบจากเงินตราสมัยทวารวดี

“ศรีวิตสะ” แปลว่าที่อยู่แห่งศรี เป็นรูปคนในชุดเสืยยาวแบบทูนิกกำลังยืนให้พรอยู่ภายในอาคาร สันนิษฐานว่าเป็นสัญลักษณ์แสดงถึง “พระศรี” ซึ่งเป็นเทพีแห่งโชคลาภและความอุดมสมบูรณ์ ความรุ่งเรืองด้วยลาภยศและสมบัติพิสดาน



ภาพที่ 138 ของที่ระลึกออกแบบจากศรีวิตสะ รูปแบบเหมือนจริง และรูปแบบ Graphic Design

1.4) ออกแบบของที่ระลึกจากเหรียญทอง ตราพระมหามงกุฏ – พระแสงจักร (เหรียญบรรณาการ)

เหรียญบรรณาการ เป็นเหรียญที่มีความหมายดี บรรณาการ หมายถึง สิ่งที่ส่งไปให้ด้วยความเคารพนับถือหรือด้วยไมตรี ซึ่งมีที่มาจากเครื่องจักรผลิตเหรียญซึ่งเป็นบรรณาการจากสมเด็จพระราชินีวิกตอเรีย แห่งสหราชอาณาจักร สู่ประเทศสยาม แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างไทย และอังกฤษ ในสมัยรัชกาลที่ 4



ภาพที่ 139 แก้วน้ำพิมพ์ลายเหรียญบรรณาการ



ภาพที่ 140 กระเป๋าสะพายและกระเป๋าสตางค์พิมพ์ลายรูปเหรียญบรรณาการ



ภาพที่ 141 กระเป๋าผ้าพิมพ์ลายรูปเหรียญบรรณาการ



ภาพที่ 142 เสื้อยืดปักอาร์มรูปเหรียญบรรณาการ

1.5) ออกแบบจากเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9

เหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9 ที่ใช้ในการออกแบบของที่ระลึก ได้แก่ เหรียญกษาปณ์หมุนเวียนชนิดราคา 1 บาท – 10 บาท



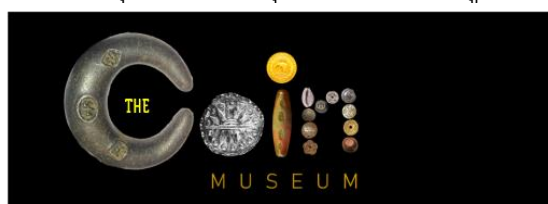
ภาพที่ 143 การ์ดบรรจุเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9

1.6) ออกแบบจากเงินตราอื่น ๆ เช่น เงินอียิปต์ สมัยศรีวิชัย

บนเหรียญมีอักษรภาษาจีน อ่านว่า “กวง” แปลว่า “รุ่งเรือง” เป็นคำมงคลที่สามารถนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกได้หลายประเภท



ภาพที่ 144 สมุดโน้ต และสมุดฉีก หน้าปกเป็นรูปเงินอียิปต์



ภาพที่ 145 Souvenir Magnet และที่คั่นหนังสือพิมพ์รูปเงินตราโบราณ

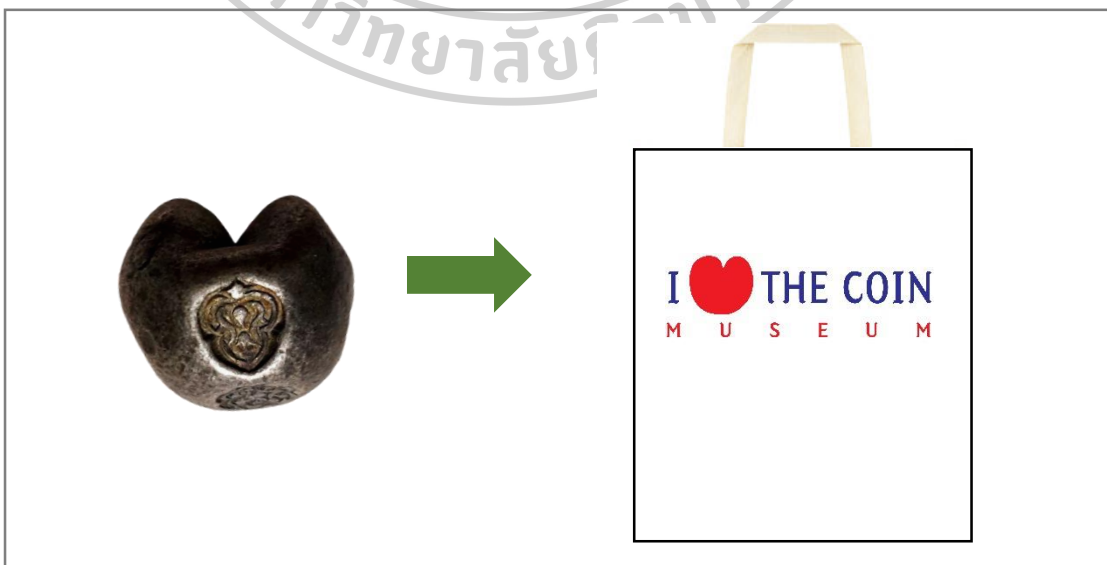
2) การออกแบบของที่ระลึกเพื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์

2.1) การออกแบบของที่ระลึกโดยมีตราสัญลักษณ์/ชื่อ/รูปอาคารพิพิธภัณฑ์

เป็นการออกแบบของที่ระลึกที่ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์โดยตรง



ภาพที่ 146 กระเป๋าผ้าพิมพ์ชื่อ และภาพลายเส้นรูปอาคารพิพิธภัณฑ์



ภาพที่ 147 กระเป๋าดำพิมพ์ชื่อพิพิธภัณฑ์ และรูปร่างของเงินพดด้วงในมุมมองที่คล้ายรูปหัวใจ



ภาพที่ 148 (บน) กระเป๋าผ้าพิมพ์ชื่อพิพิธภัณฑ์และเงินพดด้วง (ล่าง) ดินสอพิมพ์ชื่อ/สัญลักษณ์
พิพิธภัณฑ์ บนผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

2.2) การออกแบบของที่ระลึกจากมาสคอตของพิพิธภัณฑ

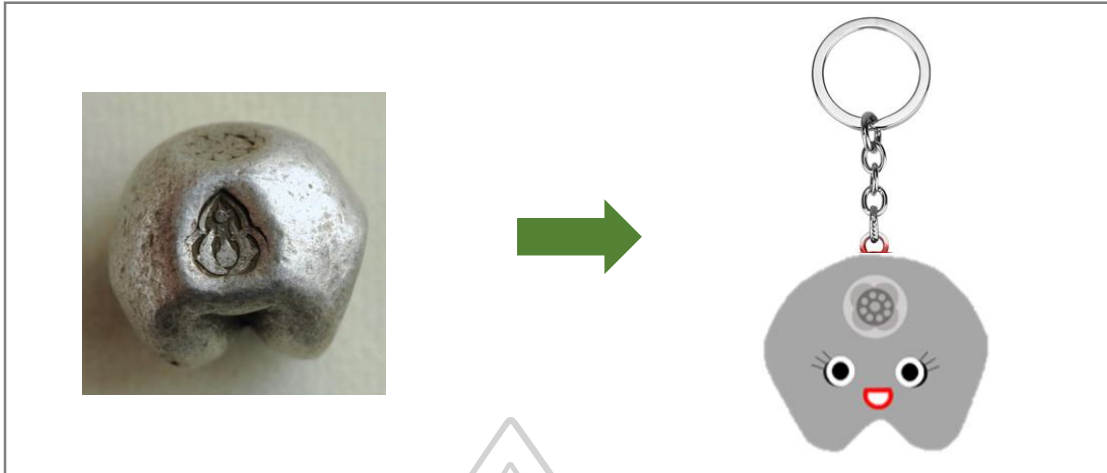
พิพิธภัณฑหริยัญญาปณารักษ์มีมาสคอต คือ น้องพุดด้วงสมัยอยุธยา ซึ่งสามารถนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กโดยเฉพาะ เช่น เครื่องเขียน สมุด ดินสอ ยางลบ แฟ้มใส่เอกสาร เป็นต้น เพื่อให้เป็นของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย และมีรูปแบบการ์ตูนที่เด็ก ๆ ชื่นชอบ



ภาพที่ 149 สมุดโน้ตรูปตัวการ์ตูนพุดด้วง มาสคอตของพิพิธภัณฑ สวมเครื่องแต่งกายในสมัยปัจจุบัน เพื่อเชื่อมโยงระหว่างอดีตและปัจจุบัน



ภาพที่ 150 บนหน้าผากของมาสคอตพุดด้วง มีตราประทับรูปพุ่มข้าวบิณฑ์



ภาพที่ 151 การออกแบบพตดั่งเป็นพวงกุญแจด้วยรูปแบบการ์ตูน



ภาพที่ 152 ของที่ระลึกจากมาสคอตของพิพิธภัณฑ์

2.3) การออกแบบให้มีชื่อเว็บไซต์พิพิธภัณฑ์บนของที่ระลึก/บรรจุภัณฑ์
ของที่ระลึกสามารถใช้ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับ
โดยออกแบบให้ปรากฏอยู่บนของที่ระลึก หรือบนบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 153 กระเป๋าผ้าพิมพ์ชื่อพิพิธภัณฑ์และรูปเงินพดด้วงพร้อมเว็บไซต์พิพิธภัณฑ์
emuseum.treasury.go.th

3) การออกแบบของที่ระลึกโดยมีการสอดแทรกความรู้เกี่ยวกับวัตถุจัดแสดง/นิทรรศการ

พิพิธภัณฑ์เป็นองค์กรหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ทุกพื้นที่ของพิพิธภัณฑ์สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้และก่อให้เกิดแรงบันดาลใจได้ทั้งสิ้น ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์สามารถให้ความรู้แก่ผู้ใช้บริการได้ เช่นเดียวกับการเข้าชมนิทรรศการ ดังนั้น การให้ความรู้จึงควรเป็นส่วนหนึ่งในของที่ระลึกด้วย โดยการออกแบบให้มีเกร็ดความรู้เป็นส่วนหนึ่งในของที่ระลึก

ระบบน้ำหนักและมาตราเงินไทยโบราณ

Weight System and Ancient Thai Currency System

ระบบน้ำหนักและมาตราเงินไทยโบราณ		Ancient Thai Currency System	
๒ กล่ำ	=	๑ ไพ	2 Klam = 1 Pai
๔ ไพ	=	๑ เฟื่อง	4 Pai = 1 Fuang
๒ เฟื่อง	=	๑ สลิ่ง	2 Fuang = 1 Salung
๔ สลิ่ง	=	๑ บาท	4 Salung = 1 Baht
๔ บาท	=	๑ ตำลึง	4 Baht = 1 Tamlung
๒๐ ตำลึง	=	๑ ชั่ง	20 Tamlung = 1 Chang



พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์ไทย
THE COIN MUSEUM, THE TREASURY DEPARTMENT OF THAILAND
emuseum.treasury.go.th

ภาพที่ 154 ความรู้หลังปกสมุดเรื่องระบบน้ำหนักและมาตราเงินไทยโบราณ


เหรียญกษาปณ์หมุนเวียน :
พระบรมรูปรัชกาลที่ ๙ - พระศรีรัตนเจดีย์ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม
ชนิดราคา ๑ บาท พ.ศ. ๒๕๕๙
เป็นเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนซึ่งผลิตในปีที่รัชกาลที่ ๙ เสด็จสวรรคต

Circulating Coin :
The portrait of King Rama IX - Phra Si Rattana Chedi
of the Temple of the Emerald Buddha, 1 Baht, B.E. 2559
This coin was minted in the final year of King Rama IX.



ภาพที่ 155 ความรู้เกี่ยวกับเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9

เงินตราสมัยกรุงศรีอยุธยา
 สมัยกรุงศรีอยุธยาใช้เงินพดด้วงและทอยเบี้ยเช่นเดียวกับสมัยสุโขทัย
 บนเงินพดด้วงมีการประทับตราประจำรัชกาลที่ด้านหน้า
 ในรัชกาลหนึ่งสามารถมีหลายตราได้ ด้านบนประทับตราจักร
 แสดงถึงฐานะของกษัตริย์ที่ทรงเป็นสมมุติเทพแทนองค์พระนารายณ์

MONEY DURING THE AYUTTHAYA PERIOD
 Similar to the money during the Sukhothai Period,
 Ayutthaya money consisted of Pod Duang and cowrie shells.
 All featured the seal of the reign on the obverse
 and there could be more than one seal in a particular reign,
 with an imprint of a discus which indicated the god-like
 status of the king representing the god Narayana.


 พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์ารักษ์
 THE COIN MUSEUM, THE TREASURY DEPARTMENT OF THAILAND
 emuseum.treasury.go.th

ภาพที่ 156 ความรู้หลังปกสมุดเรื่องเงินตราสมัยกรุงศรีอยุธยา

ตราเฉลว ถือเป็นสัญลักษณ์ศักดิ์สิทธิ์ มีอิทธิฤทธิ์ป้องกันอำนาจชั่วร้ายและขับไล่ภูตผีปีศาจได้ จึงปักไว้ที่ปากหม้อต้มยาไทย เพื่อรักษาความศักดิ์สิทธิ์ของตัวยา ไม่ให้สิ่งไม่ดีต่างๆ มาแผ้วพาน ในสมัยรัชกาลที่ ๒ ได้เกิดโรคระบาดขึ้น มีผู้คนล้มตายเป็นจำนวนมาก รัชกาลที่ ๒ ได้โปรดเกล้าฯ ให้ตั้งพระราชพิธีอาพาธพินาศขึ้นและโปรดเกล้าฯ ให้ทำเงินพดด้วงประทับด้วยตราเฉลวขึ้นเพื่อโปรยทั่วมณฑลพิธีและพระราชทานเพื่อเป็นเครื่องบำรุงขวัญให้กับประชาชน

ภาพที่ 157 ตัวอย่างเอกสารความรู้ที่แนบกับของที่ระลึกที่ออกแบบจากพดด้วงตราเฉลว



ปกหน้า

ปกหลัง

ภาพที่ 158 สมุดบันทึกหน้าปกภาพวาดลายเส้นเงินตราสมัยอยุธยา โดย ซีมง เดอ ลา ลูแบร์
ปกหลังมีความรู้เรื่องเงินตราสมัยกรุงศรีอยุธยา

4) การออกแบบของที่ระลึกโดยใช้สัญลักษณ์/วัฒนธรรมประจำชาติ ประจำท้องถิ่นเป็นแรงบันดาลใจ

ผู้วิจัยนำสุภาษิต/คำพังเพย/สำนวนไทยที่เกี่ยวกับเงินตราที่มีความร่วมสมัย และตัวหนังสือภาษาไทยในรูปแบบตัวพิมพ์ดีด/ป้ายงานวัด และสติ๊กเกอร์ติดท้ายรถมาใช้ในการออกแบบ



ภาพที่ 159 ของที่ระลึกจากสุภาษิต และสำนวนไทยเกี่ยวกับเงิน – ทอง

11. การจัดหมวดหมู่/ประเภทของที่ระลึกและการตั้งราคาจำหน่ายแยกตามประเภทผู้ใช้บริการ

จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการกลุ่มต่าง ๆ สามารถนำมาเป็นแนวทางที่ใช้แบ่งหมวดหมู่/ประเภทของที่ระลึก และกำหนดราคาจำหน่ายให้เหมาะสมกับผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่ม ดังนี้

11.1 ของที่ระลึกสำหรับเด็กในวัยประถมศึกษาของไทย (อายุ 5 – 11 ปี)

เด็กในวัยประถมศึกษาของไทย (อายุ 5 – 11) ต้องการของที่ระลึกที่มีความสวยงาม น่ารัก มีประโยชน์ใช้สอย เช่น เครื่องเขียน เกมสื่ ของเล่น เครื่องประดับ และของใช้ที่เด็กสามารถซื้อฝากผู้ใหญ่ได้ เป็นของที่ระลึกที่ทำให้คิดถึงพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ ครอบออกแบบของที่ระลึกโดยควบคุมราคาต้นทุนให้สามารถจำหน่ายได้ในราคา 20 - 50 บาท

1. สมุดจดหน้าปกเป็นรูปการ์ตูนพุดด้วง ราคา 35 บาท

2. ดินสอมีหัวเป็นยางลบรูปการ์ตูนพุดด้วง ราคา 20 บาท

3. ดินสอมีหัวเป็นยางลบรูปเหรียญเดียว ราคา 20 บาท

4. ยางลบรูปเงินพุดด้วง ราคา 10 บาท

5. สมุดฉีกหน้าปกเป็นเหรียญเดียว ราคา 20 บาท

6. สมุดฉีกรูปทรงเงินอีแปะ ราคา 20 บาท

7. สมุดรูปการ์ตูนพุดด้วง ราคา 35 บาท

ภาพที่ 160 ของที่ระลึกประเภทเครื่องเขียนสำหรับเด็กในวัยประถมศึกษาของไทย (อายุ 5 – 11 ปี)

1. ก๊ิปติดผมรูปการ์ตูนพดด้วง ราคา 20 บาท
2. พวงกุญแจรูปการ์ตูนพดด้วง ราคา 35 บาท
3. ที่คาดผมรูปการ์ตูนพดด้วง ราคา 35 บาท
4. กระปุกออมสินรูปการ์ตูนพดด้วง ราคา 50 บาท
5. ตุ๊กตาผ้ารูปการ์ตูนพดด้วง ขนาดเล็ก 35 บาท ข
6. กระเป๋าตุงรูปการ์ตูนพดด้วง ราคา 30 บาท
7. จิ๊กซอร์ภาพการแลกเปลี่ยนสิ่งของ ราคาแผ่นละ 30 บาท
8. เกมล่าสมบัติ ราคา 50 บาท
9. เกมเศรษฐีโบราณ ราคา 50 บาท

ภาพที่ 161 ของที่ระลึกสำหรับเด็กในวัยประถมศึกษาของไทย (อายุ 5 - 11 ปี)

11.2 ของที่ระลึกสำหรับเด็กและเยาวชนในระดับมัธยมและอุดมศึกษาของไทย (อายุ 12 – 24 ปี)

เด็กและเยาวชนในระดับมัธยมและอุดมศึกษาของไทย (อายุ 12 – 24 ปี) ต้องการของที่ระลึกประเภทเสื้อยืด กระเป๋าผ้า เครื่องประดับ ซึ่งเป็นของที่ระลึกที่มาจากนิทรรศการ และต้องการของที่ระลึกที่แสดงอัตลักษณ์ของตนเองหรือออกแบบได้เอง เช่น เข็มกลัด และเหรียญที่ระลึก ควรออกแบบของที่ระลึกโดยควบคุมราคาค่าต้นทุนให้สามารถจำหน่ายได้ในราคาตั้งแต่ 20 - 500 บาท

1. กระเป๋าผ้าสกรีนลายตราแฉลว ราคา 180 บาท
2. เสื้อยืดสกรีนลายตราแฉลว และลายเงินพดด้วง ราคา 250 บาท
3. สมุดจด หน้าปกเป็นรูปตราแฉลว ราคา 60 บาท
4. ดินสอพิมพ์ชื่อพิพิธภัณฑ์ ราคาแท่งละ 20 บาท
5. พวงกุญแจการ์ตูนพดด้วง ราคา 35 บาท
6. กระเป๋าผ้าพิมพ์สำนวน/สุภาษิต ราคา 180 บาท
7. เข็มกลัดรูปเหรียญบรรณาการ ราคา 25 บาท
8. เข็มกลัดรูปเหรียญเดียว ราคา 25 บาท
9. กระจกเงาด้านหลังพิมพ์รูปเงินพดด้วง ราคา 35 บาท
10. ต่างหูลายแฉลว และศรีวิวัตสะ ราคา 180 บาท
11. แก้วน้ำลายศรีวิวัตสะ ราคา 250 บาท

ภาพที่ 162 ของที่ระลึกสำหรับเด็กและเยาวชนในระดับมัธยมและอุดมศึกษาของไทย (อายุ 12 – 24 ปี)

11.3 ของที่ระลึกสำหรับเยาวชนต่างชาติ (อายุ 12 -24 ปี)

เยาวชนต่างชาติ (อายุ 12 -24 ปี) ต้องการของที่ระลึกประเภทเครื่องเขียน เสื้อยืด โปสการ์ด souvenir magnet ซึ่งเกี่ยวข้องกับนิทรรศการ แสดงถึงความเป็นไทย และเหรียญที่ระลึกที่สามารถออกแบบได้เอง ของที่ระลึกควรมีราคาระหว่าง 100 - 600 บาท

1. เสื้อยืดตกแต่งด้วยหนึ่งคุณลายรูปเหรียญบรมฉัตร ราคา 250 บาท

2. สมุดจด หน้าปกภาพวาดลายเส้นของลาลูแบร์ ราคา 100 บาท

3. ปากกามีหัวเป็นพตดัวง ราคา 250 บาท

4. Magnet รูปเหรียญในรัชกาลที่ 9 ราคา 100 บาท

5. Magnet รูปเงินตราโบราณ ราคา 100 บาท

6. กระเป๋าผ้าพิมพ์รูปเงินพตดัวง ราคา 250 บาท

7. กระเป๋าผ้าพิมพ์ข้อความสุภาพดีไทย ราคา 250 บาท

8. ดินสอสีเงิน สีทอง พิมพ์ชื่อพิพิธภัณฑ์ ราคา 20 บาท

9. กระเป๋าพิมพ์ชื่อพิพิธภัณฑ์ ราคา 250 บาท

10. พวงกุญแจสำนวน/สุภาพดีไทย ราคา 35 บาท

ภาพที่ 163 ของที่ระลึกสำหรับเยาวชนต่างชาติ (อายุ 12 -24 ปี)

11.4 ของที่ระลึกสำหรับผู้ใหญ่วัยทำงาน ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (อายุ 25 – 60 ปี)

ผู้ใหญ่วัยทำงาน ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (อายุ 25 – 60 ปี) ต้องการของที่ระลึกที่มีความหลากหลาย เป็นของที่ระลึกเพื่อการสะสม และของที่ระลึกที่มีคุณภาพดี มีความสวยงาม ทันสมัย ผู้ใหญ่วัยทำงานเป็นกลุ่มที่นอกเหนือจากชื่อของที่ระลึกให้ตนเองแล้ว ยังมีความต้องการที่จะซื้อของที่ระลึกเพื่อฝากผู้อื่นมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ จึงเป็นกลุ่มที่คาดว่าจะสามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านทางของที่ระลึกได้ดี ของที่ระลึกควรออกแบบมาเพื่อจำหน่ายเฉพาะในพิพิธภัณฑ์เท่านั้น ไม่ควรเป็นของที่ระลึกที่พบได้ทั่วไป ราคาของที่ระลึกควรอยู่ในช่วงตั้งแต่ 100 - 500 บาท

1. แก้วน้ำพิมพ์ลายรูปเงินพดด้วง เหรียญสุทรีวิัตสะ ราคา 250 บาท
2. ปากกามีหัวรูปพดด้วงเงิน - ทอง ราคา 450 บาท
3. ผ้าพันคอไหมพิมพ์ลายเงินพดด้วง ราคา 450 บาท
4. กระเป๋าตังค์คุ่นลายรูปเหรียญบรรณาการ ราคา 250 บาท
5. กระเป๋าสะพายหนังคุ่นลายรูปเหรียญบรรณาการ ราคา 500 บาท
6. สมุดบันทึกปกหนังพิมพ์ตราเฉลว ราคา 250 บาท
7. แก้วน้ำพิมพ์ลายรูปเหรียญบรรณาการ ราคา 250 บาท
8. พวงกุญแจเหรียญบรรณาการ ราคา 80 บาท
9. แฟ้มเอกสาร ราคา 40 บาท

ภาพที่ 164 ของที่ระลึกสำหรับผู้ใหญ่วัยทำงาน ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (อายุ 25 – 60 ปี)

11.5 ของที่ระลึกสำหรับผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป)

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) เป็นกลุ่มที่ไม่ค่อยสนใจของที่ระลึกในนิทรรศการ ต้องการของที่ระลึกที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ และต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี มีความคุ้มค่า แสดงถึงความเป็นไทย และเป็นของที่ระลึกที่เกี่ยวกับเหรียญ ชาวไทยต้องการของที่ระลึกที่มีราคาไม่สูง ชาวต่างชาติไม่ได้จำกัดราคา ขึ้นอยู่กับความพอใจเป็นหลัก จึงควรรออกแบบของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอยเกี่ยวกับเหรียญ เช่น สามารถจัดเก็บเหรียญได้ หรือเป็นสิ่งที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน

1. พวงกุญแจสัญลักษณ์พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ราคา 35 บาท
2. พวงกุญแจตราประทับบนพดด้วงตราเฉลว ราคา 35 บาท
3. ผ้าเช็ดหน้าพิมพ์ลายเงินพดด้วง ราคา 80 บาท
4. กระเป๋าผ้าพิมพ์ลายตราประทับบนเงินพดด้วง ราคา 150 บาท
5. กระเป๋าใส่เหรียญรูปเหรียญบรรณาการ ราคา 250 บาท
6. ช่องใส่แว่นตา ราคา 350 บาท
7. สมุดฉีกรูปเหรียญอียิปต์ ราคา 20 บาท
8. ดินสอพิมพ์ชื่อพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ราคา 20 บาท
9. แก้วน้ำพิมพ์ลายรูปเงินตราพูนัน ราคา 250 บาท
10. สมุดสะสมเหรียญพิมพ์ลายศรีวิไลสะ ราคา 350 บาท

ภาพที่ 165 ของที่ระลึกสำหรับผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป)

11.6 ของที่ระลึกสำหรับผู้พิการทางสายตา

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้พิการทางสายตา พบว่าต้องการของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย เช่น เสื้อยืด กระเป๋าผ้า พวงกุญแจ และมีความพึงพอใจต่อแนวคิดการออกแบบของที่ระลึกเกี่ยวกับเหรียญที่มีพื้นผิวสัมผัสเป็นภาพที่มีลวดลายนูน แต่ควรมีการอธิบายถึงลวดลายเหล่านั้นด้วย ราคาของที่ระลึกไม่ควรเกิน 200 บาท



ภาพที่ 166 ของที่ระลึกสำหรับผู้พิการทางสายตา

12. อภิปรายผลการทดลองออกแบบของที่ระลึก

ผู้วิจัยได้ทดลองออกแบบของที่ระลึกซึ่งจัดแบ่งตามกลุ่มผู้ใช้บริการทั้งสิ้น 61 ชิ้น โดยออกแบบของที่ระลึกสำหรับเด็กทั้งสิ้น 16 ชิ้น ของที่ระลึกสำหรับเยาวชนไทย 11 ชิ้น และของที่ระลึกสำหรับเยาวชนต่างชาติ 11 ชิ้น ผู้วิจัยออกแบบของที่ระลึกสำหรับเด็กและเยาวชนมากกว่าของที่ระลึกสำหรับผู้ให้บริการกลุ่มอื่น ๆ เนื่องจากเด็กและเยาวชนเป็นผู้ชมกลุ่มใหญ่ที่สุดของพิพิธภัณฑ์ ส่วนของที่ระลึกสำหรับผู้ใหญ่มีจำนวน 9 ชิ้น ผู้สูงอายุ 10 ชิ้น ผู้พิการทางสายตา 4 ชิ้น การออกแบบของที่ระลึกได้ใช้แนวทางการออกแบบตามที่ได้ศึกษา คือ ออกแบบจากอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ที่มีความสำคัญและโดดเด่นเป็นพิเศษก่อน 4 อันดับแรก ได้แก่ เงินพดด้วง เงินพูนัน (เหรียญอาทิตยอุทัย - ศรีวัตตะ) เหรียญบรรณาการ และเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9 จากนั้นจึงออกแบบจากเงินตราอื่น ๆ เช่น เหรียญลิเดีย และเงินอียิปต์ เพื่อให้ของที่ระลึกมีรูปแบบที่หลากหลาย และเป็นการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเงินตราชนิดต่าง ๆ ในการออกแบบได้นำความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน และผู้ใช้บริการซึ่งแบ่งตามช่วงวัยต่าง ๆ จำนวน 6 กลุ่ม มาเป็นข้อมูลในการออกแบบเพื่อให้ตรงกับความต้องการด้านรูปแบบ/ความต้องการด้านราคา/ความต้องการเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์

ในเบื้องต้นผู้วิจัยได้ออกแบบของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอยตามความนิยมของพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ที่มีของที่ระลึกประเภทต่าง ๆ จำหน่ายใน Museum Shop ตามที่ได้ศึกษามาในบทที่ 2 จากการทดลองออกแบบพบปัญหา และข้อสรุป ดังนี้

1) การออกแบบของที่ระลึกจากเงินพดด้วงให้เป็นการดู พบว่าปัญหาที่สำคัญ คือ รูปร่างของเงินพดด้วงมีลักษณะคล้ายฟัน ผู้ที่ไม่เคยเข้าชมนิทรรศการ และไม่เคยมารู้จักเงินพดด้วงมาก่อน อาจจะทำให้การสื่อความหมายผิดไปจากที่ตั้งใจ ผู้วิจัยจึงมีการปรับปรุงทรงของเงินพดด้วงให้มีความกลมมนมากขึ้นเพื่อให้มีรูปร่างไม่เหมือนฟัน

2) การออกแบบของที่ระลึกจากเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9 มีข้อจำกัดมาก โดยเฉพาะการออกแบบเป็นของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย ซึ่งต้องคำนึงถึงความเหมาะสมต่าง ๆ เป็นหลัก จึงจำเป็นต้องมีการปรึกษากับผู้บริหารของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน และกรมธนารักษ์ ซึ่งสามารถสรุปในปัจจุบันได้ว่าของที่ระลึกที่สามารถนำเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9 มาออกแบบให้เป็นส่วนหนึ่งในผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สมุด ที่คั่นหนังสือ ไม้บรรทัด และการ์ดที่ระลึกเพื่อการสะสม

3) การออกแบบของที่ระลึกบางประเภทถ้ามีหลายสีจะทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น เช่น ยางลบ และกระเป๋าผ้า เช่นเดียวกับเทคนิคบางอย่างเช่น การพิมพ์สีนูน การปั๊มจม ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นเช่นกัน ดังนั้นหากต้องการควบคุมราคาของที่ระลึกไม่ให้มีราคาสูง ควรมีการศึกษารายละเอียดเรื่องต้นทุนการผลิตที่เกี่ยวข้องกับเทคนิคการผลิตควบคู่ไปกับการออกแบบด้วย

13. การสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการทดลองออกแบบของที่ระลึกเป็นภาพ 2 มิติ โดยการใช้แบบสอบถาม (สำรวจตั้งแต่วันที่ 3 พฤศจิกายน 2561 – 30 มีนาคม 2562)

สำรวจจากกลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม รวม 48 คน ได้แก่

กลุ่มที่ 1 บุคคลากรภายใน (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ) จำนวน 4 คน

กลุ่มที่ 2 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน จำนวน 2 คน

กลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการ จำนวน 42 คน โดยในกลุ่มนี้ได้แยกออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

(3.1) เด็ก ในวัยประถมศึกษาของไทย (อายุ 5 – 11 ปี) จำนวน 10 คน

(3.2) เด็ก และเยาวชนในระดับมัธยมศึกษาถึงอุดมศึกษา ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

(อายุ 12 – 24 ปี) จำนวน 10 คน

(3.3) ผู้ใหญ่ทำงาน ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (อายุ 25 – 60 ปี) จำนวน 14 คน

(3.4) ผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปี ขึ้นไป) จำนวน 5 คน

(3.5) ผู้พิการทางสายตา จำนวน 3 คน

สำรวจความพึงพอใจ 5 ด้าน ได้แก่

1. รูปแบบ

2. ราคา

3. ประโยชน์ใช้สอย

4. ความมีอัตลักษณ์เชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์

5. ความสามารถในการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ และเผยแพร่ความรู้

โดยให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม ให้คะแนนความพึงพอใจ 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด/มาก/
ปานกลาง/น้อย/น้อยที่สุด จากนั้นนำมาคิดเป็นคะแนน คือ

มากที่สุด = 5 คะแนน

มาก = 4 คะแนน

ปานกลาง = 3 คะแนน

น้อย = 2 คะแนน

น้อยที่สุด = 1 คะแนน

ได้ผลตามตารางสำรวจความพึงพอใจ ตารางที่ 15 – ตารางที่ 21 ดังนี้

ตารางที่ 15: สํารวจความพึงพอใจของกลุ่มที่ 1 บุคลากรภายใน (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ)

จำนวน 4 คน

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รูปแบบ	2 คน (50%)	1คน (25%)	1 คน (25%)		
2. ราคา	2 คน (50%)	1 คน (25%)	1 คน (25%)		
3. ประโยชน์ใช้สอย	3 คน (75%)	1 คน (25%)			
4. ความมีอัตลักษณ์เชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์	3 คน (75%)	1 คน (25%)			
5.สามารถประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ เผยแพร่ความรู้	2 คน (50%)		2 คน (50%)		

ตารางที่ 16: สํารวจความพึงพอใจของกลุ่มที่ 2 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน จำนวน 2 คน

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รูปแบบ	2 คน (100%)				
2. ราคา	1 คน (50%)		1 คน (50%)		
3. ประโยชน์ใช้สอย	1 คน (50%)		1 คน (50%)		
4. ความมีอัตลักษณ์เชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์	1 คน (50%)	1 คน (50%)			
5.สามารถประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ เผยแพร่ความรู้		1 คน (50%)	1 คน (50%)		

สำรวจความพึงพอใจของกลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการ แยกเป็น 5 กลุ่ม

ตารางที่ 17: สำรวจความพึงพอใจของกลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการ

(3.1) เด็กในวัยประถมศึกษาของไทย (อายุ 5 - 11 ปี) จำนวน 10 คน

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รูปแบบ	8 คน (80%)	1 คน (10%)	1 คน (10%)		
2. ราคา	9 คน (90%)	1 คน (10%)			
3. ประโยชน์ใช้สอย	8 คน (80%)	1 คน (10%)	1 คน (10%)		
4. ความมีอัตลักษณ์เชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์	6 คน (60%)	3 คน (30%)	1 คน (10%)		
5. สามารถประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ เผยแพร่ความรู้	7 คน (70%)	1 คน (10%)	1 คน (10%)		1 คน (10%)

ตารางที่ 18: สำรวจความพึงพอใจของกลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการ

(3.2) เด็กและเยาวชนในระดับมัธยมศึกษาและอุดมศึกษาทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

(อายุ 12 - 21 ปี) จำนวน 10 คน

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รูปแบบ	7 คน (70%)	1 คน (10%)	1 คน (10%)	1 คน (10%)	
2. ราคา	6 คน (60%)	2 คน (20%)	2 คน (20%)		
3. ประโยชน์ใช้สอย	7 คน (70%)	1 คน (10%)	2 คน (20%)		
4. ความมีอัตลักษณ์เชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์	6 คน (60%)	2 คน (20%)	2 คน (20%)		
5. สามารถประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ เผยแพร่ความรู้	5 คน (50%)	4 คน (40%)	1 คน (10%)		

ตารางที่ 19: สํารวจความพึงพอใจของกลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการ

(3.3) ผู้ใหญ่วัยทำงาน ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (อายุ 22 - 60 ปี) จำนวน 14 คน

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รูปแบบ	13 คน (92.86%)	1 คน (7.14%)			
2. ราคา	11 คน (78.57%)	2 คน (14.29%)	1 คน (7.14%)		
3. ประโยชน์ใช้สอย	11 คน (78.57%)	3 คน (21.43%)			
4. ความมีอัตลักษณ์เชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์	13 คน (92.86)	1 คน (7.14%)			
5.สามารถประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ เผยแพร่ความรู้	9 คน (64.29)	4คน (28.57%)	1 คน (7.14%)		

ตารางที่ 20: สํารวจความพึงพอใจของกลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการ

(3.4) ผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) จำนวน 5 คน

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รูปแบบ	4 คน (80%)	1 คน (20%)			
2. ราคา	3 คน (60%)	1 คน (20%)	1 คน (20%)		
3. ประโยชน์ใช้สอย	3 คน (60%)	1 คน (20%)	1 คน (20%)		
4. ความมีอัตลักษณ์เชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์	4 คน (80%)	1 คน (20%)			
5.สามารถประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ เผยแพร่ความรู้	2 คน (40 %)	1 คน (20%)	1 คน (20%)	1 คน (20%)	

ตารางที่ 21: สํารวจความพึงพอใจของกลุ่มที่ 3 ผู้ใช้บริการ

(3.5) ผู้พิการทางสายตา จำนวน 3 คน

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รูปแบบ (โดยบรรยายให้ฟัง)	3 คน (100%)				
2. ราคา	2 คน (66.67%)		1 คน (33.33%)		
3. ประโยชน์ใช้สอย	3 คน (100%)				
4. ความมีอัตลักษณ์ เชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์	2 คน (66.67%)	1 คน (33.33%)			
5.สามารถประชาสัมพันธ์ พิพิธภัณฑ์ เผยแพร่ความรู้		1 คน (33.33%)	2 คน (66.67%)		

ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยการใช้แบบสอบถาม

จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ที่มีต่อการออกแบบของที่ระลึกสำหรับจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ สรุปผลดังนี้

- 1) ความพึงพอใจในด้านรูปแบบ คิดเป็น 4.71 คะแนน จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน
- 2) ความพึงพอใจในด้านราคา คิดเป็น 4.56 คะแนน จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน
- 3) ความพึงพอใจในด้านประโยชน์ใช้สอย คิดเป็น 4.58 คะแนน จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน
- 4) ความพึงพอใจในด้านความมีอัตลักษณ์เชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์ คิดเป็น 4.58 คะแนน จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน
- 5) ความพึงพอใจในด้านความสามารถในการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ และเผยแพร่ความรู้ คิดเป็น 4.19 คะแนน จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

จากผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการทดลองออกแบบของที่ระลึกเป็นภาพ 2 มิติ โดยการใช้แบบสอบถาม แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับที่มากที่สุด ต่อการออกแบบในทุกด้าน โดยผลการสำรวจมีความพอใจด้านรูปแบบมากที่สุดเป็นอันดับ 1 และมีความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย และความพึงพอใจด้านความมีอัตลักษณ์เชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์ ได้คะแนนเท่ากัน เป็นอันดับ 2 ส่วนความพึงพอใจในด้านราคาเป็นอันดับที่ 4 และความพึงพอใจในด้านความสามารถในการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ และเผยแพร่ความรู้ เป็นอันดับสุดท้าย

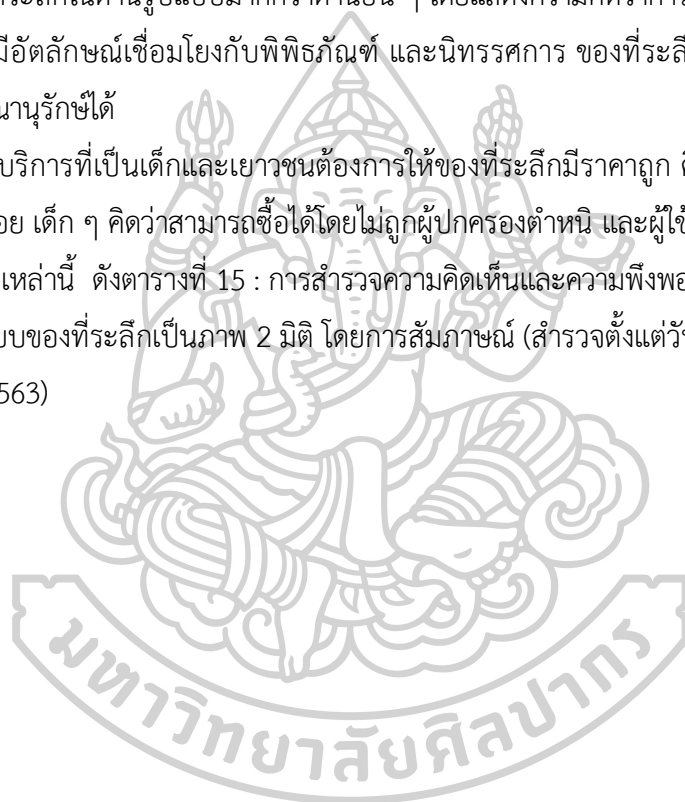
14. การสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อการทดลองออกแบบของที่ระลึกเป็นภาพ 2 มิติ โดยการสัมภาษณ์ (สำรวจตั้งแต่วันที่ 28 กันยายน 2561 – 21 เมษายน 2563)

การสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน และผู้ให้บริการ โดยการสัมภาษณ์ มีผลออกมาในทิศทางเดียวกันกับการสำรวจความพึงพอใจโดยใช้แบบสอบถาม

14.1 ความคิดเห็น และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำนวนรวม 31 คน

ผู้ให้บริการที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ทั้ง 5 กลุ่ม ส่วนใหญ่มีความสนใจ และพึงพอใจต่อการออกแบบของที่ระลึกในด้านรูปแบบมากกว่าด้านอื่น ๆ โดยแสดงความคิดเห็นว่าการออกแบบมีความสวยงาม ทันสมัย และมีอัตลักษณ์เชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์ และนิทรรศการ ของที่ระลึกทำให้คิดถึงพิพิธภัณฑ์หรืออุทยานรักชาติ

ผู้ให้บริการที่เป็นเด็กและเยาวชนต้องการให้ของที่ระลึกมีราคาถูก คิดว่าเป็นของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย เด็ก ๆ คิดว่าสามารถซื้อได้โดยไม่ถูกผู้ปกครองตำหนิ และผู้ให้บริการส่วนใหญ่ต้องการซื้อของที่ระลึกเหล่านี้ ดังตารางที่ 15 : การสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการทดลองออกแบบของที่ระลึกเป็นภาพ 2 มิติ โดยการสัมภาษณ์ (สำรวจตั้งแต่วันที่ 28 กันยายน 2561 – 21 เมษายน 2563)



ตารางที่ 22: การสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำนวนรวม 31 คน ต่อการทดลองออกแบบของทีละลิกเป็นภาพ 2 มิติ โดยการสัมภาษณ์ (สำรวจตั้งแต่วันที่ 28 กันยายน 2561 – 21 เมษายน 2563)

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ	เด็กในวัยประถมศึกษาของ ไทย (อายุ 5 – 11 ปี) จำนวน 9 คน	เด็กและเยาวชนในระดับมัธยมและ อุดมศึกษาของไทย/ต่างชาติ (อายุ 12 – 24 ปี) จำนวน 8 คน	ผู้ใหญ่วัยทำงาน ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (อายุ 25 – 60 ปี) จำนวน 10 คน	ผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน
1. ความมีอัตลักษณ์เชื่อมโยง กับพิพิธภัณฑ์	ทำให้คิดถึงพิพิธภัณฑ์	เชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์ได้ดี	เชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์ได้ดี	เชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์ได้ดี
2. รูปแบบ	- รูปแบบสวยงาม น่ารัก - ต้องการให้ออกแบบพวง กุญแจเพิ่ม เป็นของที่ระลึก ที่เด็กต้องการซื้อฝากผู้ใหญ่	- มีความสวยงามและทันสมัย - ต้องการให้ปรับขนาดของขวดภายใน บนสื่อ ไม่ควรมีขนาดใหญ่เกินไป - ต้องการให้มีเครื่องประดับจาก เงินตราโบราณเพิ่มมากขึ้น	มีความพึงพอใจมาก คิดว่ามีความสวยงามและทันสมัย	มีความเป็นไทย
3. ความสามารถในการ ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ และเผยแพร่ความรู้	ไม่สนใจการ ประชาสัมพันธ์/ให้ความรู้	- ควรมีถุง Shopping Bag ที่มีชื่อ พิพิธภัณฑ์	- คิดว่าสามารถประชาสัมพันธ์ได้ดี	ไม่สนใจการประชาสัมพันธ์/ ให้ความรู้ แต่ถ้ามีก็เป็นสิ่งที่ดี
4. ราคา	ต้องการให้มีราคาไม่แพง	ควรมีหลายระดับราคา แต่มีราคา ถูกมากกว่า	ราคาเหมาะสมตามวัสดุที่ใช้	ราคาควรเหมาะสมตามวัสดุที่ใช้
5. ประโยชน์ที่ ผู้ใช้สอย	คิดว่ามีประโยชน์ที่ผู้ใช้สอย	คิดว่ามีประโยชน์ที่ผู้ใช้สอย	คิดว่ามีประโยชน์ที่ผู้ใช้สอย หลากหลายดีขึ้นไปกว่าเดิม	คิดว่ามีประโยชน์ที่ผู้ใช้สอย

14.2 ความคิดเห็น และความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน จำนวน 3 คน

นายนวรรตน์ เลชนะกุล นักสะสมเหรียญและเงินตราโบราณ ให้ความเห็นว่าของที่ระลึกที่ผู้วิจัยออกแบบมีความเหมาะสม และควรเพิ่มการออกแบบให้มีอีกหลายประเภท เช่น เครื่องประดับ และของเล่น

นอกจากนี้ผู้ศึกษาได้สำรวจความคิดเห็นของนางโนรี สมพงษ์ นักออกแบบ Graphic Design ในบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง เพื่อเป็นการรับรองการออกแบบของผู้วิจัย ผลการสำรวจ คือ มีความพึงพอใจคิดว่าการออกแบบมีความเหมาะสม สวยงาม น่าสนใจพอสมควร และได้ให้คำแนะนำว่า ควรมีการกำหนดโทนสีของการออกแบบในภาพรวมก่อน เพื่อควบคุมไม่ให้สีสันทองสีน้ามีความหลากหลายเกินไป และไม่ควรถูกออกแบบให้มีความเหมือนจริงมากเกินไป อาจทำให้แลดูน่ากลัว ส่วนนางสาวนพรัตน์ จันทาประดิษฐ์ ครูสอนศิลปะเด็กในโรงเรียนเอกชนให้ความคิดเห็นว่าเงินพดด้วงที่ออกแบบเป็นตัวการ์ตูนมีความน่ารัก เหมาะกับเด็ก ๆ

14.3 ความคิดเห็น และความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ จำนวน 2 คน

จากการที่ผู้วิจัยนำภาพการทดลองออกแบบของที่ระลึกสำหรับจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ในรูปแบบ 2 มิติ โดยกำหนดราคาและจัดประเภทของที่ระลึกตามกลุ่มผู้ใช้บริการเสนอต่อนายชลทิตย์ ไชยจันทร์ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านนโยบายและแผน (งานภัณฑารักษ์) สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน เพื่อสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจ ซึ่งนายชลทิตย์ ไชยจันทร์ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบของที่ระลึกเหล่านี้ และมีความเห็นว่าสามารถนำไปเป็นแนวทางในการออกแบบและผลิตของที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ได้จริง เช่นเดียวกับนางสาวกาญจนา ศรีธนาภูล ผู้อำนวยการสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน ที่สนับสนุนให้นำผลงานการออกแบบของผู้วิจัยมาพัฒนาต่อให้สามารถเป็นของที่ระลึกที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ได้ และต่อมารกรมธนารักษ์ได้มีคำสั่ง ที่ 534/2562 เรื่อง แต่งตั้งคณะทำงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเงินทุนหมุนเวียน การบริหารจัดการเหรียญกษาปณ์ ทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินและการทำของ สิ่ง ณ วันที่ 21 สิงหาคม 2562 แต่งตั้งให้ผู้วิจัยเป็นหนึ่งในคณะทำงาน และนำผลงานการทดลองออกแบบของที่ระลึกดังกล่าวมาพัฒนาเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ต่อไป

15. อภิปรายผลการศึกษาในบทที่ 5

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์สถานการณ์และปัญหาของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ ทั้งในด้านการบริหารจัดการ Museum Shop วิเคราะห์ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีต่อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ทั้งในช่วงที่บริหารโดยบริษัทเอกชน และช่วงที่บริหารโดยรัฐ วิเคราะห์ผู้เข้าชม/ผู้ใช้บริการ และสรุปความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีต่อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ได้ว่ามีความต้องการ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความต้องการด้านรูปแบบ 2) ความต้องการด้านราคา 3) ความต้องการเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์

จากปัญหาหลักของที่ระลึกด้านรูปแบบที่ไม่สวยงาม ไม่ทันสมัย ไม่มีอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ ปัญหาด้านราคาของที่ระลึกที่สูงเกินไป ปัญหาด้านขาดการเผยแพร่ความรู้ และปัญหาอื่น ๆ เช่น การบริหารจัดการ ซึ่งได้วิเคราะห์เพื่อแก้ปัญหาด้วยวิธีต่าง ๆ นำไปสู่แนวทางการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ ได้แก่ 1) การออกแบบของที่ระลึกเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ 2) การออกแบบของที่ระลึกเพื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ 3) การออกแบบโดยให้ความรู้เป็นส่วนหนึ่งในของที่ระลึก 4) การออกแบบของที่ระลึกโดยใช้สัญลักษณ์/วัฒนธรรมประจำชาติ ประจำท้องถิ่นเป็นแรงบันดาลใจ 5) การออกแบบของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย 6) การออกแบบของที่ระลึกมีความสวยงาม น่าสนใจ

ผู้วิจัยนำเงินพดด้วงซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญที่สุดของพิพิธภัณฑ์มาทดลองออกแบบก่อนเป็นอันดับแรก และเพื่อให้รูปแบบของที่ระลึกมีความหลากหลาย และเป็นการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเงินตรา จึงได้ออกแบบของที่ระลึกจากเงินพูนัน (เหรียญอาทิตย์อุทัย – ศรีวิเศษ) เหรียญบรรณาการเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9 เหรียญลิเดีย และเงินอีแปะ ตามลำดับ โดยออกแบบของที่ระลึกให้มีชื่อ/สัญลักษณ์/รูปอาคารพิพิธภัณฑ์/มาสคอตของพิพิธภัณฑ์ และมีความรู้/ชื่อเว็บไซต์ให้ปรากฏเป็นส่วนหนึ่งในของที่ระลึก และได้นำสำนวน/สุภาษิตไทยที่เกี่ยวกับเรื่องเงิน – ทอง และตัวหนังสือภาษาไทยมาออกแบบเป็นของที่ระลึกซึ่งเป็นการนำวัฒนธรรมประจำชาติมาเป็นแรงบันดาลใจ

ของที่ระลึกทั้งหมดที่ผู้วิจัยออกแบบ จำนวน 61 ชิ้น เป็นของที่ที่มีประโยชน์ใช้สอย สามารถใช้ได้ในชีวิตประจำวัน โดยกำหนดราคาจำหน่ายให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้บริการตามที่ได้มีการสำรวจ จากนั้นได้สำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ใช้บริการ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐต่อการออกแบบของที่ระลึกในครั้งนี้ ซึ่งได้ผลในทางที่ดี ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดมีความพึงพอใจต่อการออกแบบของผู้วิจัย

บทที่ 6

บทสรุปและอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญ ษาปณารักษ์ และเพื่อเสนอแนวทางการออกแบบของที่ระลึกที่เหมาะสมและเป็นไปได้สำหรับ จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณารักษ์ จากการศึกษาสามารถสรุปแนวทางในการออกแบบได้ ดังนี้

1. แนวทางการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์

1.1 การออกแบบของที่ระลึกเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์

อัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ คือแนวความคิดหลักของการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์แต่ละแห่ง และวัตถุที่จัดแสดงในนิทรรศการ พิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่ออกแบบของที่ระลึกโดยนำเอาอัตลักษณ์ของ พิพิธภัณฑ์มาใช้ในการออกแบบ โดยมักคัดเลือกวัตถุจัดแสดงที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นของตนมาออกแบบ เป็นของที่ระลึก ซึ่งมักเป็นวัตถุจัดแสดงที่มีชื่อเสียงในความครอบครองของพิพิธภัณฑ์ ทำให้ของที่ ระลึกมีความโดดเด่น เป็นที่จดจำ และแตกต่างจากพิพิธภัณฑ์อื่น ๆ

1.2 การออกแบบของที่ระลึกเพื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์

การประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ผ่านของที่ระลึก โดยการออกแบบให้มีชื่อ/สัญลักษณ์/รูป อาคารและมาสคอตของพิพิธภัณฑ์บนของที่ระลึก รวมทั้งถุง Shopping Bag เป็นแนวทางที่ พิพิธภัณฑ์หลายแห่งใช้อย่างได้ผล ของที่ระลึกสามารถเป็นตัวแทนของพิพิธภัณฑ์ที่ผู้คนจดจำได้ดี และเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์

1.3 การออกแบบโดยให้ความรู้เป็นส่วนหนึ่งในของที่ระลึก

สิ่งที่ทำให้ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์แตกต่างจากของที่ระลึกในร้าน Gift Shop โดยทั่วไป คือ มีการให้ความรู้เป็นส่วนหนึ่งในของที่ระลึก ซึ่งนอกจากใช้เอกสารแนบไปกับของที่ระลึกแล้ว มีวิธีการอื่น ๆ เช่น การออกแบบให้มีข้อความที่เป็นความรู้อยู่บนของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็น แนวทางที่พิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่นิยมใช้ รวมทั้งการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับที่มา และแรงบันดาลใจในการ ออกแบบของที่ระลึกแต่ละชิ้น ใน website ร้านค้าออนไลน์ของพิพิธภัณฑ์

1.4 การออกแบบของที่ระลึกโดยใช้สัญลักษณ์/วัฒนธรรมประจำชาติ ประจำท้องถิ่นเป็นแรงบันดาลใจ

สัญลักษณ์ประจำชาติ วัฒนธรรมประจำชาติ ประจำท้องถิ่น หรือแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียงพิพิธภัณฑ์ และเมือง/ประเทศที่พิพิธภัณฑ์ตั้งอยู่ ล้วนสามารถใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบของที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์ได้ทั้งสิ้น เพื่อเสริมให้ Museum Shop มีของที่ระลึกที่ครบถ้วนสำหรับการเก็บความประทับใจเพื่อระลึกถึงพิพิธภัณฑ์ที่ได้มาเยือน

1.5 การออกแบบของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย

ของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย สามารถใช้งานได้จริงเป็นความนิยมของพิพิธภัณฑ์ในปัจจุบัน ซึ่งนิยมออกแบบของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอยมากมายหลายประเภท เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องเขียน เกม และของใช้ต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งทำให้ของที่ระลึกเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน ที่ผู้ใช้บริการสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น เนื่องจากมีความคุ้มค่า และมีความจำเป็นมากกว่าการซื้อของที่ระลึกที่เป็นเพียงสิ่งของเพื่อการเก็บสะสม

1.6 การออกแบบของที่ระลึกมีความสวยงาม น่าสนใจ

สิ่งที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในลำดับต้นต่อของที่ระลึก คือ รูปแบบ ที่ต้องมีความสวยงาม ทันสมัย น่าดึงดูดใจ ซึ่งจะนำไปสู่ความต้องการซื้อในที่สุด

2. อัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ และของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์

อัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ คือ เหรียญและเงินตรา ดังนั้นแนวทางการออกแบบของที่ระลึกของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์จึงควรนำรูปแบบของเหรียญและเงินตรามาออกแบบเป็นหลัก และเสริมด้วยการออกแบบของที่ระลึกที่ใช้อัตลักษณ์ประจำชาติ/ท้องถิ่นให้มีสัดส่วนรองลงมา ของที่ระลึกที่มีอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์สามารถเป็นภาพลักษณ์หรือตัวแทนของพิพิธภัณฑ์ที่ผู้คนจดจำ และสามารถประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ได้ดี

เงินพดด้วงเป็นเงินตราโบราณของไทยที่ใช้กันมาอย่างยาวนานกว่า 600 ปี มีรูปร่าง รูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์ จึงถือได้ว่าเป็นเงินตราของไทยอย่างแท้จริง การนำเงินพดด้วงมาใช้ในการออกแบบของที่ระลึกจึงเป็นการแสดงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ และอัตลักษณ์ความเป็นไทยอีกด้วย นอกจากนี้ เหรียญ โบราณอื่น ๆ เช่น เหรียญอาทิตยอุทัย – ศรีวิเศษ ของอาณาจักรพุนันและทวารวดี เหรียญบรรณาการ และเหรียญสำคัญต่าง ๆ ในสมัยรัตนโกสินทร์ เช่น เงินอีแปะ อีกทั้งเงินตราโบราณต่าง ๆ เช่น เหรียญลิเดีย ซึ่งเป็นเหรียญกษาปณ์เหรียญแรกของโลก เงินเจียงในสมัยล้านนา เงินฮ้อยในสมัยล้านช้าง เงินนโมในอาณาจักรศรีวิชัย เป็นต้น ล้วนมีตราประทับ/ข้อความหรือสัญลักษณ์มงคลที่มี

ความหมาย และมีความสวยงาม สามารถนำรูปแบบมาออกแบบเป็นที่ระลึกได้ เช่นเดียวกับเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในสมัยรัชกาลที่ 9 ซึ่งกรมธนารักษ์มีนโยบายที่จะนำมาจัดทำเป็นของที่ระลึก

3. ปัญหาที่ได้จากการสำรวจ สัมภาษณ์ และสังเกตการณ์

3.1 ปัญหาด้านรูปแบบ

จากการสำรวจของที่ระลึกใน Museum Shop ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร ที่ผ่านมาช่วงที่ 1 นับตั้งแต่ปี 2557 – 30 กันยายน 2561 ซึ่งบริหารงานโดยบริษัทเอกชน พบว่าปัญหาที่สำคัญ คือ มีของที่ระลึกที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติใน Museum Shop ในสัดส่วนที่มากกว่าของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับเหรียญและเงินตรา และของที่ระลึกส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไปในท้องตลาดจึงทำให้ของที่ระลึกใน Museum Shop ยังไม่สามารถแสดงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑสถานที่เกี่ยวข้องกับเหรียญและเงินตราได้ อีกทั้งรูปแบบของที่ระลึกเหมาะกับผู้ใหญ่และผู้สูงอายุมากกว่าเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นผู้ชมกลุ่มใหญ่และเป็นกลุ่มเป้าหมายของพิพิธภัณฑสถาน

ส่วนช่วงที่ 2 นับตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2561 จนถึงปัจจุบัน สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินเป็นผู้บริหาร Museum Shop ซึ่งของที่ระลึกมีเพียงเหรียญที่ระลึก ไม่มีของที่ระลึกประเภทอื่น ๆ ที่มีประโยชน์ใช้สอยจำหน่าย ทำให้ Museum Shop ขาดชีวิตชีวา ไม่น่าสนใจ มีเพียงกลุ่มนักสะสมเหรียญเท่านั้นที่ใช้บริการ

จากการสำรวจความคิดเห็นพบว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับภาครัฐ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับภาคเอกชน และผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับรูปแบบของที่ระลึกแตกต่างกัน โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับรูปแบบของที่ระลึกมากที่สุด ดังนั้น รูปแบบของที่ระลึกจึงเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงมากเช่นกันในการการออกแบบ ซึ่งจะต้องมีความสวยงาม น่าพึงพอใจก่อนเป็นอันดับแรก เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้บริการสนใจ และควรมีหลายประเภทให้เลือกซื้อ เช่นเดียวกับการออกแบบของที่ระลึกของพิพิธภัณฑสถานต่าง ๆ ซึ่งมีรูปแบบที่สวยงาม น่าสนใจ มีหลายประเภท และส่วนใหญ่เป็นของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอย ซึ่งตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่ต้องการของที่มีประโยชน์ใช้สอยมากกว่าเหรียญที่ระลึก ที่ผลิตเพื่อการสะสมเพียงอย่างเดียว

เหรียญและเงินตราสมัยต่าง ๆ เป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาทดลองออกแบบเป็นที่ระลึกโดยแบ่งตามประเภทสิ่งของที่อ้างอิงมาจากการศึกษาของที่ระลึกที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑสถานทั้งในประเทศและต่างประเทศในบทที่ 2 โดยออกแบบให้ของที่ระลึกมีรูปแบบที่เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่ม

จากการทดลองออกแบบของที่ระลึกพบว่า สามารถนำรูปแบบ รูปทรง และสีสันทอง เหรียญและเงินตรามาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบของที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์เหรียญ ศึกษานุรักษ์ได้ ทั้งในรูปแบบเหมือนจริง รูปแบบการ์ตูน และรูปแบบ Graphic Design

เหรียญและเงินตราโบราณสามารถนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกได้หลากหลายประเภท มากกว่าเหรียญในสมัยปัจจุบัน เช่น เงินพดด้วงในสมัยสุโขทัย และอยุธยา เหรียญอาทิตย์อุทัย - ศรี วัตสะในสมัยพุนัน - ทวารวดี สามารถนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอยได้ ส่วนเหรียญในสมัยรัตนโกสินทร์ที่สามารถนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกได้หลากหลายประเภท คือ เหรียญบรรณาการ (ด้านที่เป็นรูปช้าง) เนื่องจากมีความสวยงามด้วยสีสันทอง และรูปแบบที่เป็นรูปช้าง ซึ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้งชื่อเหรียญมีความหมายที่ดี เหมาะที่จะมอบให้เป็นของที่ระลึก แก่กัน ส่วนเหรียญลิลิต ซึ่งเป็นเหรียญกษาปณ์เหรียญแรกของโลก มีตราประทับที่มีลวดลายเป็นรูป สิ่งโตซึ่งมีรูปแบบที่น่าสนใจ สามารถนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกได้หลายประเภท รวมทั้งการ แลกเปลี่ยนสิ่งของซึ่งเป็นต้นกำเนิดของเงินตราที่ใช้กันในปัจจุบัน สามารถนำมาออกแบบเป็นของที่ ระลึกได้เช่นกัน

จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐพบว่า มีความพึงพอใจต่อ รูปแบบของที่ระลึกที่ผู้วิจัยได้ออกแบบ โดยผู้บริหารของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน มีความเห็น ว่าสามารถนำการออกแบบดังกล่าวมาใช้ได้จริงในการออกแบบเพื่อจำหน่าย เช่นเดียวกับนักสะสม เหรียญและเงินตราโบราณที่สนับสนุนให้มีการออกแบบของที่ระลึกจากเหรียญและเงินตราโบราณ ส่วนผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจเช่นเดียวกัน และมีความคาดหวังที่จะซื้อของที่ระลึกจากการ ออกแบบเหล่านี้

3.2 ปัญหาด้านราคา

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐมองเห็นปัญหาเรื่องราคาของที่ระลึกที่สูงเกินไป และมี แนวความคิดที่จะให้ออกแบบของที่ระลึกโดยคำนึงถึงผู้ใช้บริการที่เป็นเด็กและเยาวชนซึ่งมีรายได้น้อย ราคาเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อของที่ระลึก จากการสำรวจ ความคิดเห็นผู้ใช้บริการทุกกลุ่มมีความเห็นว่าของที่ระลึกควรเป็นสิ่งของที่สมารถใช้ได้จริงใน ชีวิตประจำวัน ราคาไม่สูงและมีคุณภาพดี จึงจะมีความคุ้มค่าต่อการซื้อ ซึ่งผู้ใช้บริการมีความต้องการ ด้านราคาของที่ระลึกที่แตกต่างกันตามช่วงวัยและรายได้ ดังนี้

- เด็กในวัยประถมศึกษาของไทย อายุ 5 - 11 ปี ต้องการซื้อของที่ระลึกในราคา 20 - 50 บาท
- เด็กและเยาวชนในระดับมัธยมศึกษาและอุดมศึกษาของไทย อายุ 12 - 24 ปี ต้องการ ซื้อของที่ระลึกในช่วงราคาตั้งแต่ 20 - 500 บาท

- เยาวชนต่างชาติ อายุ 12 - 24 ปี มีความเห็นว่าของที่ระลึกควรมีราคาระหว่าง 100 - 600 บาท
 - ผู้ใหญ่วัยทำงาน ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อายุ 25 - 60 ปี ต้องการซื้อของที่ระลึก ในช่วงราคาตั้งแต่ 100 - 500 บาท
 - ผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ผู้สูงอายุชาวไทยต้องการของที่ระลึกที่มีราคาไม่สูง ส่วนผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้ความเห็นว่าของที่ระลึกนั้นขึ้นอยู่กับความพอใจ จึงไม่ได้จำกัดราคา
 - ผู้พิการทางด้านสายตา ทุกช่วงวัย ต้องการของที่ระลึกที่มีราคาไม่เกิน 200 บาท
- ดังนั้นในการออกแบบของที่ระลึกซึ่งต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้น้อย จึงต้องมีการควบคุมต้นทุน โดยการเลือกใช้วัสดุที่มีราคาไม่สูง และหากพิพิธภัณฑสถานสามารถออกแบบ หรือผลิตได้เอง จะทำให้ลดค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนลงได้ ทำให้สามารถจำหน่ายของที่ระลึกได้ในราคาไม่แพง และไม่ต้องสั่งผลิตในปริมาณมากซึ่งเสี่ยงกับการมีสินค้าค้างสต็อก ทำให้สิ้นเปลืองพื้นที่ในการจัดเก็บ และเสี่ยงต่อการชำรุดเสื่อมสภาพ

3.3 ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑสถาน และเผยแพร่ความรู้

ในการจำหน่ายของที่ระลึกในพิพิธภัณฑสถานหรือพิพิธภัณฑสถานอนุรักษ์ที่ผ่านมาทั้งที่บริหารโดยบริษัทเอกชน และสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ความรู้ผ่านทางของที่ระลึก เช่นเดียวกับผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ที่ไม่ได้สนใจในเรื่องนี้ แต่เป็นสิ่งที่พิพิธภัณฑสถานควรทำ เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชน เนื่องจากพิพิธภัณฑสถานเป็นแหล่งเรียนรู้ จึงควรมีการออกแบบของที่ระลึกโดยให้ความรู้เป็นสิ่งสำคัญในของที่ระลึก และออกแบบโดยให้ของที่ระลึกเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑสถาน เช่นเดียวกับพิพิธภัณฑสถานหลายแห่งที่ได้มีการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับวัตถุพิพิธภัณฑสถาน ซึ่งมีหลายวิธี ทั้งการพิมพ์ข้อความหรือพิมพ์ชื่อเว็บไซต์พิพิธภัณฑสถานลงบนของที่ระลึกโดยตรง หรือพิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์ อีกทั้งการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ทางร้านค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ของพิพิธภัณฑสถาน

4. แนวทางในการจัดการ

ทรัพยากรวัฒนธรรมภายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ทั้งที่จับต้องได้ เช่น เหรียญ และเงินตราต่าง ๆ และทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความหมาย และความเชื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเหรียญและเงินตรา สามารถนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ได้ โดยต้องคำนึงถึงความเหมาะสมในการนำมาใช้ที่ตรงไม่ขัดกับความรู้สึก และวัฒนธรรมอันดี เนื่องจากเหรียญและเงินตราทุกยุคทุกสมัยมีความเกี่ยวข้องกับสถาบันศาสนา และพระมหากษัตริย์ สัญลักษณ์บนเหรียญและเงินตราต่าง ๆ ล้วนเป็นสัญลักษณ์ที่เป็นมงคล การนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกซึ่งเป็นสิ่งของที่มีประโยชน์ใช้สอยต้องไม่ทำให้เกิดความกระทบกระเทือน เสียหาย หรือเป็นการลบหลู่หมิ่นต่อสถาบันต่าง ๆ

การออกแบบของที่ระลึกเป็นการบูรณาการกันของศาสตร์หลายด้าน ทั้งการออกแบบความรู้ทางประวัติศาสตร์ และการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม ซึ่งต้องคำนึงถึงรูปแบบซึ่งต้องมีอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ที่มีความสวยงาม ทันสมัย น่าดึงดูดใจ มีประโยชน์ใช้สอย และทุกอย่างต้องประกอบเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดความคุ้มค่า มีคุณภาพ อีกทั้งต้องให้ความรู้บางประการแก่ผู้ใช้บริการ และต้องมีหลายระดับราคา เพื่อให้ผู้ใช้บริการที่เป็นเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของพิพิธภัณฑ์สามารถเข้าถึงได้

ดังนั้น การออกแบบของที่ระลึกสำหรับพิพิธภัณฑ์จึงต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด ทั้งหน่วยงานภาครัฐซึ่งเป็นหน่วยงานที่ควบคุมดูแลพิพิธภัณฑ์ เพื่อให้การออกแบบสอดคล้องกับนโยบายรัฐ และตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้บริการกลุ่มต่าง ๆ เพื่อเป็นการนำทรัพยากรวัฒนธรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อพิพิธภัณฑ์และผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการได้เก็บความทรงจำที่ได้มาเยือนพิพิธภัณฑ์ในรูปแบบของวัตถุที่มีความหมาย และสามารถนำแนวทางการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณานุกรักษ์ ไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์อื่น ๆ ของกรมธนารักษ์ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านการบริหารจัดการ

1.1 พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์เป็นพิพิธภัณฑ์ของรัฐ ซึ่งถึงแม้ได้รับเงินงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาลมาโดยตลอด แต่ก็ควรมีแนวความคิดที่ให้ความสำคัญกับการหารายได้ให้พิพิธภัณฑ์อย่างเป็นทางการมากขึ้น เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวนจากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ เพื่อให้พิพิธภัณฑ์สามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืนต่อไปโดยไม่ต้องพึ่งพาเงินงบประมาณจากรัฐมากนัก สำหรับพิพิธภัณฑ์ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหากำไร วิธีการที่จะสร้างรายได้ให้แก่องค์กร สามารถทำได้โดยพัฒนาการบริการต่าง ๆ ในพิพิธภัณฑ์เช่น บริการให้เช่าสถานที่ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม และร้านจำหน่ายของที่ระลึก

1.2 พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์มีแนวคิดในการออกแบบปรับปรุงอาคารตามหลักอารยสถาปัตย์ รวมทั้งการจัดนิทรรศการและการให้บริการในพิพิธภัณฑ์ภายใต้แนวความคิด Universal Design หรือการออกแบบเพื่อทุกคน ซึ่งเป็นแนวคิดของพิพิธภัณฑ์สากลที่ยึดหลักการของความเท่าเทียม แต่จากการศึกษาพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ รวมทั้งพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์เอง พบว่ายังไม่มียุทธศาสตร์ในการผลิตของที่ระลึกที่ครอบคลุมถึงผู้พิการทางสายตา ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความต้องการพิเศษแตกต่างจากบุคคลทั่วไป

ประกอบกับประเด็นยุทธศาสตร์ของกรมธนารักษ์ ที่มีเป้าหมายในการบริหารทรัพย์สินของประเทศเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อีกทั้งเป้าหมายในการบริหารทรัพย์สินเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในสังคมและเพิ่มคุณภาพชีวิตของประชาชน (กรมธนารักษ์, 2559: 51) ดังนั้นพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์จึงควรมีการให้บริการตามแนวคิด Universal Design ที่ครอบคลุมทุกด้าน รวมทั้งของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์ด้วย ซึ่งควรครอบคลุมถึงความต้องการของผู้ใช้บริการทุกกลุ่มแม้ว่าจะมีจำนวนน้อย ได้แก่ ผู้สูงอายุ และผู้พิการทางสายตา อีกทั้งกรมธนารักษ์สามารถจัดกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคมได้โดยการจ้างงานผู้สูงอายุและผู้พิการในการผลิตของที่ระลึกให้กับพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ เช่น กระเป๋าผ้า และเสื้อยืดปักเป็นลายเส้นรูปเงินพดด้วง และ Magnet จากการปั้นเซรามิกเป็นรูปเงินพดด้วง เป็นต้น การออกแบบของที่ระลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และเหมาะสมกับผู้พิการทางสายตา จึงจะสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบเพื่อทุกคน (Universal Design) ซึ่งเป็นแนวคิดสำคัญแนวคิดหนึ่งในการออกแบบพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์

1.3 พิพิธภัณฑ์ควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อเปิดรับของที่ระลึกฝากขายที่มีการกำหนดแนวทางของที่ระลึกที่เป็นไปในแนวทางเดียวกับพิพิธภัณฑ์ เพื่อเป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิตสินค้า และช่วยสร้างให้ Museum Shop มีของที่ระลึกที่มีความหลากหลาย น่าเลือกซื้อมากยิ่งขึ้น แต่ต้องควบคุมไม่ให้มีปริมาณมากเกินไปกว่าของที่ระลึกที่ออกแบโดยพิพิธภัณฑ์เอง หรือ ของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์

1.4 พิพิธภัณฑ์ควรลงทุนในการซื้ออุปกรณ์เพื่อผลิตของที่ระลึกบางประเภทได้เอง เช่น เครื่องพิมพ์ภาพลงบนวัสดุต่าง ๆ และเครื่องพิมพ์ผ้า เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการผลิตสินค้าจากภายนอก ที่จำเป็นต้องมีการผลิตในจำนวนมาก ซึ่งทำให้เสี่ยงต่อการมีสินค้าคงเหลือ อีกทั้งเพื่อลดขั้นตอนในการจัดซื้อ – จัดจ้างที่มีความล่าช้า ซึ่งทำให้ไม่ทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการในวาระโอกาส หรือเทศกาลต่าง ๆ

1.5 ควรมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ และจำหน่ายของที่ระลึกบนเว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์ โดยให้มีเรื่องราวและความรู้ประกอบ เพื่อเป็นแรงบันดาลใจแก่ผู้ใช้บริการ อีกทั้งเป็นการอำนวยความสะดวก แก่ผู้ใช้บริการ

1.6 ควรมีการวางแผนงานล่วงหน้าในการออกแบบของที่ระลึกเพื่อให้ตรงกับนิทรรศการพิเศษของพิพิธภัณฑ์ และเทศกาลสำคัญ หรือเชื่อมโยงกับสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ทันต่อกระแสและความต้องการของผู้ใช้บริการ และควรมีความรวดเร็วในการตัดสินใจในการกำหนดทิศทางการออกแบบ หรือการผลิตของที่ระลึก

1.7 พิพิธภัณฑ์ควรตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้นมาเพื่อรับผิดชอบการออกแบบของที่ระลึก และการบริหารงาน Museum Shop โดยเฉพาะ เพื่อความสะดวกรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพในการทำงาน โดยควรมีเจ้าหน้าที่สำหรับทำงานออกแบบของที่ระลึกโดยเฉพาะ และมีเจ้าหน้าที่บริหารธุรกิจ และการตลาดให้การสนับสนุน ซึ่งต้องทำงานร่วมกันกับภัณฑารักษ์ในการกำหนดแนวทางการออกแบบ และการให้ข้อมูลความรู้ อีกทั้งตรวจสอบความถูกต้องต่าง ๆ ที่พิพิธภัณฑ์ต้องการเผยแพร่

การมีหน่วยงานรับผิดชอบ Museum Shop โดยเฉพาะควรที่จะช่วยให้การบริหารงาน Museum Shop คล่องตัวขึ้น ผู้บริหาร Museum Shop ควรมีอำนาจในการตัดสินใจดำเนินการต่าง ๆ เช่น นโยบายในการออกแบบ การวางแผนงานออกแบบเพื่อเตรียมรับเทศกาลต่าง ๆ การคัดเลือกของที่ระลึกฝากขาย ซึ่งต้องควบคุมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกับอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ และการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับของที่ระลึกเพื่อนำมาใช้พัฒนากิจการ Museum Shop ต่อไป

การตั้งหน่วยงานใหม่โดยเปิดรับเจ้าหน้าที่ใหม่เข้ามาทำงานเป็นวิธีมีค่าใช้จ่ายสูงเนื่องจากต้องจ้างบุคลากรเพิ่มที่เป็นมืออาชีพ ซึ่งเกี่ยวข้องกับโครงสร้างการบริหารราชการ และการของบประมาณล่วงหน้า แต่หากพิพิธภัณฑสถานไม่สามารถจ้างเจ้าหน้าที่ออกแบบได้ อาจทำโดยคัดเลือกบุคลากรภายในหน่วยงานที่มีอยู่แล้ว ซึ่งมีความรู้ความสามารถเพียงพอมารับผิดชอบ แต่ไม่ควรให้เข้าซ้อนกับงานที่ได้รับมอบหมายอยู่เดิม ซึ่งจะทำให้งานด้านของที่ระลึกพิพิธภัณฑสถานเกิดความล่าช้า หรือ อาจแก้ปัญหาโดยใช้วิธีการจ้างบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญให้ออกแบบงานเป็นครั้งคราว แต่ควรได้รับการกำหนดขอบเขตงานและข้อมูลจากภัณฑารักษ์ของพิพิธภัณฑสถานก่อนเพื่อความถูกต้อง

ส่วนการให้บริษัทเอกชนเข้ามาบริหารงานนั้น เป็นแนวทางที่พิพิธภัณฑสถานเหรียญกษาปณ์นารักษ์ได้เคยใช้มาก่อนแล้ว ซึ่งสามารถนำข้อดี ข้อเสียจากครั้งนั้นมาเป็นแนวทางในการจ้างบริษัทเอกชนบริหารได้อีก เนื่องจากมีข้อดี คือ พิพิธภัณฑสถานไม่ต้องลงทุนเองแต่ได้รับผลตอบแทนคืนกลับ แต่พิพิธภัณฑสถานควรมีการกำหนดทิศทางในการออกแบบ และควบคุมสัดส่วนของที่ระลึกใน Museum Shop ให้มีของที่ระลึกที่ออกแบบโดยใช้อัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑสถานซึ่งเป็นเหรียญและเงินตรา มากกว่าของที่ระลึกที่ออกแบบด้วยสิ่งอื่น ซึ่งจะทำให้พิพิธภัณฑสถานขาดภาพลักษณ์ที่ชัดเจน

1.8 รูปแบบในการจำหน่ายของที่ระลึก

จากการศึกษาแนวโน้มการออกแบบผลิตภัณฑ์และการตลาดในปัจจุบัน พบว่าผู้คนในปัจจุบันมีความโหยหาอดีต สินค้าหรือบริการที่มีการย้อนอดีตจึงมักได้รับความนิยม อีกทั้งเพื่อให้ผู้ซื้อมีความเชื่อมโยงกับเหรียญ ผู้วิจัยจึงคิดว่าควรมีการส่งเสริมให้เกิดการใช้เหรียญในการซื้อของที่ระลึกในพิพิธภัณฑสถาน และเพื่อเป็นการลดภาระของเจ้าหน้าที่ในการจำหน่ายของที่ระลึก และลดความแออัดในช่วงเวลาที่มีผู้มาใช้บริการพร้อมกันเป็นจำนวนมาก ผู้หยุดเหรียญจำหน่ายของที่ระลึกจึงน่าจะช่วยอำนวยความสะดวกแก่ทั้งผู้ใช้บริการและผู้จำหน่ายได้ ซึ่งพิพิธภัณฑสถานควรมีผู้หยุดเหรียญเพื่อจำหน่ายของที่ระลึก 2 แบบ ได้แก่ แบบที่ 1 ผู้หยุดเหรียญแบบสุ่ม ผู้ใช้บริการไม่ทราบว่าจะซื้องานชิ้นใดก่อนจะเปิดออกมา ลักษณะเดียวกับตู้กาชาปอง ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความสนุกสนานเหมือนการเล่นเกมส์ซึ่งเหมาะกับเด็กและเยาวชน อีกทั้งผู้ใหญ่ได้ย้อนรำลึกถึงอดีต และแบบที่ 2 คือ ผู้หยุดเหรียญแบบที่ผู้ใช้บริการเป็นผู้เลือกของที่ระลึกซึ่งตรงกับความต้องการ ลักษณะเดียวกับตู้จำหน่ายน้ำดื่ม

1.9 พิพิธภัณฑสถานอื่น ๆ ของกรมธนารักษ์ ควรมีการวางแผนงานที่เกี่ยวข้องกับของที่ระลึกในพิพิธภัณฑสถานไว้ล่วงหน้า เมื่อบริษัทเอกชนที่บริหารจัดการพิพิธภัณฑสถาน และ Museum Shop หมุดสัญญา ลง เพื่อจะได้ไม่เกิดปัญหาเช่นเดียวกับที่เกิดขึ้นกับพิพิธภัณฑสถานเหรียญกษาปณ์นารักษ์ ซึ่งไม่ได้เตรียมการบริหารจัดการในเรื่องนี้ ทำให้การดำเนินการต่าง ๆ เป็นไปอย่างล่าช้า ไม่มีการนำของที่

ระลึกประเภทอื่น ๆ มาจำหน่ายแทน ส่งผลให้ขาดโอกาสในการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ผ่านทางของที่ระลึก และทำให้บรรยากาศของ Museum Shop ไม่น่าสนใจเท่าที่ควร อีกทั้งไม่สามารถเติมเต็มความต้องการของผู้ใช้บริการได้

2. ด้านการออกแบบ

2.1 จุดเด่นของการออกแบบเหรียญที่เด่นชัดอย่างหนึ่ง คือ มีความนูน (Bas relief) ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าของที่ระลึกที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์ควรนำจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ คือ ผิวสัมผัสที่มีความนูนของเหรียญมาใช้ เพื่อให้มีความเชื่อมโยงกับเหรียญ และเพื่อให้ผู้พิการทางสายตาสามารถสัมผัสและรับรู้ลวดลายจากพื้นผิวได้

ของที่ระลึกสำหรับผู้พิการทางสายตาควรมีพื้นผิวที่มีความแตกต่างทางการสัมผัส หรือมีกลิ่นหอม และใช้สีที่มีการตัดกันของสีเพื่อช่วยให้ผู้มีสายตาเลือนลางสามารถมองเห็นได้ชัดเจนที่สุด ซึ่งควรออกแบบจากวัตถุจัดแสดงที่พิพิธภัณฑ์ได้จัดเตรียมให้ผู้พิการทางสายตาได้สัมผัส เพื่อที่ผู้พิการทางสายตาได้รู้จักลวดลายเหล่านั้นมาก่อนแล้วจากการจัดแสดง เป็นการลดภาระของพนักงานขาย เนื่องจากในการศึกษาพบว่า มีผู้พิการทางสายตาน้อยเท่านั้นที่สามารถอ่านอักษรเบลล์ได้ การอธิบายและแนะนำสินค้าจึงเป็นหน้าที่ของพนักงานขายที่ต้องดูแลผู้พิการทางสายตาเป็นพิเศษ

2.2 ของที่ระลึกสามารถเป็นจุดขายในการเข้ามาเยือนพิพิธภัณฑ์ซ้ำอีก หากมีการออกแบบของที่ระลึกแบบใหม่อย่างสม่ำเสมอ เช่นเดียวกับการจัดนิทรรศการหมุนเวียน โดยอาจมีการออกแบบของที่ระลึกที่มีความสอดคล้องกันกับแนวคิดของเนื้อหาในการจัดนิทรรศการหมุนเวียนแต่ละครั้ง เพื่อให้ของที่ระลึกสามารถเป็นของสะสมได้สำหรับผู้สนใจ

2.3 ควรมีกิจกรรมที่ให้ผู้บริการมีส่วนร่วมในการออกแบบหรือตกแต่งของที่ระลึกได้ด้วยตนเอง ทำให้ผู้บริการได้มีประสบการณ์ซึ่งเชื่อมโยงกับนิทรรศการ และทำให้ผู้ชมเกิดความประทับใจ เช่น

(1) มีบริการรับผลิตเหรียญที่ผู้บริการสามารถออกแบบเหรียญที่ระลึกในโอกาสสำคัญต่าง ๆ ของตนเอง เนื่องจากเหรียญเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์

(2) มีของที่ระลึกที่ผู้บริการสามารถออกแบบ/ตกแต่งได้ด้วยตนเอง เช่น ตกแต่งปกสมุดด้วยตัวแปดและสติ๊กเกอร์รูปเงินตรา คำขวัญ และสำนวน สุภาษิต เกี่ยวกับเงินตรา ตกแต่งเสื้อยืดและกระเป๋าด้วยตัวรีดรูปเงินตรา คำขวัญ และสุภาษิต เกี่ยวกับเงินตรา

2.4 กระบวนการผลิตของที่ระลึก วัสดุที่ใช้ในการผลิตของที่ระลึก และบรรจุภัณฑ์ควรเป็นวัสดุที่ได้จากการรีไซเคิล หรือหลีกเลี่ยงการใช้พลาสติกให้ได้มากที่สุดเพื่อคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

2.5 ควรนำความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการมาปรับปรุงการออกแบบของที่ระลึก เช่น เด็กนักเรียนหญิง ชั้นประถมศึกษาให้ความเห็นว่ารูปสิงโตบนเงินลิเดียที่ผู้ศึกษาทดลองออกแบบแลดูน่ากลัว ถ้าใช้สีสันทึบใสจะมีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ส่วนวัยรุ่นชายแนะนำว่าลวดลายบางลวดลายที่พิมพ์ลงบนเสื้อยืดไม่ควรมีขนาดใหญ่ และไม่ควรมีสีสันทึบจนเกินไป เป็นต้น ข้อมูลที่ได้จากผู้ใช้บริการเป็นข้อมูลที่มีค่า ซึ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางปรับใช้กับการออกแบบของที่ระลึกต่อไปในอนาคตได้อย่างเหมาะสมตรงกับความต้องการและรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นพิพิธภัณฑ์ควรเก็บข้อมูล ความต้องการ ความพึงพอใจ ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ และสถิติของที่ระลึกที่ขายดี/ขายไม่ดี เอาไว้เพื่อใช้ในการปรับปรุงการออกแบบของที่ระลึกต่อไป

2.6 การออกแบบที่เรียบง่ายทำให้ของที่ระลึกมีความเป็นกลางที่สามารถใช้ได้ทุกเพศ ทุกวัย ทำให้สามารถลดต้นทุนการผลิตได้ จึงควรมีของที่ระลึกบางประเภทที่คนทุกกลุ่มสามารถใช้ร่วมกันได้

2.7 ควรมีการพิมพ์ลายผ้าที่ออกแบบจากเหรียญและเงินตราโบราณต่าง ๆ เพื่อนำมาตัดเย็บเป็นของที่ระลึกประเภทผ้า เช่น กระเป๋าประเภทต่าง ๆ หมอน เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เนคไท และเศษผ้าที่เหลือสามารถนำมาผลิตเป็นของที่ระลึกชิ้นเล็กได้ เช่น พวงกุญแจ เครื่องประดับ ปกสมุด ฯลฯ

2.8 การใช้ตราสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์เหรียญศึกษาปณารักษ์บนของที่ระลึกไม่ควรมีขนาดใหญ่ ควรใช้เพื่อเป็นฉลากสินค้า หรือบรรจุภัณฑ์มากกว่าการนำตราสัญลักษณ์มาประดับบนของที่ระลึกโดยตรง หรือเป็นส่วนหนึ่งของของที่ระลึกที่มีความโดดเด่นมากเกินไป เนื่องจากตราสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์มีรูปแบบที่ไม่เป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ จึงอาจมีการออกแบบตราสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์ในอีกรูปแบบให้มีความเหมาะสมกับเด็กและเยาวชนมากยิ่งขึ้น เช่น รูปแบบการ์ตูน โดยอ้างอิงจากรูปแบบเดิม

ปัญหา และข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นแนวทางนำไปสู่การออกแบบ การวางแผนงาน และการบริหารจัดการเกี่ยวกับของที่ระลึก และ Museum Shop ของพิพิธภัณฑ์ เจริญศึกษาปณานุกรักษ์ และพิพิธภัณฑ์อื่น ๆ ของกรมธนารักษ์ให้เกิดขึ้นได้จริง ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือของคนในองค์กรเป็นหลัก เพราะการทำงานพิพิธภัณฑ์นั้น ล้วนมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน เป็นวงกลม และส่งผลกระทบต่อกันในทุกด้าน

ของที่ระลึกสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการให้ความรู้และการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ได้วิธีหนึ่ง ซึ่งการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์นั้น เป็นส่วนสำคัญที่จะกระตุ้น และทำให้ผู้คนเข้ามาใช้บริการ การจัดแสดงนิทรรศการที่น่าสนใจ ทำให้ผู้ชมเกิดความประทับใจและต้องการที่จะซื้อของที่ระลึก กลับไป ซึ่งของที่ระลึกนั้นต้องมีเอกลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ มีการออกแบบที่สวยงาม น่าดึงดูดใจ มีประโยชน์ใช้สอย และมีราคาที่เหมาะสม เพื่อคุ้มค่างบเงินที่ต้องจ่าย ดังนั้น การรับฟังข้อคิดเห็นและ ข้อเสนอแนะจากทุกฝ่าย ทั้งผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงานทุกส่วน รวมทั้งผู้ใช้บริการ จะทำให้ของที่ระลึก ในพิพิธภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย และเกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งต่อผู้ชม สังคมและองค์กร

สุดท้ายนั้น แม้ว่าของที่ระลึกจะมีการออกแบบที่ดี และเหมาะสมอย่างไร แต่หากไม่มีผู้มาใช้ บริการพิพิธภัณฑ์ตั้งแต่แรก ของที่ระลึกคงจะไม่มี ความหมาย ดังนั้น พิพิธภัณฑ์จึงต้องมีการวางแผนการทำงานด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกันอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้กิจการพิพิธภัณฑ์ดำเนินต่อไป ได้อย่างยั่งยืน



รายการอ้างอิง

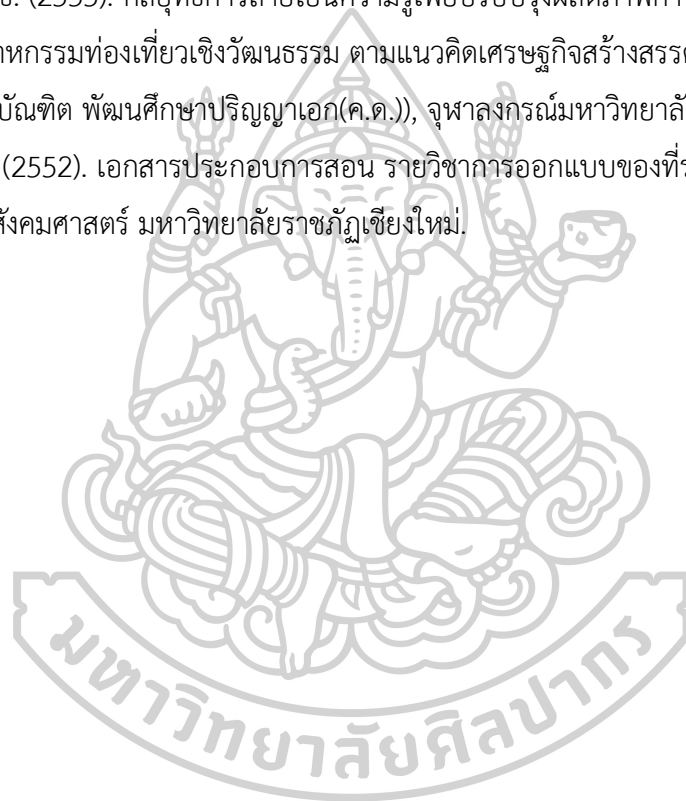
- Andrew Andoniadis. (2010). *Museum Retailing*. Edinburgh: Museum Etc.
- Catherine Julie Aarthy.C. and Smiriti Verma. Factors Affecting Gifting Behavior : Comparative Study of Males and Females. accessed 4 June 2018. Aviable from file:///C:/Users/Administrator/Downloads/gifts.pdf.
- Don Noman (Donald Arthur Noman). (2013). *The Design of Everydaythings*. New York: Basic Books.
- Donald Arthur Noman. (2005). Human-centered design considered harmful. file:///D:/Human-centered_design_considered_harmful.pdf.
- J. Clarke. (2007). The Four ‘S’s’ of experience gift giving behavior. Science Direct, Hospitality Management 26 Pages 98–116. PDF file. accessed 2 June 2018. Aviable from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.515.1610&rep=rep1&type=pdf>.
- Marcel Mauss. (1950). *The Gift Forms and Function of Exchange in Archaic Societies*. Paris: Presses Universitaires De France.
- Mayet, C. P., K. J., (2010). “The Psychology of Gift Exchange.” University of Hertfordshire Internal Report PDF file. accessed 4 June 2018. Aviable from <http://karenpine.com/wp-content/uploads/2011/07/The-Psychology-of-Gift-Exchange>.
- Paul Rogers and Alex Milton. (2001). *Product Design*. London: Laurence King.
- Russell W. Belk. (1979). Give - Giving Behavior Part A. Faculty Working Papers, College of Commerce and Business Administration University of Illinois at Urbana - Champaign. accessed 3 June 2018. Aviable from <https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/27449/giftgivingbehavi449belk.pdf?sequence=1>.
- เฉลิม ยงบุญเกิด. (2509). กระจาปณ์ไทย (อนุสรณ์ในงานพระราชทานเพลิงศพ พลเอกบริบูรณ์ จุละจาวรัตน์ 12 ตุลาคม). พระนคร: โรงพิมพ์สมาคมนงคมศาสตร์.
- เพ็ญพรรณ เจริญพร. (2548). การจัดทำพินิจถันตถสถาน. ดำรงวิชาการ.

- ไกรฤกษ์ นานา. (2548). “พบไปรษณียบัตร รัชกาลที่ 5 สะท้อนภาพเสด็จประพาสยุโรป ‘บางที่จะเป็นขອງประหลาดที่เธอไม่เคยเห็น’”. นิตยสารศิลปวัฒนธรรม(สิงหาคม 2548).
- ไกรฤกษ์ นานา. (2549). การเมืองนอกพงศาวดารรัชกาลที่ 5 เบื้องหลังพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จประพาสยุโรป. กรุงเทพฯ: มติชน จำกัด (มหาชน).
- ไตรรัตน์ จารุทัศน์. (2537). *Universal Design = แนวคิดการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล*.
- กรมธนารักษ์. (2545). วิวัฒนาการเงินตราไทย. กรุงเทพฯ: ดาวฤกษ์.
- กรมธนารักษ์. (2558). รายงานประจำปี 2558 เงินทุนหมุนเวียนการแสดงผลงานและเงินตราไทย. กรุงเทพฯ: มปป.
- กรมธนารักษ์. (2559). รายงานประจำปี 2559. กรุงเทพฯ: มปป.
- กรมธนารักษ์. (2560a). ยุทธศาสตร์กรมธนารักษ์ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) PDF file เข้าถึงเมื่อ 6 มิถุนายน 2561 เข้าถึงได้จาก http://www.treasury.go.th/ewt_dl_link.php?nid=38033.
- กรมธนารักษ์. (2560b). ยุทธศาสตร์กรมธนารักษ์ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579). PDF file เข้าถึงเมื่อ 6 มิถุนายน 2561. เข้าถึงได้จาก http://www.treasury.go.th/ewt_dl_link.php?nid=38033.
- กรมธนารักษ์ กระทรวงการคลัง. (2555). เหรียญกษาปณ์ กรุงรัตนโกสินทร์ เหรียญที่ระลึกกรุงรัตนโกสินทร์ พ.ศ.2325 – 2525. กรุงเทพฯ: มปป.
- กรมศิลปากร. (2545). สัมมนาเชิงปฏิบัติการไทย – ฝรั่งเศส พิพิธภัณฑสถานใหม่ในประเทศฝรั่งเศส งานทดลองเชิงพิพิธภัณฑสถานวิทยา. กรุงเทพฯ: มปป.
- กรมศิลปากร. (2547). การจัดการด้านการออกแบบพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม.
- กรมศิลปากร. (2548). รายงานวิจัย เรื่อง “การบริหารพิพิธภัณฑสถานเชิงธุรกิจ”. มปป: กรมศิลปากร.
- กระทรวงการคลัง. (2538). 120 ปี กระทรวงการคลัง พ.ศ.2418-2538. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง.
- กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรมศิลปากร. (2558). *Creative Fine Arts 2015 เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากทุนทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.
- การดี เลียวไพโรจน์ และคณะ. (2556). เปิดกล่องความคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์” *Creative Economy: Thailand’s Context Revealed* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: แอคทีฟ พริ้น จำกัด.
- ฉัตรรา ขมสุวรรณ มุกดาวิจิตร บรรณาธิการ. (2558). พิ(ศ) พิธภัณฑ museum refocused. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.
- จรัส มะโนหาญ. (2561). “เอกสารประกอบ เอกสารรายได้จากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ตั้งแต่ 1 สิงหาคม 2557 – 30 เมษายน 2561”. มปป: มปป.

- จิรวัดน รักชาติ. (2558). ของขวัญ : รูปแบบและเหตุผลของการแลกเปลี่ยนในสังคมโบราณ. วารสาร ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้(ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 ประจำเดือน กรกฎาคม – ธันวาคม 2558).
- จิรศรี บุญเกียรติ และชีวิสิทธิ์ บุญเกียรติ. (2546). เทศบาลนครปารีส กับงานพิพิธภัณฑ์สถาน ปีที่ 29 ฉบับที่ 3. กรุงเทพฯ: เมืองโบราณ.
- จิรา จงกล. (2532). พิพิธภัณฑ์สถานวิทยา. กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.
- จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระบาทสมเด็จพระ. (2508). พระราชนิพนธ์ ไกลบ้าน. กรุงเทพฯ: แพร่พิทยา.
- ญารุณา คลาดแคล้ว. (2557). การใช้สีในงานออกแบบเลขนศิลป์เพื่อรองรับเด็กสายตาเลือนราง วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน 2557 ฉบับ สังคมศาสตร์ และศิลปะ
- ฐิตินันท์ พจน์ดวง. คู่มือเพื่อพิจารณาคัดแยกดวงตราบนเงินพดด้วงในสมัยอยุธยาและรัตนโกสินทร์ที่ ได้รับมอบจากสำนักบริหารเงินตรา: มปป.
- ณัฐกานต์ จันทะยอด. (2563). สัตว์สัญลักษณ์บนเหรียญเงินทวารวดี. เข้าถึงเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก http://coinmuseum.treasury.go.th/news_view.php?nid=149.
- ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์. (2547). ความสัมพันธ์ระหว่างทุนวัฒนธรรมกับการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ครอบคลุมความคิดและประเด็นการวิจัย. กรุงเทพฯ: บริษัท พี.เอ.ลิฟวิ่ง จำกัด.
- ธนิช เลิศชาญฤทธ์. (2554). การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ. คำศัพท์ทางมานุษยวิทยา คำศัพท์ Reciprocity. เข้าถึงเมื่อ 5 มิถุนายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.sac.or.th/databases/anthropology-concepts/glossary/126>.
- นวรรตน์ เลขะกุล. (2555). เงินตราล้านนา. เชียงใหม่: นพบุรีการพิมพ์.
- นวรรตน์ เลขะกุล. (2561). เอกสารสรุปเนื้อหาการบรรยายในโครงการฝึกอบรมเรื่อง “ความรู้เกี่ยวกับ เงินตราโบราณ” ส่วนเก็บรักษาและอนุรักษ์ทรัพย์สิน สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน กรมธนารักษ์.
- นवलน้อย บุญวงศ์. (2542). หลักการออกแบบ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิคม มุสิกคามะ บรรณาธิการ. (2536). คู่มือ : การปฏิบัติงานของภัณฑารักษ์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กรมศิลปากร. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- บัณฑิต จันทร์โรจน์กิจ. พิพิธภัณฑ์ชาติบาล : แนวทางการบริหารและจัดการพิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ร่วมสมัย. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, สำเนาเอกสารรายงานวิจัย.
- บุญยสฤกษ์ อเนกสุข. (2559). ยล เยี่ยม เยือน เหง้า : แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม. พิษณุโลก: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ปนัดดา มนุรัชฎา. (2548). โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์ :

- กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม). (วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปมหาบัณฑิต),
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร,
ปานฉัตต์ อินทรคง. (2560). การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม แนวคิด รูปแบบ และการวิเคราะห์.
กรุงเทพฯ: อั้นลิมิต พรินติ้ง.
- ปารมี สุขคล้าย. (2552). กลยุทธ์การพัฒนาร้านค้าของที่ระลึกของพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย.
(วิทยานิพนธ์ หลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต), วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
ปาริชาติ รัตนพล. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อการอนุรักษ์
ศิลปวัฒนธรรมไทย. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2555.
พรพจน์ หมื่นหาญ สิริวิภา วิมุกตายน และ เข้มชาติ เขยชม. (2560). การออกแบบของที่ระลึกสำหรับ
พิพิธภัณฑ์โบราณสถานเมืองเพนียด จ.จันทบุรี. วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2560.
- พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. (2550). วิธีวิทยาการวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์ : พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มานิต หละบิลลา. (2555). การศึกษารูปแบบ สัญลักษณ์ และความหมายในธนบัตรของพระมหากษัตริย์
จากเงินพดด้วงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น (รัชกาลที่ 1 ถึง 4) วิทยานิพนธ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ฤทัย นิธิธนวิจิต. (2553). ความคาดหวังและสิ่งที่ได้รับของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ
กรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ภาครัฐ และภาคเอกชน), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร,
วัฒน์ จุฑะวิภาต. (2527). การออกแบบ. กรุงเทพฯ: สารมวลชน.
- วัฒนา สุกันต์ศิลป์. (2548). โลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา
สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ศิริวัฒน์ แสสนเสริม. (2547). “มิติทางวัฒนธรรมกับการออกแบบ” รวมบทความวิชาการและบทความ
วิจัยทางการออกแบบ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). (2553). พิพิธภัณฑ์สิงคโปร์. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พรินติ้ง
แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2548). รายงานการวิจัยการจัดการเรียนรู้ของแหล่งการเรียนรู้
ตลอดชีวิต : พิพิธภัณฑ์. Retrieved from กรุงเทพฯ:
- สำนักพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กรมศิลปากร. “เอกสารประกอบการสัมมนาผลงานวิชาการพิพิธภัณฑ์”.
สุภาพรรณ ชิตเจริญ. เอกสารรายการสินค้าจากร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ณ อาคารพิพิธภัณฑ์เหรียญ
(Museum Shop) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน – 30 เมษายน 2561.

- สุภาพวรรณ ชิตเจริญ. (2561). เอกสารรายได้จากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ณ อาคารพิพิธภัณฑ์เหรียญ (Museum Shop) ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2557-30 เมษายน 2561.
- สุรีย์ เข้มทอง. (2555). ธุรกิจสินค้าที่ระลึก. กรุงเทพฯ: มปป.
- อมรรัตน์ อนันต์วราพงษ์. (2560). หลักการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรัญ วานิชกร. (2559). การออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัจฉรา ศรีพันธ์. (2555). กลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต พัฒนศึกษาปริญญาเอก(ค.ด.)), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- อัญชลี โสมดี. (2552). เอกสารประกอบการสอน รายวิชาการออกแบบของที่ระลึก คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

รายละเอียดเนื้อหาและรูปแบบการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์

1. นิทรรศการบริเวณชั้นที่ 1

1.1 นิทรรศการบริเวณห้องโถง

เนื้อหาและรูปแบบการจัดแสดง

จัดแสดงผนังประติมากรรมปูนต้ำที่จำลองเงินตราโบราณ เหรียญในอาณาจักรโบราณ และเหรียญในสมัยปัจจุบัน ร่วมกับ Interactive wall ซึ่งผู้ชมสามารถนำแผ่นกระดาษส่องกับผนังดังกล่าว เพื่อพบกับ Animation ที่บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับเหรียญต่าง ๆ ถัดมาคือตู้จัดแสดงพระคลังในพระคลังมหาสมบัติ (องค์จำลอง จัดทำด้วยทองคำ) ซึ่งเป็นเทวรูปที่เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นที่สักการบูชาของคนในกระทรวงการคลัง เชื่อว่าเป็นเทพผู้พิทักษ์เงินตรา และทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน



ภาพที่ 1 นิทรรศการบริเวณห้องโถง

ผนังประติมากรรมปูนต้ำรูปเหรียญกษาปณ์ เหรียญที่ระลึก และเงินตราโบราณของไทยที่สำคัญ



ภาพที่ 2 เทวรูปพระคลังในพระคลังมหาสมบัติ

1.5.1.2 นิทรรศการชั่วคราว เงินตรารัตนโกสินทร์

เนื้อหาและรูปแบบการจัดแสดง

จัดแสดงวิวัฒนาการของเหรียญในสมัยรัตนโกสินทร์ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 จนถึงรัชกาลที่ 10 ซึ่งเป็นรัชกาลปัจจุบัน โดยมีเนื้อหากล่าวถึงสมัย ร. 4 ที่มีการเริ่มผลิตเหรียญขึ้นใช้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ ต่อมา มีการผลิตเหรียญสำหรับใช้เป็นที่ระลึกในโอกาสสำคัญต่าง ๆ ของประเทศ เหรียญจึงแบ่งตามวัตถุประสงค์ในการผลิตและนำออกใช้ได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ เหรียญกษาปณ์หมุนเวียน เหรียญกษาปณ์ที่ระลึก และเหรียญที่ระลึก จากสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ทันสมัยทำให้เกิดสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสมัยใหม่ขึ้นมากมาย แต่เหรียญยังคงมีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจ และมีฐานะเป็นสิ่งสะสมที่มีคุณค่า



ภาพที่ 3 นิทรรศการชั่วคราว เงินตรารัตนโกสินทร์



ภาพที่ 4 ภายในห้องนิทรรศการชั่วคราว เงินตรารัตนโกสินทร์

ภายในนิทรรศการจัดแสดงเงินตราที่สำคัญในรัชสมัยต่าง ๆ แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ เช่น สมัยรัชกาลที่ 4 จัดแสดง พดด้วงเงิน ตราพระแสงจักร -พระมหามงกุฏ พดด้วงเงินตราพระเต้า เหรียญเงินและเหรียญทองคำ ตราพระมหามงกุฏ - พระแสงจักร (เหรียญบรรณาการ) ซึ่งเหรียญบรรณาการนี้ เป็นเหรียญที่ผลิตขึ้นจากเครื่องจักรที่สมเด็จพระราชินีนาถวิกตอเรีย แห่งสหราชอาณาจักร ส่งมาถวายเพื่อเป็นบรรณาการ นอกจากนี้ยังมีเหรียญที่สำคัญ ได้แก่ เหรียญเงิน ตราพระแสงจักร -พระมหามงกุฏ เหรียญตึบ ตราพระแสงจักร -พระมหามงกุฏ และเหรียญทองคำ ทศ พิศ พัดดิงส์ เหรียญทองคำ และเหรียญเงิน ตราพระแสงจักร -พระมหามงกุฏ (เหรียญเต้เม้ง) เหรียญทองแดง ตราพระมหามงกุฏ - พระแสงจักร



ภาพที่ 5 (ซ้าย) พดด้วงเงินพระมหามงกุฏ – พระแสงจักร (ขวา) เหรียญทองคำตราพระมหามงกุฏ – พระแสงจักร (เหรียญบรรณาการ) สมัยร.4

เงินตราในสมัยรัชกาลที่ 5 ที่นำมาจัดแสดง ได้แก่ เหรียญกษาปณ์ เช่น เหรียญดีบุก เหรียญเงิน ตราพระจุลมงกุฏ (พระเกี้ยว) – พระแสงจักร เหรียญจปร.- ซ้อชัยพฤกษ์ เป็นต้น และเหรียญที่ระลึก ได้แก่ เหรียญเสด็จประพาสยุโรป ครั้งที่ 1 ร.ศ.116 เหรียญรัชชังคลาภิเศก เหรียญที่ระลึกเฉลิมพระชนมพรรษา ร.ศ.111 เหรียญรัชฎาภิเศกมาลา เหรียญสำหรับพระราชทานผู้ช่วยในการแนชัณนาลเอกฮีบิซัน เหรียญที่ระลึกสตรพระมาลา เป็นต้น



ภาพที่ 6 เหรียญกษาปณ์สมัยรัชกาลที่ 5



ภาพที่ 7 เหรียญที่ระลึกสมัยรัชกาลที่ 5



ภาพที่ 8 เหรียญที่ระลึกสมัยรัชกาลที่ 5



ภาพที่ 9 เหรียญที่ระลึกสมัยรัชกาลที่ 5

สมัยรัชกาลที่ 6 จัดแสดงเหรียญเงิน พระบรมรูป – ตราไอราพต เหรียญนิกเกิล
ตราพระแสงจักร – อูณาโลม และตลับที่ระลึกในงานพระบรมศพ รัชกาลที่ 5 เป็นต้น



ภาพที่ 10 เหรียญกษาปณ์และเหรียญที่ระลึกสมัยรัชกาลที่ 6



ภาพที่ 11 (ซ้าย) ตลับที่ระลึกในงานพระบรมศพ รัชกาลที่ 5 (ขวา) เหรียญที่ระลึกบรมราชาภิเศก
สมัยรัชกาลที่ 6

สมัยรัชกาลที่ 7 จัดแสดงเหรียญนิกเกิลและเหรียญทองแดง ตราพระแสงจักร – อุกาโลม เหรียญเงิน พระบรมรูป – ตราช้างทรงเครื่อง มีเหรียญที่ระลึกที่สำคัญ เช่น เหรียญที่ระลึกพระราชพิธีบรมราชาภิเษกรัชกาลที่ 7 เหรียญที่ระลึกเฉลิมพระนคร 150 ปี



ภาพที่ 12 เหรียญกษาปณ์และเหรียญที่ระลึกสมัยรัชกาลที่ 7

สมัยรัชกาลที่ 8 จัดแสดงเหรียญนิกเกิลและเหรียญทองแดง ตราพระแสงจักร – อุกาโลม เหรียญตึบูก (เหรียญเซนต์) เป็นต้น เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำทั่วโลก และสงครามโลกครั้งที่ 2 ทำให้มีการผลิตเหรียญที่ระลึกสมัยรัชกาลที่ 7 และรัชกาลที่ 8 น้อยกว่ารัชกาลก่อน



ภาพที่ 13 เหรียญกษาปณ์และเหรียญที่ระลึกสมัยรัชกาลที่ 8

สมัยรัชกาลที่ 9 ด้วยเศรษฐกิจที่ดีขึ้น และเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้าขึ้น อีกทั้งรัชกาลที่ 9 ทรงครองราชย์ยาวนาน ในรัชสมัยนี้จึงมีการผลิตเหรียญรวมกว่า 208 วาระ ซึ่งมากที่สุด ในประวัติการณ์การผลิตเหรียญของประเทศไทย เหรียญที่นำมาจัดแสดง ได้แก่ เหรียญกษาปณ์ที่ระลึกเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เนื่องในโอกาสที่สำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ ทูลเกล้าฯ ถวายรางวัลความสำเร็จสูงสุดด้านการพัฒนามนุษย์ พ.ศ. 2549 และเหรียญกษาปณ์ที่ระลึกเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เนื่องในโอกาสที่สหภาพวิทยาศาสตร์ทางดินนานาชาติ ทูลเกล้าฯ ถวายรางวัลนักวิทยาศาสตร์ดินเพื่อมนุษยธรรม พ.ศ.2558 เป็นต้น



ภาพที่ 14 เหรียญกษาปณ์ที่ระลึกและเหรียญที่ระลึกสมัยรัชกาลที่ 9

1.5.1.3 นิทรรศการชั่วคราว สืบราชย์ สานพระราชปณิธาน

นิทรรศกล่าวถึงพระราชประวัติ และพระราชกรณียกิจในรัชกาลปัจจุบัน เหรียญที่นำมาจัดแสดง ได้แก่ เหรียญกษาปณ์ที่ระลึกในโอกาสที่สมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมารทรงสำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนเสนาธิการทหารบก เหรียญกษาปณ์หมุนเวียน เหรียญที่ระลึกบรมราชาภิเษก และเหรียญกษาปณ์ที่ระลึกเพื่อส่งเสริมกิจการองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) เป็นต้น



ภาพที่ 15 ภายในห้องนิทรรศการชั่วคราว สืบราชย์ สานพระราชปณิธาน



ภาพที่ 16 เหรียญกษาปณ์ที่ระลึกในโอกาสที่สมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมารทรงสำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนเสนาธิการทหารบก

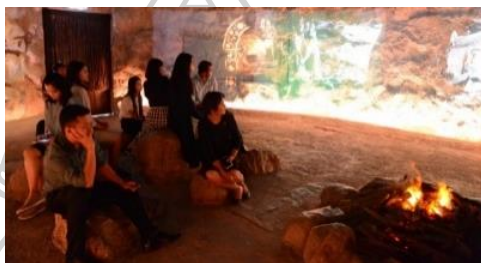


ภาพที่ 17 เหรียญกษาปณ์ที่ระลึกเพื่อส่งเสริมกิจการองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO)

1.5.1.4 นิทรรศการถาวร ห้องที่ 1 ปฐมบทแห่งเงินตรา

เนื้อหาและรูปแบบการจัดแสดง

เล่าเรื่องวิวัฒนาการของเงินตราซึ่งมีที่มาจากการแลกเปลี่ยนสื่อกลางซึ่งเป็นวัตถุสิ่งของต่าง ๆ ในสังคมมนุษย์ตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ สู่การปรับปรุงวัสดุโดยใช้โลหะเป็นสื่อกลาง เมื่อมนุษย์ได้ค้นพบโลหะ และรู้จักการถลุงโลหะ รูปแบบการจัดแสดงเป็นการฉายภาพยนตร์ ๔ มิติ ซึ่งฉายบนผนังถ้ำผ่านมุมมอง ๓๖๐ องศา ประกอบด้วย แสง สี เสียง การสั่นสะเทือน กลิ่น และควัน จากการสำรวจในสมุดเยี่ยมพิพิธภัณฑ์ และการสัมภาษณ์พบว่า เด็กและเยาวชนชอบนิทรรศการห้องนี้เป็นพิเศษ



ภาพที่ 18 นิทรรศการถาวร ห้องที่ 1 ปฐมบทแห่งเงินตรา



ภาพที่ 19 ภาพยนตร์อนิเมชันเรื่องการแลกเปลี่ยนสื่อกลางซึ่งเป็นวัตถุสิ่งของต่าง ๆ ในสังคมมนุษย์

1.5.1.5 นิทรรศการถาวร ห้องที่ 2 เส้นทางวิวัฒนาการเงินตรา

เนื้อหาและรูปแบบการจัดแสดง

จัดแสดงให้เห็นความแตกต่างของสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนอันเกิดจากปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมความเชื่อของผู้คนในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ ช่วงที่ 1 กลมกลืนธรรมชาติ ช่วงที่ 2 รู้จักประดิษฐ์ประดิษฐ์ และช่วงที่ 3 โลหะ สินแร่มีค่า จัดแสดงโดยใช้วัตถุจริง ร่วมกับการจำลองโบราณวัตถุขนาดเท่าจริง และแบบย่อส่วน และมีจุด Interactive Games ให้ได้ลองแลกเปลี่ยนสิ่งของระหว่างกัน

(1) กลมกลืนธรรมชาติ

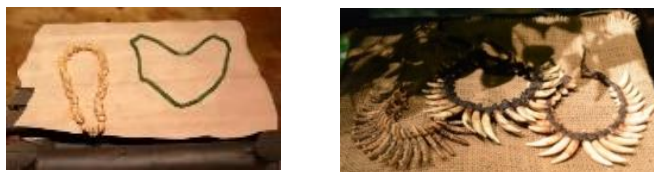
จัดแสดงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งแลกเปลี่ยน เช่น หอยเบี้ย เปลือก และ เมล็ดโกโก้



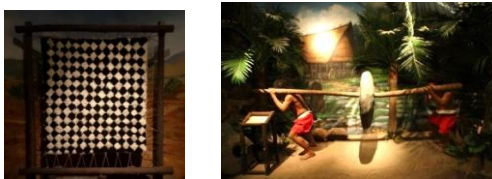
ภาพที่ 20 การจัดแสดงหอยเบี้ย และหุ่นจำลองการเก็บหอยเบี้ย

(2) รู้จักประดิษฐ์ประดิษฐ์

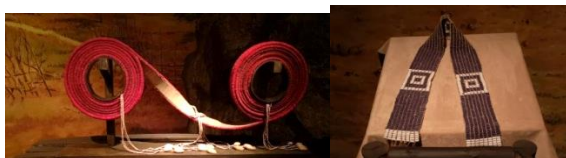
จัดแสดงสิ่งของที่เกิดจากฝีมือมนุษย์ โดยทำให้สิ่งของตามธรรมชาติรอบตัวที่หายาก มีความสวยงามและมีคุณค่ามากขึ้นเพื่อใช้ในการแลกเปลี่ยน เช่น ผ้าทอ เงินชนก เข็มขัดเปลือกหอย ลูกปัด และเขี้ยวสัตว์ เป็นสื่อกลางการแลกเปลี่ยนที่แพร่หลายเช่นเดียวกับหอยเบี้ย ในทวีปแอฟริกาใช้เขี้ยวสัตว์เป็นทั้งเครื่องประดับ เครื่องราง เครื่องบอกสถานะทางสังคมและสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน ความยากลำบากจากการเดินทางในทะเล ทำให้วัตถุอย่างก้อนหินกลายเป็นสิ่งมีค่าที่ใช้จ่ายค่าปรับสินไหมชดเชยได้เช่นกัน เรียกว่า เงินก้อนหิน (Stone Money)



ภาพที่ 21 (ซ้าย) เครื่องประดับจากลูกปัด (ขวา) เครื่องประดับที่ประดิษฐ์จากเขี้ยวสัตว์



ภาพที่ 22 (ซ้าย) ผ้าทอของชาวอัฟริกัน (ขวา) การจัดแสดงเงินก้อนหิน (Stone Money)



ภาพที่ 23 (ขวา) เงินชนนิกใช้เป็นสินสอดทองหมั้นสำหรับคู่บ่าวสาว (ขวา) เข็มขัดเปลือกหอยใช้ใน

การทำข้อตกลงระหว่างหมู่บ้าน

(3) โลหะ สีนแร่มีค่า

จัดแสดงเงินที่ทำจากโลหะใช้เพื่อการแลกเปลี่ยน เมื่อมนุษย์เริ่มรู้จักสินแร่โลหะ มนุษย์เริ่มนำโลหะมาใช้ทำอาวุธและเครื่องมือเครื่องใช้ รวมถึงการนำมาทำเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน ด้วยคุณสมบัติของโลหะที่มีความคงทนถาวร สามารถทำการหลอมเป็นรูปร่างและตัดแบ่งได้ ทำให้สะดวกในการพกพาเพื่อใช้จ่าย และสามารถหลอมรวมเข้ามาเป็นก้อนเดียวกันได้โดยไม่เสียคุณสมบัติที่สำคัญ โลหะมีมูลค่าสูง เพียงก้อนเล็กสามารถแลกกับสินค้าอื่นได้จำนวนมากจึงนิยมใช้โลหะ

ในการแลกเปลี่ยนมากขึ้น วัตถุจัดแสดง ได้แก่ เงินลาริน เงินเบ็ดตกปลา เงินรูปสัตว์ เงินหน้าผี เงินมีด เมื่อมนุษย์นำโลหะมาทำอาวุธและเครื่องใช้ต่าง ๆ ต่อมาได้มีการนำสิ่งเหล่านั้นมาใช้แลกเปลี่ยนกันแบบสิ่งของต่อสิ่งของด้วย และภายหลังได้ลดทอนวัสดุ ความคงทนและขนาดของที่ใช้เพื่อแลกเปลี่ยนนั้นลงแต่ยังคงรูปแบบดั้งเดิมของอาวุธและเครื่องใช้ต่าง ๆ เช่น มีด ขวาน กุญแจนั้นไว้ และมีการใช้ในพิธีกรรม เช่น เงินรูปสัตว์ เมื่อพบตีบुकที่ขุดได้เป็นครั้งแรกต้องนำมาหล่อเป็นรูปสัตว์ เช่น จระเข้ ไก่ ปลา นก เพื่อเซ่นไหว้เจ้าที่ก่อนนำไปขายหรือใช้ประโยชน์ (ฝ่ายพิพิธภัณฑท์เหรียญ, 2559: 1-2)



ภาพที่ 24 การจัดแสดงโลหะที่ใช้ในแลกเปลี่ยน



ภาพที่ 25 เงินรูปสัตว์

นอกจากเงินที่ทำจากโลหะแล้ว ภายในห้องจัดแสดงนี้ มีกิจกรรมให้ประทับตราบนกระดาษด้วยเครื่องประทับตราภาพพิมพ์ลายนูน (Paper Embossing) เป็นลวดลายรูปสิงโตซึ่งเป็นตราประทับบนเงินลิเดีย เงินในรูปแบบเหรียญแรกของโลก จากการสังเกตผู้ชมสนใจกิจกรรมนี้มาก แต่ลวดลายที่ประทับออกมามองเห็นได้ไม่ชัดเจนเนื่องจากเป็นภาพพิมพ์ไร้สีซึ่งมีความนูนเพียงเล็กน้อย คนตาดีจะมองเห็นได้ยาก แต่ผู้พิการทางสายตาสามารถสัมผัสลวดลายได้



ภาพที่ 26 ภาพพิมพ์ลายนูน (Paper Embossing) เหรียญลิเดีย

1.5.1.6 ห้องนิทรรศการ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระผู้ปฏิรูป เหรียญกษาปณ์ไทย

พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงริเริ่มปฏิรูปเงินตราของสยามในระบบใหม่ โดยเปลี่ยนแปลงการใช้เงินพดด้วงสู่การใช้เหรียญกษาปณ์ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ราชทูตไทยที่เดินทางไปเจริญสัมพันธไมตรีกับอังกฤษ สั่งซื้อเครื่องจักรผลิตเหรียญเข้ามาใช้ในสยาม และให้จัดตั้งโรงกษาปณ์เป็นแห่งแรกขึ้นใน พ.ศ. ๒๔๐๓ พระราชทานนามว่า “โรงกษาปณ์สิทธิการ” มีการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณะของเงินตรา ชนิดราคา และกระบวนการผลิตให้สามารถป้องกันการปลอมแปลง ให้มีความเป็นสากล การปฏิรูปเงินตราในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ ๔ เป็นผลให้ประเทศสยามมีเหรียญกษาปณ์ใช้สับเนื่องมากกว่า ๒ ศตวรรษ ภายในห้องนิทรรศการนี้จัดแสดงโดยใช้ภาพวาดลายเส้น ภาพถ่ายโบราณ ร่วมกับ Animation



ภาพที่ 27 การจัดแสดงภายในห้องนิทรรศการพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว
พระผู้ปฏิรูปเหรียญกษาปณ์ไทย



ภาพที่ 28 (ซ้าย) ภาพวาดลายเส้นภายในห้องนิทรรศการ (ขวา) ภาพถ่ายโบราณภายในห้อง
นิทรรศการ

1.5.2.1 นิทรรศการที่ 1 นานาอาณาจักรเหริญ

เนื้อหาและรูปแบบการจัดแสดง

จัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับเหริญในสมัยเริ่มแรกที่ปรากฏในดินแดนไทย หรือสุวรรณภูมิ ได้แก่ พุณัน ทวารวดี ลพบุรี และศรีวิชัย เงินตราโบราณเหล่านี้มีลวดลายและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่เป็นมงคล โดยจัดแสดงเงินตราโบราณร่วมกับหุ่นจำลองวิถีชีวิตผู้คนในสมัยต่างๆ ผ่านสภาพสังคม และการค้าของดินแดนในอาณาจักรโบราณ ประกอบกับภาพยนตร์แอนิเมชัน ภาพวาด และเทคนิคระบบพื้นสัมผัสเตือน สร้างบรรยากาศให้เหมือนอยู่บนเรือสำเภา มีเงินตราที่สำคัญ ได้แก่

(1) เงินตราสมัยพุณัน

อาณาจักรพุณัน (พุทธศตวรรษที่ 6 – 11) มีเงินตราที่สำคัญ คือเหริญอาทิตยอุทัย – ศรีวัตสะ ซึ่งจัดสร้างด้วยโลหะเงิน มีตราประทับทั้งสองด้าน ด้านหนึ่งเป็นรูปพระอาทิตยขึ้นเหนือแม่น้ำ ล้อมรอบด้วยจุดไข่ปลา ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์ ชนชาติต่าง ๆ ในวัฒนธรรมโบราณนับถือพระอาทิตย เนื่องจากแสงอาทิตย์ขับไล่ความหนาวเย็น และความหวาดกลัวต่อความมืด พระอาทิตยจึงเป็นเหมือนความหวังและความเบิกบาน ส่วนอีกด้านหนึ่งเป็นสัญลักษณ์ “ศรีวัตสะ” แปลว่าที่อยู่แห่งศรี เป็นรูปคนในชุดเสื้อมวยแบบทูนิก้ากำลังยืนให้พรอยู่ภายในอาคาร สันนิษฐานว่าเป็นสัญลักษณ์แสดงถึง พระศรี ซึ่งเป็นเทพแห่งโชคลาภและความอุดมสมบูรณ์ ความรุ่งเรืองด้วยลาภยศและสมบัติพิสดาน เหริญอาทิตยอุทัย – ศรีวัตสะ จึงมีความหมายว่า “พระศรีผู้ซึ่งอยู่ในบ้านของท่านเป็นผู้อำนวยพร อำนวยโชค” ซึ่งโชคเป็นความไม่แน่นอน หมุนเวียนไป จึงแทนค่าด้วยสวัสดิกะ สัญลักษณ์ของความหมุนเวียนที่ไม่สิ้นสุด ซึ่งรับมาจากวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำสินธุ ในอินเดีย เหริญอาทิตยอุทัย – ศรีวัตสะ บางเหริญมีสัญลักษณ์รูปพระจันทร์และรูปพระอาทิตยประดับอยู่ด้านบน หมายถึง ดินฟ้าอากาศ และน้ำฝนที่พระศรีจะบันดาลให้ตกต้องตามฤดูกาล ทำให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ทางด้านอาหาร (นวรรตน์ เลชะกุล, 2555: 73-74)



ภาพที่ 29 (ซ้าย) บรรยากาศภายในห้องจัดแสดงเงินตราสมัยพุณัน (ขวา) การจัดแสดงเงินตราสมัยพุณัน

(3) เงินตราสมัยลพบุรี

ลพบุรี หรือละโว้ ได้มีการผลิตเหรียญกษาปณ์ทั้งเหรียญสัญลักษณ์ และเหรียญจารึกขึ้นใช้เช่นเดียวกับทวารวดี ทำด้วยโลหะมีค่าต่าง ๆ เช่น ทองคำ เงิน และดีบุก ส่วนเงินย่อยใช้หอยเบี้ย



ภาพที่ 32 เหรียญสมัยลพบุรี

(4) เงินตราสมัยศรีวิชัย

อาณาจักรศรีวิชัย (พุทธศตวรรษที่ 13-18) มีเมืองสำคัญ ได้แก่ เมืองไชยา นครศรีธรรมราช มีอาณาเขตตลอดลงไปจนถึงเมืองปาเล็มบังในเกาะสุมาตรา มีการค้าทางทะเลเป็นสำคัญ มีการใช้เหรียญที่ผลิตจากโลหะทองคำ เงิน และอิเล็กทรอนิกส์ เงินตราที่สำคัญในสมัยนี้ คือ เงินดอกจัน เป็นเหรียญเงินกลมมีตราดอกจันรูปสี่เหลี่ยมประทับไว้ด้านหนึ่ง อีกด้านหนึ่งมีอักษรสันสกฤตโบราณคำว่า “วร” แปลว่า ประเสริฐ การออกแบบแสดงถึงอิทธิพลการออกแบบที่มาจาก อาหรับ อินเดีย และจีน ซึ่งเดินเรือเข้ามาติดต่อค้าขาย



ภาพที่ 33 (ซ้าย) เงินนะโม (ขวา) เงินดอกจัน

1.5.2.2 นิทรรศการที่ 2 เริ่มต้นอาณาจักรไทย

เนื้อหาและรูปแบบการจัดแสดง

จัดแสดงเงินตราในอาณาจักรไทยนับแต่สุโขทัย อโยธยา และอาณาจักรที่ร่วมสมัยได้แก่ ล้านนา และล้านช้าง โดยมีจุดเด่นที่เงินพดด้วงซึ่งเป็นเงินตราของชนชาติไทยในอดีตที่ถือว่า มีรูปแบบที่โดดเด่น มีอัตลักษณ์ และมีการใช้มาอย่างยาวนานตั้งแต่สมัยสุโขทัย จนถึงรัตนโกสินทร์ตอนต้น การจัดแสดงเงินพดด้วงในยุคสมัยต่าง ๆ ประกอบกับการใช้หุ่นจำลองผู้คนแต่ละยุคสมัยแบบเสมือนจริง เพื่อแสดงภาพตลาดการค้า เศรษฐกิจ และวิถีชีวิตคนไทยในสมัยอาณาจักรสุโขทัยและอโยธยา



ภาพที่ 34 บรรยากาศจำลองตลาดการค้าในอาณาจักรไทย

(1) เงินตราสมัยสุโขทัย

(1.1) เงินพดด้วงสมัยสุโขทัย

เป็นเงินตราในสมัยสุโขทัยที่สำคัญ สันนิษฐานว่าเงินพดด้วงมีที่มาจากเงินกำไล หรือเงินขาคีม และวิวัฒนาการรูปแบบมาเป็นเงินพดด้วงแบบสุโขทัย ซึ่งใช้ต่อมาในสมัยอโยธยา ธนบุรี และ รัตนโกสินทร์ ในสมัยสุโขทัยมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรี ประชาชนสามารถผลิตเงินพดด้วงขึ้นใช้เอง เงินพดด้วงในสมัยนี้จึงมีตราประทับที่หลากหลาย

ลักษณะของเงินพดด้วงยุคแรกในสมัยสุโขทัย มีรูตรงกลางแสดงถึงความสามารถในการพกพาไปที่ต่าง ๆ โดยการร้อยเข้าด้วยกัน อาจคาดเอว หรือสวมคอเป็นเครื่องประดับ มีกรรมวิธีในการผลิตเริ่มจากการหลอมเงินบริสุทธิ์ให้ละลายและเทลงในเบ้าที่เป็นแบบ เมื่อเนื้อเงินเย็นจึงใช้ค้อนทุบปลายให้งอเข้าหากันทั้งสองด้าน และทำเครื่องหมายที่เป็นสัญลักษณ์ของพระเจ้าแผ่นดิน หรือสัญลักษณ์ทางศาสนา ซึ่งรวมทั้งสัตว์ และสิ่งของที่เป็นมงคล เช่น รูปช้าง หอยสังข์ ราชสีห์ ราชวดี ธรรมจักร ลงบนพื้นผิว และมีรอยบากที่ขาเพื่อพิสูจน์ความบริสุทธิ์ของเนื้อเงิน รูปแบบพัฒนาการเงินพดด้วงนั้นมีหลากหลาย แต่รูปแบบที่เด่นชัดที่สุด คือ รูที่อยู่ตรงกลางหายไป

และรอยบากบริเวณขาทั้ง 2 ข้าง มีขนาดเล็กลงจนหายไปมากที่สุด ซึ่งรูปแบบนี้ได้สืบทอดมายังสมัยอยุธยา โดยสามารถจำแนกความแตกต่างของเงินพดด้วงทั้งสองอาณาจักรได้ด้วยการพิจารณาจากตราแผ่นดินที่ตอกลงบนเงินพดด้วง (ฐิตินันท์ พงษ์ด้วง, มปป.: 3)



ภาพที่ 35 เงินตราที่ใช้ในสมัยสุโขทัย เงินคุบ เงินพดด้วง หอยเบี้ย



ภาพที่ 36 (ซ้าย) ตราประทับต่าง ๆ บนเงินพดด้วงสมัยสุโขทัย (ขวา) ตราประทับรูปช้างบนเงินพดด้วงสมัยสุโขทัย

(2) เงินตราอาณาจักรล้านนา

(2.1) เงินเจียง

เงินเจียง เป็นเงินตราสำคัญและมีมูลค่าสูงที่สุดของอาณาจักรล้านนาทำจาก เนื้อเงินเปอร์เซ็นต์สูง บนเงินเจียงแต่ละอันมีตราตัวเลขเพื่อบอกชนิดราคา ตราชื่อเมืองคือแหล่งผลิต และตราจักรสัญลักษณ์ของอำนาจเจ้าเมืองประทับอยู่



ภาพที่ 37 เงินเจียง

(2.2) เงินไซซี

เงินไซซี คือ เงินที่มีแหล่งกำเนิดจากประเทศจีน ใช้กันในอาณาจักรล้านนา และสุโขทัย เป็นโลหะเงินที่มีความบริสุทธิ์สูง มีรูปร่างต่างๆ กัน เช่น สำเภา อานม้า และขนมครก เป็นต้น เงินไซซีจะมีตราอักษรจีนตอกประทับทั้งด้านหน้าและด้านหลังเพื่อบอกชื่อเมืองที่ผลิต และวัตถุประสงค์ของการใช้เงินก้อนนั้น เช่น ภาษีเกลือ ภาษีชา หรือปีที่ผลิตขึ้น คำว่า ไซซี เป็นภาษา กวางตุ้ง แปลว่า ไหมละเอียด หมายถึงเงินที่บริสุทธิ์จนสามารถตีเป็นเส้นเล็ก ๆ ดุจเส้นไหม



ภาพที่ 38 เงินไซซี (เงินสำเภา)

(3) เงินตราอาณาจักรล้านช้าง

(3.1) เงินลาด

เงินลาดเป็นเงินของอาณาจักรล้านช้างที่ร่วมสมัยกับสุโขทัย ทำด้วยโลหะ ทองลงหิน เคลือบผิวสีเงิน มีรูปร่างคล้ายเงินฮ้อยแต่เรียวยาวเล็กกว่า มีตราประทับ 3 ดวง โดยตรงกลางเป็นตราจักร ช้าง เต่า ปลา และดอกไม้ เป็นต้น



ภาพที่ 39 เงินลาด

(4) เงินตราสมัยอยุธยา

ในสมัยอยุธยามีระบบเศรษฐกิจที่รัฐผูกขาดทางการค้าโดยเฉพาะ รัฐเป็นผู้ผูกขาดดูแลการค้ากับต่างประเทศ โดยจัดตั้งพระคลังสินค้าเพื่อให้การค้ามีประสิทธิภาพ จึงต้องมีการวางระบบเงินตราและกำหนดมาตรฐานทางการเงินเพื่อควบคุมการค้าและการคลัง โดยเป็นผู้ผูกขาดการผลิตเงินพดด้วงซึ่งแตกต่างไปจากสมัยสุโขทัย

(4.1) เงินพดด้วงสมัยอยุธยา

เงินพดด้วงสมัยอยุธยาเป็นเงินตราที่ถูกผูกขาดโดยรัฐ ดังนั้นจึงมีรูปแบบและตราประทับที่เป็นมาตรฐานเหมือนกัน โดยมีตราประจำแผ่นดิน ซึ่งเป็นตราจักรประทับที่ด้านบน แบ่งลักษณะใหญ่ ๆ ได้ 2 แบบ คือ แบบที่ 1 ตราจักร 6 แฉก บางครั้งเรียกว่า ตราวงล้อธรรมจักร แบบที่ 2 ตราจักรแบบจุด มีลักษณะแปดจุดล้อมรอบจุดกลางใหญ่ และมีตราประจำรัชกาลประทับ

ที่ด้านหน้า ซึ่งพบว่ามีกว่า 30 รูปแบบ โดยสามารถแบ่งลักษณะตราประจำรัชกาลได้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มแรก เป็นรูปดอกบัว กลีบดอกบัว หรือพุ่มข้าวบิณฑ์ กลุ่มสอง เป็นรูปสัตว์ เช่น ช้าง หอยสังข์ ครุฑ กลุ่มสาม เป็นรูปราชวัตร คือจุดอยู่ในกรอบสามเหลี่ยม (ฐิตินันท์ พงษ์ดั่ง, มปป.: 4)



ภาพที่ 40 (ซ้าย) เงินพดด้วงสมัยอยุธยา ตราช้าง (ขวา) เงินพดด้วงสมัยอยุธยาตราครุฑ



ภาพที่ 41 (ซ้าย) เงินพดด้วงสมัยอยุธยา ตราบัวยันต์ (ขวา) เงินพดด้วงสมัยอยุธยา ตราพระ
ข่อมดอกไม้หรือข่อมอกไม้



ภาพที่ 42 (ซ้าย) เงินพดด้วงสมัยอยุธยา ตรากำนันบัว (ขวา) เงินพดด้วงสมัยอยุธยา
ตราพุ่มข้าวบิณฑ์



ภาพที่ 43 (ซ้าย) เงินพดด้วงสมัยอยุธยา ตราอุทุมพร (กลาง) ตรา 5 จุด (ขวา) ตราราชวัตร



ภาพที่ 44 ตราประทับบนเงินพดด้วงสมัยอยุธยา



ภาพที่ 45 การจัดแสดงการค้าในอาณาจักรอยุธยา

(5) เงินตราสมัยรัตนโกสินทร์

ในสมัยต้นรัตนโกสินทร์ยังคงมีการใช้เงินพดด้วงร่วมกับการใช้หอยเบี้ยซึ่งเป็นเงินปลีก โดยมีการตอกตราประจำราชวงศ์และตราประจำรัชกาลอย่างชัดเจน รัชกาลที่ 1 ตราประจำรัชกาลเป็นตราอุณาโลม ส่วนตราประจำรัชกาล คือ ตราจักร รัชกาลที่ 2 ใช้ตราครุฑ เป็นตราประจำรัชกาล ส่วนตราของราชวงศ์ใช้รูปจักร สมัยรัชกาลที่ 3 มีการค้าขายกับจีนอย่างเจริญรุ่งเรือง และเกิดภาวะเบี้ยเฟื้องขึ้น ตราประทับในรัชกาลนี้โดยทั่วไปใช้ตราปราสาท และมีการใช้ตราประทับอีกหลายตรา เช่น ตราเฉลว ตราดอกไม้ ตราใบมะตูม ตราปลายลูกศร เป็นต้น และเริ่มมีการทดลองผลิตเหรียญกษาปณ์แบบอินเดียแต่ไม่ได้นำออกใช้ ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 4 มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างมาก ทำให้พดด้วงไม่เพียงพอต่อความต้องการ เนื่องจากวิธีการผลิตที่มีหลายขั้นตอน และใช้แรงงานคนในการผลิตจึงทำได้ช้าและได้ปริมาณน้อย และเกิดภาวะเบี้ยเฟื้อง จึงเกิดมีการทำพดด้วงปลอมขึ้นเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีความต้องการใช้พดด้วงมากแต่ทางการไม่สามารถผลิตให้ทันต่อความต้องการได้ ดังนั้นจึงมีบทลงโทษผู้ปลอมแปลงพดด้วง และอนุญาตให้นำเงินต่างชาติมาใช้ได้ แต่ชาวพระนครไม่นิยมใช้ ต่างจากหัวเมืองทางภาคใต้ที่มีการใช้กันเป็นปกติ



ภาพที่ 46 การจัดแสดงหุ่นจำลองขั้นตอนการผลิตพดด้วง (สมัยรัตนโกสินทร์)



ภาพที่ 47 ตราประทับบนเงินพดด้วงสมัยธนบุรี – รัตนโกสินทร์ตอนต้น



ภาพที่ 48 (ซ้าย) พดด้วงสมัย ร.1 ตราพระแสงจักร – ตริศูล (ขวา) พดด้วงสมัย ร.1 ตราพระแสงจักร – อุณาโลม



ภาพที่ 49 พดด้วงสมัย ร.2 ตราครุฑ ด้านบนตอกตราพระแสงจักร



ภาพที่ 50 พดด้วงสมัย ร.3 ตราพระแสงจักร - ปราสาท



ภาพที่ 51 (ซ้าย) พดด้วงสมัย ร.3 ตราพระแสงจักร - หัวลูกศร (ขวา) พดด้วงสมัย ร.3 ตรารวงผึ้ง



ภาพที่ 52 (ซ้าย) พดด้วงสมัย ร.4 ตราพระแสงจักร - พระมหามงกุฎ (ขวา) พดด้วงสมัย ร.3 ตราพระ
เต้า



ภาพที่ 53 (ซ้าย) พดด้วงทองคำสมัยร.4 ตราพระแสงจักร - พระมหามงกุฎ (ขวา) พดด้วงทองคำ
สมัย

ร.4 ตราพระเต้า



ภาพที่ 54 พดด้วงสมัย ร. 5 ตราพระแสงจักร - พระจุลมงกุฎ - ช่อรำเพย



ภาพที่ 55 เหรียญเงินเม็ทซิกันตอกตราพระมหามงกุฎเพื่อรับรองเนื้อเงิน

1.5.2.3 นิทรรศการที่ 3 กษาปณ์รัตนโกสินทร์

เนื้อหาและรูปแบบการจัดแสดง

จัดแสดงเงินตราสมัยรัตนโกสินทร์ บอกเล่าประวัติความเป็นมาของการเริ่มใช้เหรียญกษาปณ์ตามหลักสากลนิยมตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ ๔ จนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีเรื่องราวเกี่ยวกับการบุกเบิกปฏิรูป ปรับปรุง และพัฒนาเหรียญกษาปณ์ไทยในระยะเวลากว่า 2 ศตวรรษ



ภาพที่ 56 บรรยากาศภายในห้องนิทรรศการกษาปณ์รัตนโกสินทร์

ในพ.ศ. 2400 หลังการใช้เหรียญต่างประเทศร่วมกับเงินตราเดิมคือเงินพดด้วง และหอยเบี้ยหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจแล้ว ประชาชนบางกลุ่มนิยมนำเหรียญตราต่างชาติและเงินพดด้วงมาดัดแปลงทำเป็นเครื่องประดับแต่งกายบุตรหลาน รัชกาลที่ 4 จึงได้ทรงให้ออกหมายประกาศให้เห็นถึงความไม่สมควรว่า บนเหรียญเหล่านั้นมีสัญลักษณ์เกี่ยวกับกษัตริย์ ความเชื่อของศาสนานั้น ๆ อยู่ ตลอดทั้งยังมีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากทำให้เกิดความขาดแคลนเงินตราหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ และมีประกาศเกี่ยวกับเหรียญตราต่างชาติว่า หากราษฎรไม่เชื่อเนื้อเงินเหรียญ ก็จะตีตราอย่างตราเงินบาทลงในแผ่นเงินเหรียญมาให้เป็นสำคัญ ให้ราษฎรเชื่อว่าเป็นเนื้อเงินดี ซึ่งประชาชนบางส่วนยังคงไม่รับเหรียญตราต่างชาติ จึงต้องมีพระราชประกาศให้ใช้เหรียญตราต่างชาติอีกครั้ง และมีการให้ปรับเงินกับผู้ที่ไม่ยอมรับเหรียญตราต่างชาติอีกด้วย ต่อมาจึงมีพระราชดำริในการจะผลิตเหรียญตราแบบสากลขึ้นใช้ จึงมีรับสั่งให้ทูตสยามที่ไปเจริญสัมพันธไมตรีกับประเทศอังกฤษ จัดซื้อเครื่องผลิตเหรียญเข้ามายังกรุงเทพฯ จากนั้นจึงได้มีการผลิตเหรียญกษาปณ์ขึ้นใช้อย่างสากล (วิภาดา อ่อนวิมล, 2562 : 98-105)

นอกจากนี้ ในรัชสมัยของรัชกาลที่ 4 ยังมีการออกใบพระราชทานเงินตรา หรือเงินกระดากขึ้นเป็นครั้งแรก เรียกว่า หมาย มีลักษณะเป็นกระดากสีขาวพิมพ์ตัวอักษรและมีลวดลายพิมพ์ด้วยหมึกสีดำ ประทับตราพระราชสัญลักษณ์ประจำพระราชวงศ์จักรีรูปพระแสงจักร และพระราชลัญจกรประจำพระองค์รูปพระมหากษัตริย์มงกุฎด้วยสีแดงชาดเพื่อป้องกันการปลอมแปลง หมายที่โปรดให้จัดทำมี ๓ ประเภท ได้แก่ หมายราคาต่ำ หมายราคาต่ำถึง และหมายราคาสูง หมายถึงเงินตราชนิดใหม่ ในขณะที่ราษฎรยังคงคุ้นเคยกับเงินพดด้วงซึ่งเป็นเงินตราโลหะมาแต่โบราณ จึงยังไม่เป็นที่นิยมในขณะนั้น



ภาพที่ 57 การทดลองออกแบบเหรียญกษาปณ์ของไทยในสมัยรัชกาลที่ 3



ภาพที่ 58 เหรียญรุ่นแรกในสมัยรัชกาลที่ 4 (ซ้าย) เหรียญเงินตราพระมหามงกุฎ - ตราพระเต้า (ขวา) เหรียญเงินตราพระมหามงกุฎ - กรุงเทพฯ



ภาพที่ 59 เหรียญบรรณาการทองคำ ตราพระมหามงกุฎ - พระแสงจักร



ภาพที่ 60 เหรียญแต้เม้งทองคำ เหรียญที่ระลึกเหรียญแรกของกรุงรัตนโกสินทร์ในสมัยรัชกาลที่ 4



ภาพที่ 61 เหรียญแต้เม้งเงิน สมัยรัชกาลที่ 4



ภาพที่ 62 เหรียญกษาปณ์ทองแดงตราพระมหามงกุฏ – พระแสงจักร สมัยรัชกาลที่ 4



ภาพที่ 63 การจัดแสดงเงินกระดาษสมัยรัชกาลที่ 4 (ซ้าย) หมาย (ขวา) ใบพระราชทานเงินตรา
แปดตำลึง



ภาพที่ 64 บรรยากาศภายในห้องนิทรรศการ



ภาพที่ 65 เหรียญพระบรมรูป – ตราแผ่นดิน สมัยรัชกาลที่ 5



ภาพที่ 66 เหรียญทองคำพระบรมรูป – ตราแผ่นดิน สมัยรัชกาลที่ 5



ภาพที่ 67 เหรียญเงินตราจุลมงกุฏ – พระแสงจักร



ภาพที่ 68 เหรียญ 5 สตางค์ ตราช่อชัยพฤกษ์ – สยามอาณาจักร



ภาพที่ 69 เหรียญทองแดงตรา จปร. – ช่อชัยพฤกษ์ สมัย ร.5



ภาพที่ 70 เหรียญที่ระลึกเสด็จประพาสยุโรป ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2440 สมัยรัชกาลที่ 5



ภาพที่ 71 เหรียญที่ระลึกในพระราชพิธีทรงผนวชสมเด็จพระบรมโอรสาธิราช เจ้าฟ้ามหาวชิรุณหิศ สมัยรัชกาลที่ 5



ภาพที่ 72 เหรียญที่ระลึกในพระราชพิธีเฉลิมพระสุพรรณบัฏ สมเด็จพระบรมโอรสาธิราช
เจ้าฟ้าวชิรมหิศ สมัยรัชกาลที่ 5

1.5.2.4 นิทรรศการที่ 4 เหรียญกับสังคมไทย

เนื้อหาและรูปแบบการจัดแสดง

จัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับเหรียญในบทบาทต่าง ๆ ในสังคมไทย ทั้งด้านภาษา ศาสนา วัฒนธรรม ความเชื่อ ประเพณี โดยจะเห็นการใช้เหรียญได้จากพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น พระราชพิธีสมโภชเดือนและขึ้นพระอู่ งานบวช งานหมั้น งานแต่งงาน งานศพ และความเชื่อต่าง ๆ เช่น การโยนเหรียญเสี่ยงทาย การนำเหรียญใส่ในกระทงเพื่อขอขมาพระแม่คงคาหรือสะเดาะเคราะห์ เกร็ดความรู้เรื่องเหรียญกับความเชื่อเรื่องโลกหน้าของชาวตะวันตก และความเชื่อเรื่องการพกเหรียญเพื่อความโชคดีของชาวญี่ปุ่น เป็นต้น อีกทั้งความหมายต่าง ๆ ที่แฝงอยู่บนเหรียญ



ภาพที่ 73 บรรยากาศภายในห้องนิทรรศการเหรียญกับสังคมไทย



ภาพที่ 74 การจัดแสดงความหมายของคำว่าเบี้ย ในสำนวนความหมายต่าง ๆ



ภาพที่ 75 การใช้เหรียญในพิธีหมั้น



ภาพที่ 76 การใช้กระดุมที่มาจากเงินพดด้วง และสายนาฬิกาพดด้วง



ภาพที่ 77 การนำเงินตราโบราณมาเป็นเครื่องประดับของชนเผ่ากระเหรี่ยง

1.5.2.5 นิทรรศการที่ 5 เหริยูนานาชาติ

เนื้อหาและรูปแบบการจัดแสดง

จัดแสดงเหริยูนานาชาติ เหริยูที่ระลึกจากนานาชาติอารยประเทศทั่วโลก โดยใช้สัญลักษณ์ และวัฒนธรรมที่โดดเด่นของแต่ละชาติมาจัดแสดงร่วมกับเหริยู มีการจัดแสดงเหริยู โดยแบ่งเป็นหัวข้อต่าง ๆ ได้แก่ 1) ธรรมชาติรังสรรค์ เป็นเหริยูที่จัดทำขึ้นเพื่อบันทึกเกี่ยวกับธรรมชาติ ทั้งสัตว์และพืช 2) สีสันอันมณี เป็นเหริยูที่บรรจุอันมณีต่าง ๆ ไว้ภายในเหริยู เช่น ไช่มุก ห้าทิม ฯลฯ 3) บุคคลเรื่องนาม เป็นเหริยูที่จัดทำขึ้นเพื่อเป็นระลึกถึงบุคคลสำคัญต่าง ๆ เช่น ศิลปิน นักดนตรี นักเดินเรือ 4) มห้ศจรรยการเดินทาง เป็นเหริยูที่จัดทำขึ้นเพื่อบันทึกสถานที่สำคัญต่าง ๆ ของโลกและอวกาศ 5) เหริยูนวัตกรรม ซึ่งเป็นเหริยูที่มีความพิเศษแตกต่างจากเหริยูทั่วไป เช่น บรรจุ DNA ของเสื้อีตารไว้ภายในเหริยู



ภาพที่ 78 การจัดแสดงภายในห้องนิทรรศการที่ 5 เหริยูนานาชาติ



ภาพที่ 79 การจัดแสดงเหริยูนานาชาติร่วมกับสัญลักษณ์ของแต่ละประเทศ



ภาพที่ 80 (ซ้าย) เหริยูรูปทรงอิสระ (ขวา) เหริยูที่ระลึกปีนักษัตรมะเมียจากประเทศจีน



ภาพที่ 81 (ซ้าย) เหรียญรูปดอกไม้ (ขวา) เหรียญที่ระลึกรูปเสียงผาจากประเทศอันดอร์รา



ภาพที่ 82 (ซ้าย) เหรียญที่ระลึกครบรอบ 125 ปี วินเซนต์ แวนโก๊ะห์ (ขวา) เหรียญกาปณ์ที่ระลึกคิตกิวโซแปง จากประเทศอันดอร์รา



ภาพที่ 83 เหรียญที่ระลึกพระนางเนเฟอร์ติตี



ภาพที่ 84 เหรียญที่ระลึก ครบรอบ 400 ปี กัปตันเรือที่มีชื่อเสียงของประเทศคองโก
ภายในเป็นรูปเรือแบบ 3 มิติ

1.5.2.6 นิทรรศการที่ 6 กว่าจะมาเป็นเหรียญ

เนื้อหาและรูปแบบการจัดแสดง

จัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตเหรียญในปัจจุบันที่มีหลายกระบวนการกว่าจะมาเป็นเหรียญ ซึ่งต้องอาศัยฝีมือและความชำนาญในการออกแบบ ตลอดจนกระบวนการผลิตที่ต้องใช้ความละเอียดประณีต โดยใช้การจำลองขั้นตอนการผลิตเหรียญที่สามารถเข้าใจได้ง่ายเป็นภาพการ์ตูน



ภาพที่ 85 บรรยากาศในห้องนิทรรศการกว่าจะมาเป็นเหรียญ



ภาพที่ 86 ภาพการ์ตูนแสดงขั้นตอนการผลิตเหรียญในปัจจุบัน

1.5.2.7 นิทรรศการที่ 7 รู้ออบเหรียญ

เนื้อหาและรูปแบบการจัดแสดง

จัดแสดงเรื่องราวเกร็ดความรู้เกี่ยวกับเหรียญ เช่น ความแตกต่างระหว่างขอบสันเหรียญแต่ละชนิด ประโยชน์ของขอบเหรียญที่ช่วยปกป้องหน้าเหรียญไม่ให้สึกกร่อนลบเลือน ความหมายของลวดลายบนหน้าเหรียญ รวมทั้งการอธิบายลักษณะพิเศษของเหรียญบางเหรียญในปัจจุบัน เช่น เหรียญ 5 บาท มีขอบด้านในเป็นรูปเหลี่ยม ซึ่งแตกต่างจากเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนชนิดอื่น ๆ และเทคนิคต่าง ๆ ในการผลิตเหรียญ



ภาพที่ 87 ห้องนิทรรศการรู้ออบเหรียญ

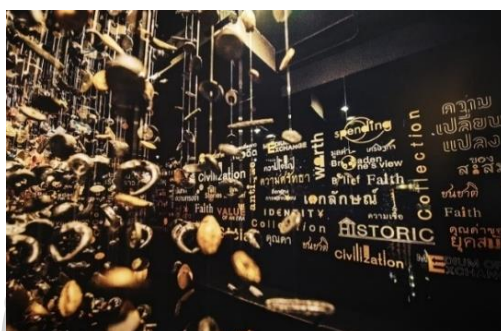


ภาพที่ 88 การจัดแสดงให้ความรู้เรื่องขอบสันเหรียญ

1.5.2.8 นิทรรศการที่ 8 ร้อยเรียงเรื่องเงินตรา

เนื้อหาและรูปแบบการจัดแสดง

เป็นการจัดแสดงโดยสรุปภาพรวมของนิทรรศการทั้งหมดตั้งแต่ต้นนับตั้งแต่ก่อนที่มนุษย์จะค้นพบโลหะ และใช้โลหะเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน จนกระทั่งในยุคปัจจุบันที่รูปแบบของการชำระเงินด้วยสื่อกลางหรือเงินตราได้มีการเปลี่ยนแปลงวิธีไปตามยุคสมัย เกิดการชำระเงินด้วยรูปแบบใหม่ และการก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด



ภาพที่ 89 บรรยากาศในนิทรรศการร้อยเรียงเรื่องเงินตรา

1.5.3 นิทรรศการบริเวณชั้นที่ 3 ได้แก่

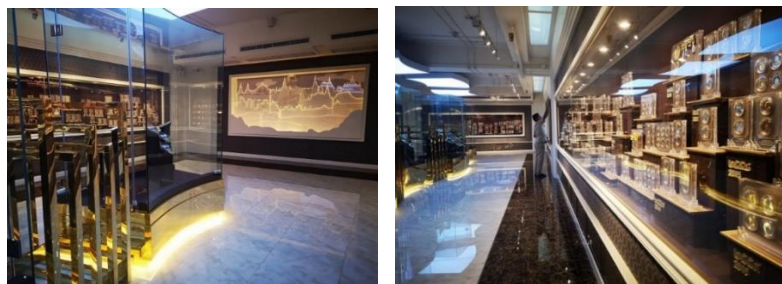
1.5.3.1 ห้องวิวัฒนาการคนไทย

เนื้อหาและรูปแบบการจัดแสดง

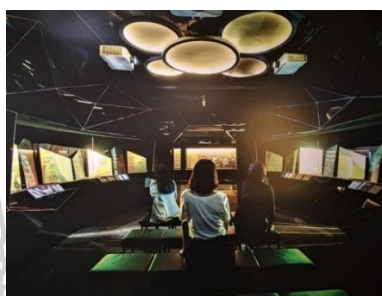
จัดแสดงเหรียญกษาปณ์หมุนเวียน เหรียญกษาปณ์ที่ระลึกและเหรียญที่ระลึกในรัชกาลที่ 9 อย่างครบถ้วนทุกวาระ และเหรียญที่ระลึกขององค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ เช่น เหรียญที่ระลึกครบ 120 ปี กระทรวงการคลัง และเหรียญที่ระลึกประจำจังหวัดต่าง ๆ เป็นต้น



ภาพที่ 90 การฉายวิดีโอทัศน์เรื่องเหรียญกษาปณ์ในสมัยรัชกาลที่ 9



ภาพที่ 91 การจัดแสดงภายในห้องวัฒนธรรมชาติไทย



ภาพที่ 92 บรรยากาศภายในห้องวัฒนธรรมชาติไทย



ภาพที่ 93 (ซ้าย) เหรียญเสด็จนิวัติพระนคร (ขวา) เหรียญที่ระลึกเพื่อส่งเสริมกิจการองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO)



ภาพที่ 94 เหรียญที่ระลึกพระราชพิธีรัชมังคลาภิเษกพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร



ภาพที่ 95 เหรียญที่ระลึกเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตรเนื่องในโอกาสที่องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO) ทูลเกล้าฯ ถวาย “รางวัลผู้นำโลกด้านทรัพย์สินทางปัญญา”



ภาพที่ 96 (ซ้าย) เหรียญพระมหาชนก (ขวา) เหรียญอนุรักษัรรมชาติและสัตว์ป่า



ภาพที่ 97 เหรียญที่ระลึกประจำจังหวัด



ภาพที่ 98 เหรียญที่ระลึกเนื่องในโอกาสครบ 50 ปี องค์การทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ



ภาพที่ 99 เหรียญที่ระลึก 100 ปี กระทรวงการคลัง

ภาคผนวก ข
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการชาวไทย เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณารักษ์

- ท่านประทับใจในพิธีกรรมในพิพิธภัณฑ์เหรียญฯ หรือไม่ ประทับใจอะไรมากที่สุด
- ท่านคิดว่าร้านจำหน่ายของที่ระลึก (Museum shop) ของพิพิธภัณฑ์เหรียญฯ เป็นอย่างไร
- ท่านซื้อของที่ระลึกใน Museum shop ของพิพิธภัณฑ์เหรียญฯ หรือไม่ และสิ่งนั้นคืออะไร
- เหตุผลที่ท่านซื้อของที่ระลึก
- เหตุผลที่ท่านไม่ซื้อของที่ระลึก
- ท่านคิดว่าสัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์เหรียญฯ เป็นอย่างไร สามารถสื่อถึงพิพิธภัณฑ์เหรียญได้หรือไม่
- ท่านคิดว่าการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญฯ เป็นอย่างไร มีความเชื่อมโยงกับพิธีกรรมในพิพิธภัณฑ์เหรียญฯ หรือไม่ ท่านมีความพอใจหรือไม่ อย่างไร
- ท่านเคยซื้อของที่ระลึกใน Museum shop พิพิธภัณฑ์เหรียญฯ หรือไม่
- ถ้าท่านเคยซื้อของที่ระลึกใน Museum shop พิพิธภัณฑ์เหรียญฯ สิ่งนั้นคืออะไร ราคาเท่าไร ท่านมีเหตุผลอย่างไรในการซื้อ
- ถ้าท่านไม่เคยซื้อของที่ระลึกใน Museum shop พิพิธภัณฑ์เหรียญฯ ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการไม่ซื้อ เช่น การออกแบบ ราคา ประโยชน์ใช้สอย คุณภาพ
- ท่านคิดว่าควรปรับปรุงของที่ระลึกใน Museum shop พิพิธภัณฑ์เหรียญฯ ในด้านใด อย่างไรบ้าง เช่น ด้านการออกแบบ ราคา ประโยชน์ใช้สอย คุณภาพ
- ถ้ามีการปรับปรุงของที่ระลึกใน Museum shop พิพิธภัณฑ์เหรียญฯ ตามที่ท่านแนะนำ ท่านคิดว่าท่านจะซื้อหรือไม่ ถ้าซื้อจะซื้อให้ตนเองหรือผู้อื่น
- ท่านคิดว่าของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์สำคัญหรือไม่ อย่างไร
- ท่านคิดว่าของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญฯ ควรผลิตมาเพื่อจำหน่ายเฉพาะในพิพิธภัณฑ์เหรียญฯ เท่านั้นหรือไม่ เพราะเหตุใด
- ท่านคิดว่าควรมีการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญฯ ให้เหมาะสมกับผู้ชมแต่ละกลุ่มหรือไม่

2. คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการชาวต่างชาติ เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณานุกรักษ์

- คุณประทับใจหรือสนใจอะไรในพิพิธภัณฑ์เหรียญษา บ้าง?
- คุณคิดว่านิทรรศการของพิพิธภัณฑ์เหรียญษา เป็นอย่างไร?
- คุณคิดว่า Museum shop พิพิธภัณฑ์เหรียญษา เป็นอย่างไร?
- คุณซื้อของที่ระลึกใน Museum shop พิพิธภัณฑ์เหรียญษา หรือไม่ สิ่งนั้นคืออะไร?
- ทำไมคุณจึงเลือกซื้อของชิ้นนี้?
- คุณซื้อของที่ระลึกเพื่อตัวคุณเองหรือเพื่อคนอื่น?
- คุณคิดว่ารราคาของที่ระลึกใน Museum shop พิพิธภัณฑ์เหรียญษา เป็นอย่างไร ถูก หรือแพง หรือเหมาะสม?
- รราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกหรือไม่?
- มีของที่ระลึกได้อีกบ้างที่คุณต้องการให้มีจำหน่ายใน Museum shop พิพิธภัณฑ์เหรียญษา?

3. คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการที่เป็นเด็กและเยาวชน เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์เหรียญษาปณานุกรักษ์

- ชอบนิทรรศการห้องไหนมากที่สุด?
- คิดว่าจากนิทรรศการที่ชมมีอะไรที่สามารถนำมาออกแบบเป็นสินค้าที่ระลึกได้บ้าง?
- คิดว่าเด็ก ๆ น่าจะอยากได้อะไรเป็นของที่ระลึกจากพิพิธภัณฑ์เหรียญษา
- เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ระลึกมีอะไรบ้าง เช่น ความสวยงาม ประโยชน์ ใช้งาน ราคา ?
- ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญษาควรมีราคาประมาณเท่าไร?

ภาคผนวก ค
ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

1. การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ช่วงที่ 1 เป็นช่วงเวลา Museum shop ในพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์บุรีรัมย์ บริหารงานโดยบริษัทเอกชน ตั้งแต่ พ.ศ. 2557 - 30 กันยายน 2561

1.1 วิสัยทัศน์ ความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของภาครัฐ (บุคลากรภายในสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน)

“...คิดว่าของที่ระลึกที่นี้ก็มีหลากหลายดี พอใจในการออกแบบ ชอบสัญลักษณ์กรมธนารักษ์ ที่พิมพ์บนเสื้อยืด ต้องการซื้อกระเป๋าผ้า และเสื้อยืด แต่คิดว่าของที่ระลึกยังไม่มีความ เชื่อมโยงกับนิทรรศการแต่เชื่อมโยงกับกรมธนารักษ์และเชื่อมโยงกับความเป็นไทยของที่ระลึกยังไม่ มี แปรนต์ LOGO ที่ชัดเจน อยากให้ของที่ระลึกเชื่อมโยงกับนิทรรศการ อาจจะใช้สัญลักษณ์เงินตราโบราณ เช่น เงินพดด้วงสมัยสุโขทัยพิมพ์ลงไปบนสินค้าต่าง ๆ อยากให้ปรับปรุงของที่ระลึกให้ครอบคลุมวัยเด็ก วัยเรียน เพราะในฐานะคนมีลูก ก็อยากซื้อไปฝากลูก อยากให้มีสินค้าสำหรับเด็ก เช่น ขนม ชอกโกแลตรูปเงินพดด้วง เครื่องเขียน กระเป๋า ดินสอ ฯลฯ ที่เด็ก ๆ ใช้ประโยชน์ได้...” (นางนันทน์ภัส เลิศประไพศรี. (2561). ภัณฑารักษ์ระดับปฏิบัติการ. สัมภาษณ์, วันที่ 24 เมษายน.)

“คิดว่าควรให้ความรู้แก่เด็ก ๆ บนของที่ระลึกด้วย โดยการพิมพ์ข้อความสั้น ๆ หรือรูปภาพลงบนสินค้าแต่อย่ามากเกินไป” (นางสาวนันทาวดี ไทรแก้ว (2561). ภัณฑารักษ์ชำนาญการ. สัมภาษณ์, วันที่ 17 พฤษภาคม.)

“...ต่อไป Museum Shop พิพิธภัณฑ์เหรียญฯ จะเป็นงานของสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินทั้งหมด เพราะบริษัทไรท์แมนหมดสัญญาปีนี้ และกำลังจะมีการตั้งคณะทำงานเพื่อรับผิดชอบการออกแบบของที่ระลึก เป็นสินค้าพิพิธภัณฑ์ที่ไม่เกี่ยวกับการจำหน่ายเหรียญ...แต่ก็ยังไม่รู้ว่าจะเป็นยังไง” (นางสาวพูนทรัพย์ เหมทัต. (2561). หัวหน้าฝ่ายจัดหาผลิตภัณฑ์ส่วนจัดการผลิตภัณฑ์. สัมภาษณ์, วันที่ 17 พฤษภาคม.)

1.2 การสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน

“...สินค้าขายดีที่เด็ก ๆ นิยมซื้อ คือ พวงกุญแจ ราคา 35 บาท...” (ชายไม่เปิดเผยชื่อ. (2561). พนักงานขายภายใน Museum Shop พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสิรินธร สังกัดบริษัทไรท์แมน จำกัด. สัมภาษณ์, วันที่ 26 สิงหาคม.)

“...ไรท์แมนได้รับอิสระในการนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายใน Museum Shop พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสิรินธร โดยเลือกจากสินค้าที่เกี่ยวกับเหรียญ และมีความเป็นไทย มีการประชุมกันว่าเอาอะไรมาขาย สำนักทรัพย์สินฯ ให้อิสระไรท์แมนตาม TOR ที่กำหนดไว้ว่าไรท์แมนต้องเป็นผู้จัดหาสินค้าเข้ามาจำหน่ายใน Museum Shop สินค้าในร้านที่ไรท์แมน นำมามี 2 ประเภท คือ สินค้าสั่งผลิตที่มีตราสัญลักษณ์กรมธนารักษ์ และซื้อพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสิรินธร ส่วนประเภทที่ 2 คือ สินค้าที่รับมาจำหน่ายไม่ได้ ออกแบบ ไม่ได้ผลิตเอง ข้อจำกัดของการผลิตและจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับเหรียญ คือ มีกฎระเบียบมาก เช่น นำเหรียญมาทำเป็นเครื่องประดับไม่ได้...” (นางสาวสุภาพรรณ ชิตเจริญ. (2561). ผู้จัดการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสิรินธร. สัมภาษณ์, วันที่ 25 พฤษภาคม.)

1.3 การสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ

1.3.1 ทศนคติ ความต้องการของเด็กและเยาวชนชาวไทย

“...ก็ไม่ค่อยชอบอะไร แต่ถ้าให้เลือกก็คือพวงกุญแจ ชอบเพราะมันเก๋ อยากรู้เอาเหรียญต่างประเทศมาทำเป็นพวงกุญแจด้วยค่ะ...” (ด.ญ. เหวา อายุ : 13 ปี การศึกษา : มัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนศึกษานารี กรุงเทพฯ สัมภาษณ์วันที่ 26 กรกฎาคม 2561)

“...อยากได้ของที่ระลึกที่เกี่ยวกับสถานที่ ของที่เห็นแล้วทำให้คิดถึงสถานที่ หมายถึงที่นี่...” (ด.ญ. ดิน่า อายุ : 13 ปี มัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนศึกษานารี กรุงเทพฯ สัมภาษณ์วันที่ 26 กรกฎาคม 2561)

“...เด็ก ๆ ต้องการซื้อของที่ระลึกไปฝากพ่อแม่ ในราคาไม่เกิน 60 บาท เนื่องจากเด็ก ๆ ได้เงินติดตัวมาไม่มากเพื่อเป็นค่าขนม ไม่ได้เผื่อไว้สำหรับการซื้อของที่ระลึก...” (หญิงไม่เปิดเผยชื่อ. (2561). ครูผู้ดูแลนักเรียน. สัมภาษณ์, วันที่ 23 มีนาคม.)

“...นิทรรศการช้อปปิ้งที่เป็นถ้ำ กับห้องที่มีตราปั๊มกระดาษ...ถ้าให้เลือกของที่ระลึกในร้านจะเลือกจากรองแก้ว (ทำด้วยไม้ ราคา 150 บาท) เพราะมันมีลายนารักดี แต่ถ้าซื้อให้พ่อแม่ พี่

จะซื้อพวงกุญแจเพราะน่าจะดีมีประโยชน์ เอาไปใช้ได้จริง แต่วันนี้ไม่ซื้ออะไรเพราะไม่มีตั้งคร่ำครึ
ถ้าให้ช่วยออกแบบของที่ระลึก คิดว่าน่าจะเป็นพวกเครื่องเขียนเพราะเด็กต้องใช้ จะได้มี
ประโยชน์ แต่ก็ต้องสวยด้วย แบบน่ารัก ๆ...” (ด.ช.นภพลีธี พจนันต์. (2561). นักเรียน ชั้น
ประถมศึกษาปีที่ 6. สัมภาษณ์, วันที่ 28 กันยายน.)

1.3.2 ทศนคติ ความต้องการของผู้ใหญ่วัยทำงานชาวไทย จำนวน 7 คน

“...ยังไม่ซื้ออะไรเพราะราคาส่งเกินไป และยังไม่ถูกใจวัสดุที่ใช้ ราคาลินค้าควรมีหลายระดับ
ถูก-แพง ขึ้นอยู่กับวัสดุที่ใช้ ราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามาก...” (นางเอมอร เลิศประไพ
ศรี. ผู้ให้บริการ (2561). สัมภาษณ์, วันที่ 24 เมษายน)

“...ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญราคาไม่ควรเกิน 200 บาท...” (นายนิรนัย จิตรจร.
ผู้ให้บริการ (2561). สัมภาษณ์, วันที่ 18 พฤษภาคม.)

“...ราคาของที่ระลึกที่ทำให้ตัดสินใจซื้อก็ขึ้นอยู่กับวัสดุที่ใช้ และการออกแบบ เช่น ถ้าเป็น
สมุดโน้ตเล่มเล็ก ราคาไม่ควรถึงหลักร้อย แต่ถ้าเป็นสมุดปกแข็งที่ออกแบบสวยงาม สามารถตั้ง
ราคา 100 – 200 บาทได้...สักไม่ประทับใจของที่ระลึก จริง ๆ ก็ไม่ได้สนใจเหรียญเท่าไร เลย
ไม่ได้ซื้ออะไร คิดว่าของที่ระลึกที่นี้ยังไม่มีความโดดเด่น ไม่มีเอกลักษณ์ ไม่มีความเชื่อมโยงกับ
พิพิธภัณฑ์ ไม่เชื่อมโยงกับนิทรรศการ ของมันก็เหมือนทั่ว ๆ ไป เหมือนข้างนอกอะ LOGO
พิพิธภัณฑ์เหรียญก็ดูเขมามาก พอไปอยู่บนสินค้าก็ทำให้ดูไม่น่าซื้อ มันดูเขยไปเลย” (นางสาว
จิราพร ปิ่นสุวรรณบุตร) ผู้ให้บริการ (2561). สัมภาษณ์, วันที่ 24 เมษายน)

“...คิดว่าของที่ระลึกไม่มีความเชื่อมโยงกับนิทรรศการ ยังไม่เคยซื้อของที่ระลึกที่นี้ เพราะไม่มี
อะไรสื่อถึงพิพิธภัณฑ์เหรียญฯ เลย...ควรปรับปรุงด้านการออกแบบ ควรทำให้สินค้าบ่งบอกถึง
พิพิธภัณฑ์เหรียญฯ ปัจจุบันสินค้าไม่มีความดึงดูดให้ซื้อ ราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ควรแบ่ง
ประเภทราคาของสินค้าให้เด็กสามารถซื้อได้เช่น ดินสอ 3 แท่งราคา 40 บาท ควรออกแบบสิ่งที่
ใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น เครื่องเขียน ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถใช้ได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ สินค้าอื่น ๆ
เช่น ร่ม ของเล่น เช่น กษาปของหยอดเหรียญ รูปแบบเงินตราต่าง ๆ สามารถนำมาออกแบบ
พิมพ์ลงบนสินค้าต่าง ๆ ได้ เช่น ลีไม้ 12 ลีพิมพ์ตราพดด้วง 12 ตรา หรือนำมาพิมพ์บนไม้
บรรทัด หรือทำเป็นขนม เช่น ชอกโกแลต และคุกกี้รูปเงินพดด้วง...ถ้ามีการออกแบบของที่
ระลึกที่ถูกต้อง คิดว่าจะซื้อให้ตัวเองและซื้อให้คนอื่นด้วย คิดว่าของที่ระลึกเป็นสิ่งที่สามารถ

ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์เหรียญฯ ได้” (นางสาวภาณุศรี สีหบุตร อายุ : 32 ปี การศึกษา :
ปริญญาตรี อาชีพ : ข้าราชการ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2561)

“...คิดว่า LOGO ของพิพิธภัณฑ์เหรียญมีเฉพาะคนภายในองค์กรเท่านั้นที่จะรู้ว่าเป็น
สัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์เหรียญ LOGO ของพิพิธภัณฑ์ของกรมธนารักษ์ควรจะมีทิศทาง
เดียวกัน หรือคล้าย ๆ กัน เช่น อาจจะมีสัญลักษณ์นกยูงยักษ์ตัวเล็ก ๆ แล้วมีอย่างอื่น
ประกอบ...คิดว่าของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญไม่น่าซื้อเพราะเป็นสินค้าที่เหมือนกันกับ
สินค้าข้างนอก ใน 7/11 ก็มีขายราคาเท่ากัน ถ้าสินค้าเหมือนกับข้างนอก ราคาควรจะถูกกว่า
เพื่อดึงดูดให้ซื้อ คิดว่าทุกอย่างในนิทรรศการสามารถนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกได้หมด
เช่น เอรูบเหรียญมาทำเป็นปกสมุดฉีก เอรูบบแบบเหรียญโบราณมาเป็นหน้าปกนาฬิกาตั้งโต๊ะหรือนาฬิกาแขวน
หรือใช้เหรียญแทนตำแหน่งตัวเลขบนนาฬิกา...ควรปรับปรุงของที่ระลึกให้เป็นที่
ต้องการ แบบถ้าอยากได้ต้องมาซื้อที่นี่ ของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญไม่ควรเหมือนสินค้าที่
อื่น ควรออกแบบสินค้าใหม่เป็นรายเดือนให้นักสะสม หรือเป็นโปรโมชัน สะสมครบ collection
แล้วสามารถนำมาแลกของได้ 1 ชิ้น หรือ ออกแบบให้ของแต่ละชั้นนำมาประกอบกันได้เป็นของ
อีกชิ้น เช่น ไปสการ์ตออกมาจำหน่ายเดือนละ 1 ลาย และสามารถต่อเป็นภาพใหญ่ได้ 1 ภาพ
คิดว่าของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์สำคัญเพราะทำให้นักถึงที่เราได้เคยไปเยี่ยมชมมาแล้ว...” (นาย
นิรันดร์ จิตรจรรยา (2561). ผู้ให้บริการ อาชีพ ข้าราชการ. สัมภาษณ์, วันที่ 18 พฤษภาคม.)

“...รู้สึกเฉย ๆ กับของที่ระลึกของที่นี่ ก็เลยไม่อยากซื้อ สินค้าไม่ได้ทำให้คิดถึงพิพิธภัณฑ์...คิด
ว่าทุกอย่างในนิทรรศการสามารถนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกได้หมด เช่น การใช้งานของเงิน
รูปแบบของเงิน การออกแบบเป็นแบบเหมือนจริงก็ได้ หรือ เป็นแบบสีสันสด ๆ ก็ได้ หรือเป็น
รูปการ์ตูนก็น่าจะเหมาะกับเด็ก...” (นางสาวรุ่งรวี กล่อมมิตร อายุ : 29 ปี การศึกษา :
ปริญญาตรี อาชีพ : พนักงานราชการ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2561)

2. การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ช่วงที่ 2 เป็นช่วงเวลาที่สำคัญที่สำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดินเป็นผู้บริหาร Museum shop ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2561 – ปัจจุบัน

2.1 วิสัยทัศน์ ความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ (บุคลากรภายในสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน)

“...ตอนนี้ยังไม่มีของที่ระลึกมาวางแทนไรท์แมน (บริษัทไรท์แมน จำกัด) ใน Museum Shop ซึ่งต้องรอส่วนจัดการผลิตภัณฑ์เป็นผู้เลือกสินค้ามาวางจำหน่าย เพราะเป็นหน้าที่ของส่วนจัดการผลิตภัณฑ์ ส่วนภัณฑารักษ์ฝ่ายพิพิธภัณฑ์เหรียญไม่ได้มีหน้าที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องสินค้าของที่ระลึกแต่อาจจะให้แนวความคิดไปว่าต้องการ (ของที่ระลึก) ประเภทไหน ซึ่งต้องรอโครงสร้างสำนักเสร็จก่อน ซึ่งยังไม่ทราบว่าจะเมื่อไหร่ แต่ในอนาคตคิดว่าพิพิธภัณฑ์เหรียญน่าจะมีการออกแบบและผลิตของที่ระลึกเอง เช่น ผ้าพันคอ ลายเงิน พดด้วง... พิพิธภัณฑ์เหรียญมีทรัพย์สินที่สามารถนำมาออกแบบเป็นของที่ระลึกได้มากมาย แต่ยังติดขัดเรื่องเงินงบประมาณ...” (นางจริญญา บุญอมรวิทย์. (2561). หัวหน้าฝ่ายพิพิธภัณฑ์เหรียญ. สัมภาษณ์, วันที่ 2 ตุลาคม.)

“...เหรียญที่ระลึกเป็นสินค้าที่ตรงกับความเป็นพิพิธภัณฑ์เหรียญศึกษาปณานุกรักษ์ แต่ด้วยราคาที่มีน้ออาจจะสูงเกินกำลังการซื้อของเด็ก ๆ ใริ่เยาวชนไป ประกอบกับสินค้า (ของที่ระลึก) มีประเภทเดียวจึงไม่มีความหลากหลาย ในอนาคตสำนักฯ ก็จะมีการออกแบบและผลิตของที่ระลึกให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น พวกเครื่องเขียน เลื่อยืด นาฬิกาอะไรแบบนี้ เพื่อจำหน่ายในพิพิธ ภัณฑ์ของกรมธนารักษ์ ซึ่งก็มี (พิพิธภัณฑ์) อีกหลายแห่งที่กำลังจะเกิดขึ้นอีก อย่างขอนแก่นก็เหมือนกัน ก็ต้องมีของที่ระลึกของพิพิธภัณฑ์ ต่อไปก็อาจจะใช้ชื่อตราสินค้าให้เป็นกลางเพื่อให้สินค้าสามารถจำหน่ายได้ในทุกพิพิธภัณฑ์ของกรมธนารักษ์ แต่อันนี้ก็ต้องดูกันอีกที ของที่ระลึกเนี่ยเป็นช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จัก และเป็น การสร้างรายได้ให้พิพิธภัณฑ์ได้บ้างแต่ก็คงไม่มากมายอะไร เราก็ไม่ได้มุ่งหวังตรงนั้น เพราะวัตถุประสงค์จริง ๆ ของกรมธนารักษ์ในการก่อตั้งพิพิธภัณฑ์ เรามีจุดมุ่งหมายเพื่อบริการสังคม เราไม่มุ่งเน้นเรื่องการหารายได้ เพราะทุกวันนี้พิพิธภัณฑ์ก็ได้รับการสนับสนุนจากเงิน งบประมาณแผ่นดิน และจากเงินทุนหมุนเวียนการบริหารจัดการเหรียญกษาปณ์ ทรัพย์สินมีค่า ของแผ่นดินและการทำของ การที่พิพิธภัณฑ์ไม่มีรายได้จากการเก็บค่าเข้าชมการจำหน่ายของ ที่ระลึก หรือการให้เช่าสถานที่ ซึ่งเป็นแนวทางในการหารายได้ของพิพิธภัณฑ์โดยทั่วไปจึงไม่ใช่ ปัญหาของพิพิธภัณฑ์เหรียญศึกษาปณานุกรักษ์ในปัจจุบัน การออกแบบและผลิตของที่ระลึกเพื่อ จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์ จึงมุ่งหวังเรื่องการได้รับประโยชน์จากการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ พิพิธภัณฑ์มากกว่าการมุ่งหวังเรื่องรายได้ สำหรับวัตถุประสงค์แสดงที่เป็นอัตลักษณ์สำคัญของ

พิพิธภัณฑสถานคือเงินตราโบราณ ซึ่งสามารถนำมาออกแบบได้โดยไม่มีปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ สามารถทำได้เลย ส่วนการนำเหรียญที่ระลึกในสมัยปัจจุบันนำมาออกแบบต้องระวังเรื่องความเหมาะสม เช่น ไม่ควรให้พระบรมรูปถูกตัดหรือโดนทับ...” (นายชลทิตย์ ไชยจันทร์. (2562). ผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบายและแผน (งานภัณฑารักษ์). สัมภาษณ์, วันที่ 2 มีนาคม.)

“...คิดว่าควรเป็นเงินพดด้วง ใช้รูปลักษณะของเงินพดด้วงมาออกแบบ ใส่ในตู้หยอดเหรียญ กษาปณ์ เหมือนตู้หยอดเหรียญโบราณ แยกออกมาเป็นเงินพดด้วง เหรียญพูนัน เงินอีแปะ ทำเป็นซีรีส์ 3 เดือน ออกแบบใหม่ 1 ครั้ง ไล่ไปเรื่อย ๆ จากยุคแรกทวารวดี พูนัน ศรีวิชัย อีก 3 เดือน เป็นเงินสมัยสุโขทัย เงินกำไล เงินคูป อีก 3 เดือนถัดไปเป็นพดด้วงอยุธยา เงินประทับ หอยเบี้ย อีก 3 เดือนเป็นเงินสมัยรัตนโกสินทร์ อีก 3 เดือนเป็นเงินล้านนา เงินเจียง เงินท้อก เงินฮ้อย เงินฮาง เงินอีแปะ ไม่จำเป็นต้องผลิตสินค้าตามนิทรรศการหมุนเวียน เพราะของพวกนี้มีในนิทรรศการถาวรแล้ว แต่อาจจะเพิ่มเนื้อหาบางช่วงได้ แยกไข่ออกมาเป็นเงินโบราณที่ผลิตเป็นแมคเน็ต ที่ทับกระดาษ พวงกุญแจ อะไรแบบนี้ แล้วก็มีการให้ความรู้ ราคาที่ไม่ควรเกิน 50 บาท เด็กจะได้ซื้อง่าย ๆ...” (นายศรารุติ วัชรบัณฑิต. (2562). ภัณฑารักษ์ชำนาญการ. สัมภาษณ์, วันที่ 19 กุมภาพันธ์.)

“...อยากให้ทำของที่ระลึกราคาถูก ๆ ออกมาขาย พวกเข็มกลัด กระเป๋าผ้า เครื่องเขียน หลักลิป น่าจะมีเยอะ ๆ เพราะสงสารเด็ก ๆ มาก เค้ายากซื้อของกัน บางทีเริ่มไม่ฟังบรรยายแล้ว ตามองไปที่ Museum Shop แต่พอเข้าไปแล้วก็อดกลับมาก เพราะมีแต่เหรียญที่ระลึกแพง ๆ หลักร้อย หลักร้อยพัน เด็ก ๆ ก็ไม่ค่อยมีตังค์ เลยไม่ได้ซื้ออะไรเลย ทั้ง ๆ ที่เค้ายากซื้อ...” (นางอโณมา สมิต. (2562). พนักงานนำชม. สัมภาษณ์, วันที่ 13 พฤศจิกายน.)

“...ของที่ระลึกเป็นร่มก็ได้ เสื้อยืดก็ได้ คนมาเที่ยวก็อยากซื้อของทั้งนั้น แต่เราไม่มีอะไรให้เค้าซื้อ พิพิธภัณฑสถานเหรียญฯ มีแต่เหรียญบางทีคนก็เบื่อ...” (นางสาวขวัญเรือน สระทองล้อม. (2562). พนักงานนำชม. สัมภาษณ์, วันที่ 13 พฤศจิกายน.)

“...เด็ก ๆ ไม่ค่อยมีเงิน แต่ก็อยากซื้อของ ทำอะไรมาขายก็ได้ พวกเงินพดด้วง เอามาทำเป็นพวงกุญแจ รี Magnet ก็ได้ ราคาถูกหน่อย เพราะเด็กมากันเยอะ แล้วก็อยากได้ของที่ระลึกกลับไปทั้งนั้น...” (นางสาวเบญจมาศ จันทมาต. (2562). พนักงานนำชม. สัมภาษณ์, วันที่ 13 พฤศจิกายน.)

“เด็ก ๆ ถามคำถามแรกเลยว่าอะไรถูกที่สุด และซื้อชิ้นนั้นไป คือเป็นเหรียญ ร.9 ราคา 80 บาท” (นางสุรัช ชัยคงทอง. (2561). พนักงานขาย. สัมภาษณ์, วันที่ 14 ธันวาคม)

“เด็ก ๆ ไม่ได้สนใจสินค้าเกี่ยวกับเหรียญ อยากได้ของน่ารัก ๆ มากกว่า” (นางกุลนิฐ ชัยเรือง. (2561). พนักงานขาย. สัมภาษณ์, วันที่ 26 สิงหาคม.)

“...สำนัก (ทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน) ต้องนำเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนในรัชกาลที่ 9 มาออกแบบเป็นของที่ระลึกตามนโยบายของกรมธนารักษ์ เพราะต่อไปเหรียญกษาปณ์หมุนเวียน ร.9 จะไม่ได้ใช้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจแล้ว ต่อไปจะเป็นเหรียญกษาปณ์หมุนเวียนของรัชกาลปัจจุบัน (รัชกาลที่ 10) ทั้งหมด...ก็ต้องมาช่วยกันคิด จะออกแบบเป็นอะไรดี จะเอาเหรียญไปอยู่กับอะไร (ของใช้ประเภทไหน)...” (นางสาวกาญจนา ศรีธนากุล. (2563). ผู้อำนวยการสำนักทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน. สัมภาษณ์, 21 เมษายน.)

2.2 การสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคเอกชน

“ของที่ระลึกสามารถนำสัญลักษณ์ของเงินตราโบราณมาออกแบบได้ และดีด้วย เพราะสัญลักษณ์บนเงินตราต่าง ๆ เป็นมงคลทั้งนั้น เป็นของสูง อยู่บนเนคไทก็ได้ ร่มก็ได้ ได้ทั้งนั้น ต้องดูความเหมาะสม ทำออกมาแล้วสินค้าพวกนี้ก็จะช่วยประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑสถานได้ดี แต่คุณระวังบางอย่าง ชาวต่างชาติอาจจะเข้าใจผิดได้ อย่างพุดดั่งตราเฉลว มันไปคล้ายกับดาวเดวิดของพวกยิว คุณก็ ต้องให้ความรู้ด้วย” (นายนวรรตน์ เลชะกุล. (2562). สัมภาษณ์, วันที่ 15 ตุลาคม.)

“พวกของที่ใช้แลกเปลี่ยนกันในสมัยโบราณเอามาพิมพ์บนเสื้อยืดก็ได้ ก็สวย พวกขวานหิน เบ็ดตกปลา เอามาทำเครื่องประดับก็ได้ ทำได้เยอะแยะ ทำของเล่นก็ได้ เงินตราโบราณอะไรเอามาทำได้หมด สัญลักษณ์เป็นมงคลทั้งนั้น ความหมายดีทั้งนั้น เอามาทำเครื่องประดับก็เหมาะ ไร้เป็นลายบนเนคไท บนร่ม ได้ทั้งนั้น คือสัญลักษณ์บนเงินตราพวกนี้เป็นของสูงนะฮะ คุณก็ต้องระวังเอามาทำเป็นอะไร เหมาะสมมั๊ย แต่ละสัญลักษณ์บนพุดดั่งนี้สำคัญทั้งนั้น หมายถึง พระราชา พระพุทธเจ้า ความอุดมสมบูรณ์ ความหมายดี ๆ ความหมายมงคลทั้งนั้น ใส่ความเชื่อเข้าไปด้วยจะขายดี” (นายนวรรตน์ เลชะกุล. (2562). สัมภาษณ์, วันที่ 31 ตุลาคม 2562.)

2.3 การสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ

2.3.1 ทศนคติ ความต้องการของเด็ก

“...ถ้าจะซื้อได้น่าจะประมาณ 35 บาท ไม่เกิน 50 บาท...” (ด.ญ.น้ำฝน. (2561). นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 รร. ในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ. สัมภาษณ์, วันที่ 3 พฤศจิกายน.)

2.3.2 ทศนคติ ความต้องการของเยาวชนไทย

“...ของที่ระลึกก็น่าจะเป็นพวกเหรียญ เอามาทำพวงกุญแจ เครื่องเขียนก็ได้ กระเป๋าก็ได้ เครื่องประดับก็ได้...” (แอมแป แอม เกด อายุ 19 – 21 มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี สัมภาษณ์ วันที่ 22 พฤศจิกายน 2561)

“...อยากได้เงินรูปสัตว์ ไก่ ปลา จรเข้ เอามาทำเครื่องประดับ เป็นจี้ ตุ้มหู บางอย่างก็เป็นจานรองแก้วได้ รีเป็นสมุดเล่มเล็ก ๆ รวมคอลเลคชั่นเหรียญ ราคาไม่เกิน 500 รilling ทำด้วยเลข 9 (แป้ง ป้อง นัท เฟริน ตัวเล็ก อายุ 19-20 ปี มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี สัมภาษณ์วันที่ 22 พฤศจิกายน 2561)

“...อยากได้สร้อยข้อมือ เอาเงินหน้าผีมาทำก็ได้ เลือกของที่ระลึกจากความสวยงามก่อน ประโยชน์ไว้ทีหลัง...” (ฝ้าย เกรซ เต็ม อายุ 20 ปี คณะเทคโนโลยีสติก มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี สัมภาษณ์วันที่ 22 พฤศจิกายน 2561)

“...วัยรุ่นผู้ชายจะชอบเสื้อยืด พวงกุญแจ วัยรุ่นผู้หญิงน่าจะชอบเครื่องประดับ (นายศุภมงคล (ไนท์) อายุ 18 ปี นายหนึ่ง และนายสอง อายุ 19 ปี มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี สัมภาษณ์ วันที่ 22 พฤศจิกายน 2561)

“...น่าจะเอาเงินพดด้วง เหรียญสมัยก่อนมาทำเป็นของที่ระลึก เป็นเครื่องประดับ สร้อย กำไล เหรียญที่สลักชื่อตัวเองลงไป...” (ताल ชัน เมย์ อายุ 20 – 21 ปี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ สัมภาษณ์วันที่ 8 พฤศจิกายน 2561)

“...น่าจะมียุโรปที่เป็นเหรียญ เป็นจี้ห้อยคอ แล้วก็ของใช้ที่มีประโยชน์ก็จะดี พวงกุญแจ พวกสมุด ปากกา ได้ใช้แน่ วัยรุ่นผู้ชายก็จะชอบสีดำ สีขาว...” (นายอภิวัฒน์ ชนหา และนายอภิสิทธิ์ ชมจันทร์ อายุ 20 ปี คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ สัมภาษณ์วันที่ 8 พฤศจิกายน 2561)

“...น่าจะซื้อเครื่องประดับเป็นสร้อยแบบมีเหรียญเล็ก ๆ ห้อย แบบน่ารัก ๆ อยากให้มีเหรียญรูปหน้าตัวเองบนเหรียญ (หนุณา โดเรมอน ตี มิว ไบรท์ ปู้ย อายุ 19 – 20 ปี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ สัมภาษณ์วันที่ 8 พฤศจิกายน 2561)

“...อยากให้ซื้อพวกโปสการ์ดขาย อยากได้ของที่ราคาไม่แพง 50 – 200 บาท รับผิดชอบ อยากให้มีเครื่องประดับที่มาจากเหรียญ ราคาไม่น่าจะเหมือนห้าง อยากได้ราคาแบบท้องตลาด ถ้ามีเกมส์มีเครื่องเขียน ก็จะชอบมากค่ะ อยากให้มี...” (ต.ญ. จิฟพี. (2561). นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนกรพิทักษ์ศึกษา กรุงเทพฯ อายุ : 14 ปี. สัมภาษณ์, วันที่ 29 พฤศจิกายน.)

“...ถ้าจะซื้อของ พวกผมเรียนบัญชีมา ก็จะเลือกที่ความคุ้มค่า อย่างสมุดก็ดูว่าหนาม้อย แล้วก็อยู่ที่การดีไซน์ด้วย 35 บาทก็ ok...” (นายอภิวัฒน์ ชนหา และนายอภิสิทธิ์ ชมจันทร์. (2561). นักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ อายุ 20 ปี. สัมภาษณ์, วันที่ 8 พฤศจิกายน.)

“...ของที่ระลึกราคาไม่น่าเกิน 100 บาท...” (หนุณา โดเรมอน ตี มิว ไบรท์ ปู้ย. (2561). นักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ อายุ 19 – 20 ปี. สัมภาษณ์, วันที่ 8 พฤศจิกายน.)

“...ของ (ที่ระลึก) ราคาไม่ควรเกิน 500 รینگท่ายด้วยเลข 9 จะได้อยู่ไม่แพง...” (แป้ง ป้อง นัทเพิร์น ตัวเล็ก. (2561). นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี อายุ 19-20 ปี. สัมภาษณ์, วันที่ 22 พฤศจิกายน.)

“...ราคาไม่ต้องแพง แพงสุด 199 แต่จริง ๆ ถ้าสวย ถ้าชอบก็ซื้อหมดแหละ...” (ฝ้าย เกรชแต้ม. (2561). นักศึกษา คณะเทคโนโลยีสติก มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี อายุ 20 ปี. สัมภาษณ์, วันที่ 22 พฤศจิกายน.)

“...ราคา 20 – 50 บาท น่าจะขายง่าย ไม่ต้องคิดไรมาก...” (นายศุภมงคล ไนท์. (2561). นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี อายุ 18 ปี. สัมภาษณ์, วันที่ 22 พฤศจิกายน)

2.3.3 ทศนคติ ความต้องการของเยาวชนต่างชาติ

“...Museum shop ที่นี้มีของให้เลือกเยอะดี แต่เสียดายที่ไม่มีเครื่องเขียน ผมอยากให้มีเครื่องเขียนด้วย เหมือนพิพิธภัณฑ์ที่อังกฤษ ที่นั่นมีเครื่องเขียน พวกปากกา ยางลบ ดินสอ ขยายใน Museum shop แล้วมันก็ไม่แพงด้วย...ผมเพิ่งซื้อของที่ระลึกชิ้นนึง มันเป็นผ้าเช็ดแว่น ทำไมผมถึงเลือกชิ้นนี้นะเหรอ ก็เพราะผมใส่แว่นไงล่ะ มันมีประโยชน์และลวดลายของมันก็ทำเอาผมตะลึงไปเลย ดูลิ มันเป็นรูปแผนที่ประเทศไทย มีรูปสถานที่ท่องเที่ยวที่ผมไปมา ผมชอบมันมาก มันทำให้ผมคิดถึงประเทศไทยเมื่อผมกลับไปประเทศของผม ของที่ระลึกที่นี้ไม่ถือว่าแพงเกินไปและไม่ถูกเกินไป ผมคิดว่า 60 เปรอร์เซ็นต์เป็นสินค้าที่ราคาค่อนข้างสูง และอีก 40 เปรอร์เซ็นต์เป็นสินค้าที่ราคาค่อนข้างต่ำ สำหรับคำแนะนำก็คือคุณควรจะมีเครื่องเขียนสำหรับนักเรียนนะ แล้วก็ที่ถูกต้องจะมีดีไซน์เป็นสัญลักษณ์บางอย่างของพิพิธภัณฑ์...” (Mr. Sohumi Pandya (2561). อายุ 17 ปี นักเรียนระดับ High school เชื้อชาติอินเดีย อาศัยอยู่ในประเทศอังกฤษ. สัมภาษณ์, วันที่ 4 กันยายน)

ส่วน Mr. Greg Wood อายุ 18 ปี นักเรียน High school เชื้อชาติ มอริเชียส อาศัยอยู่ที่ประเทศอังกฤษ แสดงความคิดเห็นไว้ว่า

“...ผมชอบห้อง 360 องศา มันเจ๋งดี ของที่ระลึกก็มีหลากหลาย แต่ยังไม่มียอะไรที่ผมต้องการอย่างพวกเหรียญที่ให้ทำเอง อะไรพวกนั้น น่าจะดี ราคาของที่ระลึกก็โอเคนะ แต่มันไม่มีอะไรที่ผมอยากซื้อเลย...” (Mr. Greg Wood สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 4 กันยายน 2561)

ส่วนเยาวชนหญิงต่างชาติ Ms. Anya Sordy อายุ : 18 ปี การศึกษา : High school เชื้อชาติ : ไอร์แลนด์ ให้ความคิดเห็นว่า

“...ฉันชอบที่นี้ ชอบนิทรรศการ มันดีมาก ของที่ระลึกก็มีให้เลือกหลายอย่าง แต่ฉันไม่มีเงินพอที่จะซื้ออะไรแล้ว เพราะการเดินทางมันสิ้นสุดลงแล้ว ฉันต้องประหยัด ฉันกำลังจะกลับบ้าน แต่ถ้ายังมีเงินเหลือฉันก็อยากจะซื้อนะ อาจจะเป็นแมกเนตอันเล็ก ๆ ซักอัน ให้ใครบางคน...” (Ms. Anya Sordy สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 4 กันยายน 2561)

2.3.4 ทศนคติ ความต้องการของผู้ใหญ่ชาวไทย

“...เด็ก ๆ น่าจะชอบของชิ้นเล็กที่ราคาไม่แพง เพราะเท่าที่ทำงานกับเด็ก ๆ มาหลายปี เด็ก ๆ ก็ชอบซื้อของที่ไม่แพงผู้ใหญ่เลย แล้วเด็ก ๆ นี้ซื้อของง่ายมาก ไปไหนก็ต้องซื้อของที่ระลึกตลอด

ถ้าเป็นดินสอ ปากกานี้เด็ก ๆ น่าจะชอบ ราคาก็ไม่ควรเกิน 100 บาท เด็ก ๆ จะชอบอะไรที่น่ารัก ๆ อย่างพวงกุญแจเด็ก ๆ ก็จะชอบซื้อ และของที่อารมณ์ออกไปทางของเล่น เด็ก ๆ ก็น่าจะซื้อ เด็กผู้หญิงก็จะชอบพวกเครื่องประดับ พวกก็๊ป กำไล ประมาณนี้ แต่ก็ต้องดูด้วยราคาดินนึ่ง 10-20 บาท ที่ราคาไม่สูงมาก แต่ยังไงเด็กที่มาเที่ยวที่มากับโครงการแบบนี้ก็ต้องมีพกเงินมาสำหรับใช้จ่ายอยู่แล้ว ผู้ปกครองจะให้มา เท่าที่เห็นส่วนใหญ่ก็จะซื้อของเล่น พวงกุญแจนี้แหละค่ะ แต่ถ้าราคาสูงก็จะไม่ซื้อ ถ้าเป็นวัยรุ่นหน่อยก็จะเป็นพวกเครื่องเขียน แต่ถ้าเป็นผู้ใหญ่ราคาน่าจะไม่เกิน 500 บาท เพราะผู้ใหญ่จะมีกำลังทรัพย์มากกว่าในการซื้อของ...” (สุนิชา เจริญทรัพย์. (2561). เจ้าหน้าที่ดูแลโครงการโอลิมปิกช้อปปิ้งออนไลน์ของยูริยาพาน้องเที่ยว บริษัทออร์แกนเซอร์ เอกชน อายุ 35 ปี. สัมภาษณ์, วันที่ 3 พฤศจิกายน.)

“...ต้องการเครื่องเขียนค่ะ พวกสมุด ปากกา แต่คิดว่าถ้าเป็นผู้ใหญ่คนอื่น ๆ น่าจะสนใจพวกเสื้อนะคะ สังเกตจากคุณพ่อ ไปไหนก็จะชอบซื้อเสื้อยืดที่ระลึก...” (สุนิชา เจริญทรัพย์ อายุ : 35 ปี อาชีพ : เจ้าหน้าที่ดูแลโครงการโอลิมปิกช้อปปิ้งออนไลน์ของยูริยาพาน้องเที่ยว บริษัทออร์แกนเซอร์ เอกชน สัมภาษณ์วันที่ 3 พฤศจิกายน 2561)

“...ของที่ระลึกควรจะมีหลายประเภท ไม่ใช่มีแค่เหรียญที่ระลึก มันเป็นอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ก็จริง แต่มันน่าเบื่อนะ ที่เข้ามาก็มีแต่เหรียญแบบนี้ มันน่าจะมีอย่างอื่นด้วยเข้ามาแล้วไม่รู้จะซื้ออะไรเลยแบบนี้...Museum Shop เหมือนมีไว้ขายเหรียญให้นักสะสมเหรียญมากกว่า ส่วนตัวแล้วผมก็ไม่ได้สะสมเหรียญอะนะ แต่เวลาไปพิพิธภัณฑ์ก็อยากได้อะไรเป็นที่ระลึกกลับไปบ้าง อะไรบ้าง แต่นี้เดี๋ยวมาหลายรอบละ ยังไม่รู้จะซื้ออะไรดี (หัวเราะ)...” (เจ ชาย วัย 36 ปี อาชีพ : พนักงานบริษัท สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2562)

“...เมื่อก่อนเหมือนจะมีของ (ที่ระลึก) มากกว่านี้รีปล่าวคะ เคยมาแล้วครั้งนึง มันจะมีอะไรกระจุ๊กกระจิกด้วย แบบไม่ใช่มีแค่เหรียญอะ...อยากได้อะไรอื่นมากกว่าเหรียญนะค่ะ พวกของใช้เก๋ ๆ พอมมีแต่เหรียญก็รู้สึกไม่ค่อยสนุกอะค่ะ มันแห้งแล้งไปหน่อย...” (แอร์ หลิงวัย 32 ปี อาชีพ : พนักงาน บริษัท สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2562)

2.3.5 ทศนคติ ความต้องการของผู้ใหญ่ชาวต่างชาติ

“...ผมไม่ได้ซื้อของที่ระลึกอะไรใน Museum shop เพราะมันแพงเกินไป ถ้าราคาป ะ ะ ม า ณ 100 บาท ผมคงจะซื้อ...” (Mr. Kim ชาวเกาหลีใต้ อายุ : 36 ปี สัมภาษณ์, วันที่ 22 พฤศจิกายน 2561.)

“...ผมคิดว่า Museum shop ควรจะมี magnet และ เสื้อยืดขาย...” (Mr. Rajib อายุ: 28 ปี อาชีพ : ทหาร เชื้อชาติ : อินเดีย สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2561)

2.3.6 ทศนคติ ความต้องการของผู้สูงอายุชาวไทย

“...ไม่มีของที่ระลึกที่ถูกต้องใจก็เลยไม่ได้ซื้ออะไร ที่ต้องการของที่ระลึกรูปแบบไทย ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเหรียญ...” (หญิง ไม่ทราบชื่อและนามสกุล อายุ : 63 ปี อาชีพ เจ้าของธุรกิจ สัมภาษณ์วันที่ 23 มีนาคม 2561)

“...วันนี้ก็ตั้งใจมาซื้อเหรียญนะค่ะ ก็เลยไม่ได้ดูอย่างอื่น ของที่ระลึกถ้าไม่แพงนัก ก็อาจจะซื้อค่ะ พวกของใส่แว่นตา หรือร่มนะค่ะ...” (นางนิตยา ไม่ทราบนามสกุล อายุ 65 ปี สัมภาษณ์ วันที่ 18 พฤษภาคม 2561)

“...ของที่ระลึกเหวอ ของมันไม่จำเป็นนะ เราซื้อเหรียญมันสะสมได้ไง อย่างอื่นไม่รู้จะเอาไปทำอะไร...แต่ถ้าเป็นของใช้ เป็นอะไรไทย ๆ ก็ทำมาสิ เด็กหัวจุกอะไรก็ การละเล่นของไทยก็น่ารักดีนะหนู...” (นางจินตนา ไม่ทราบนามสกุล อายุ 68 ปี สัมภาษณ์วันที่ 18 พฤษภาคม 2561)

“...ฉันคิดว่าของที่ระลึกควรจะมีความเป็นไทย มันจะทำให้ฉันคิดถึงประเทศไทย...” (Mrs. Susan Brown สัมภาษณ์วันที่ 22 พฤศจิกายน 2561)

3. การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ช่วงที่ 3 เป็นช่วงเวลาที่ผู้วิจัยได้ทดลองออกแบบของที่ระลึกสำหรับจำหน่ายใน Museum shop ของพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์อนุรักษ์ (เป็นภาพ 2 มิติ) และนำมาใช้ประกอบการสำรวจทัศนคติ (ตั้งแต่วันที่ 3 พฤศจิกายน 2561 – 21 เมษายน 2563)

3.1 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ

3.1.1 เด็ก

ผู้วิจัยได้เดินชมนิทรรศการร่วมกับเด็กชายนภพลสิทธิ์ พจนันต์ ในวันที่ 28 กันยายน 2561 จากการสังเกตหลังจากชมนิทรรศการแล้ว ด.ช. นภพลสิทธิ์ พจนันต์ สนใจตราประทับเงินลิเดียมากเป็นพิเศษ เนื่องจากตราประทับเป็นเพียงภาพปูนดำไม่มีสี จึงไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนว่าเป็นรูปอะไร เมื่อสอบถามว่าถ้าทำให้มองเห็นชัด เช่น ทำเป็นปกสมุด หรือ หัวดินสอจะดีหรือไม่ ตอบว่าดี เมื่อให้ดูของที่ระลึกที่ผู้วิจัยออกแบบ ด.ช. นภพลสิทธิ์ พจนันต์ มีอาการตื่นเต้น และบอกว่า “...ชอบมากอยากได้...” และคิดว่าเด็ก ๆ คนอื่นก็น่าจะชอบเหมือนกัน ส่วนเด็กคนอื่น ๆ ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“...ชอบทุกอย่างเลย (เครื่องเขียน)...” (เด็กหญิงคนที่ 1. (2561). นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 รร.ในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ. สัมภาษณ์, 3 พฤศจิกายน.)

“...กระเป๋าน่ารัก ชอบอันที่น่ารัก ๆ (กระเป๋าเหรียญบรรณาการ)...” (เด็กหญิง คนที่ 2. (2561). นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 รร.ในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ. สัมภาษณ์, 3 พฤศจิกายน.)

“...ชอบจิ๊กซอว์ที่เป็นรูปการ์ตูน ชอบที่มันเป็นเกมส์ เอาไปเล่นได้ มันดูน่าสนใจ แต่กลัวว่าจะแพง...” (เด็กหญิงคนที่ 3. (2561). นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 รร.ในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ. สัมภาษณ์, 3 พฤศจิกายน.)

“...เครื่องเขียนก็ดีจะได้เอาไปใช้ได้ แม้จะได้ไม่ว่า...” (เด็กหญิงคนที่ 4. (2561). นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 รร.ในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ. สัมภาษณ์, 3 พฤศจิกายน.)

“...ชอบแก้ว มันเท่ๆ เพี้ยมาก (แก้วน้ำสีดำ พิมพ์ลายเงินฟูนันและเงินพดด้วง)...” (เด็กชาย คนที่ 1. (2561). นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 รร.ในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ. สัมภาษณ์ , 3 พฤศจิกายน.)

“...กระเป๋าเท่หมาก เสื้อก็เท่ท์ อยากได้ แต่แพงแน่ พี่ชายเท่ๆ ไหร่ ถ้า 120 บาท ก็ซื้อได้แพงกว่านี้ไม่มีตั้งค์...” (เด็กชาย คนที่ 2. (2561). นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 รร.ในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ. สัมภาษณ์, 3 พฤศจิกายน.)

“...อยากให้ราคาไม่เกิน 40-50 บาท จะได้ซื้อได้...” (เด็กชายคนที่ 3. (2561). นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 รร.ในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ. สัมภาษณ์, 3 พฤศจิกายน.)

“...พี่น่าจะทำพวงกุญแจมาขายด้วย ขาดพวงกุญแจ ทำไมไม่มีพวงกุญแจ มันซื้อเป็นของฝากผู้ใหญ่ได้...” (เด็กชายคนที่ 4. (2561). นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 รร.ในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ. สัมภาษณ์, 3 พฤศจิกายน.)

3.1.2 ผู้พิการทางด้านสายตา

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการออกแบบของที่ระลึกในพิพิธภัณฑ์เหรียญ กษาปณารักษ์ว่า หากมีของที่ระลึกที่มีลวดลายนูนเป็นรูปร่างเหรียญและเงินตราโบราณต่าง ๆ ผู้พิการทางสายตาคงมีความพึงพอใจหรือไม่ อย่างไร ซึ่งอาจารย์สอนผู้พิการทางด้านสายตามีความคิดเห็นว่าเป็นเรื่องที่ดี และน่าสนใจ

“...ถ้ามีของที่ระลึกสำหรับผู้พิการในพิพิธภัณฑ์ด้วยก็จะดีมากค่ะ น่าสนใจนะคะ...”

(อาจารย์สอนผู้พิการทางด้านสายตา สัมภาษณ์เมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2562)

ส่วนผู้พิการทางด้านสายตาให้ความคิดเห็นว่า ผู้พิการทางด้านสายตาอาจไม่รู้จักรลวดลายนูนนั้น ดังที่ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“...ของที่ระลึก เสื้อผ้า หรืออะไรต่าง ๆ ถ้ามีผิวสัมผัสเป็นลวดลายนูนก็ดี แต่ต้องให้เราเรารู้ก่อนว่าสิ่งนั้นคืออะไร เพราะคนตาบอดบางคนเกิดมาก็ตาบอดเลย ก็จะไม่รู้ว่าลวดลายที่เป็นลายนูนเนี่ยมันคืออะไร ถ้าไม่ได้รู้จักมาก่อน ต้องมีคนบอกก่อนถึงจะรู้ ถ้าไม่บอกก็จะไม่รู้...” (นายขวัญ ไม่ทราบนามสกุล พนักงานนำชมของ

Dialogue in the Dark สัมภาษณ์เมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2562)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ณภััสสรกุล รอดเรืองศรี
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	ศิลปบัณฑิต (จิตรกรรม) คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ศิลปศาสตรบัณฑิต (ประวัติศาสตร์) คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัย รามคำแหง
ที่อยู่ปัจจุบัน	392 ซ.จรัญสนิทวงศ์ 67 แขวง/เขตบางพลัด กรุงเทพฯ

