



การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ในพิพิธภัณฑ์  
โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต

ภาควิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ใน  
พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต  
ภาควิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2563  
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

DESIGN AND DEVELOPMENT OF TOURISM'S ICONIC SOUVENIR FOR THE FIRST  
ROYAL FACTORY AT FANG MUSEUM



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for Master of Fine Arts (Product Design)  
Department of Product Design  
Graduate School, Silpakorn University  
Academic Year 2020  
Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์  
ของแหล่งท่องเที่ยว ในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)  
โดย อนุรักษ์ เล้าสุวรรณ  
สาขาวิชา การออกแบบผลิตภัณฑ์ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญา  
มหาบัณฑิต  
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ ดร. รัฐไท พรเจริญ

---

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต

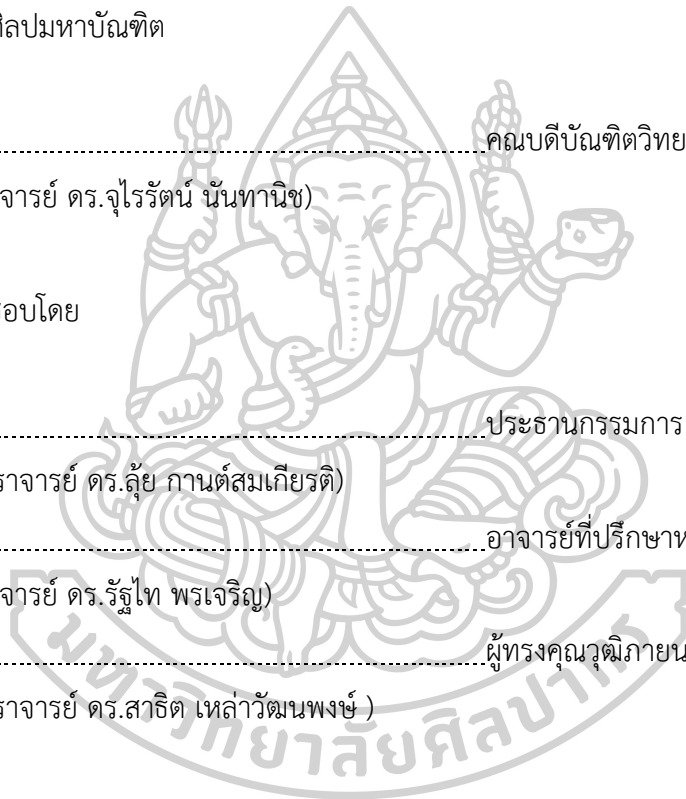
..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ล้อย กานต์สมเกียรติ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(รองศาสตราจารย์ ดร.รัฐไท พรเจริญ)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต เหล่าวัฒนพงษ์ )





59155307 : การออกแบบผลิตภัณฑ์ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโท

คำสำคัญ : การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก, ร้านค้าพิพิธภัณฑ์, พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

นางสาว ณิชพร เล้าสุวรรณ: การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร. รัฐไพบรเจริญ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ตรวจสอบความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ

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

สรุปผลความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกแต่ละชิ้น โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนจาก 1. มีความสวยงามและสื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) 2. มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม 3. มีความสะดวกในการพกพา 4. มีความเหมาะสมในการซื้อใช้เองหรือซื้อฝากผู้อื่น 5. มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ซึ่งเรียงลำดับผลความพึงพอใจ ดังนี้ อันดับที่ 1 “Ben - Bennie” เซตกระเป๋าดิบพิมพ์ลายความพึงพอใจระดับมาก ( $\bar{x} = 4.48$ ) (S.D. = 0.72) อันดับที่ 2 “Beranie” ผ้าพันคอ ขนาด 100x100 ซม. ความพึงพอใจระดับมาก ( $\bar{x} = 4.34$ ) (S.D. = 0.75) อันดับที่ 3 “Bamblue” ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน ความพึงพอใจระดับมาก ( $\bar{x} = 4.06$ ) (S.D. = 0.93) อันดับที่ 4 “Birds in Blue” โคมไฟตั้งโต๊ะ ความพึงพอใจระดับมาก ( $\bar{x} = 4.03$ ) (S.D. = 0.94) อันดับที่ 5 “Bulbul” กรอบรูปสำหรับใส่รูปภาพขนาด 5x7 นิ้ว ความพึงพอใจระดับมาก ( $\bar{x} = 3.70$ ) (S.D. = 1.03)

59155307 : Major (Product Design)

Keyword : SOUVENIRS DESIGN, MUSEUM SHOP, THE FIRST ROYAL FACTORY AT FANG MUSEUM

MISS NUTTHAPORN LAOSUWAN : DESIGN AND DEVELOPMENT OF TOURISM'S  
ICONIC SOUVENIR FOR THE FIRST ROYAL FACTORY AT FANG MUSEUM THESIS ADVISOR  
: ASSOCIATE PROFESSOR RATTHAI PORNCHAROEN, Ph.D.

The objectives of this research were 1) to survey consumers' demand over the souvenirs of the First Royal Factory at Fang Museum, 2) to design and develop tourism's iconic souvenir for the First Royal Factory at Fang Museum, and 3) to evaluate consumers' satisfaction with the souvenirs designed by the researcher. The method of this research was conducted to meet the research objectives as follows: 1) Data were collected using open-ended questionnaire from museum staff and consumer demand data were collected from the sample consumers and tourists visiting the First Royal Factory at Fang Museum. The data collection duration was 3 days. The number of respondents was 30. The sample was selected based on a simple random sampling. The research instruments were a checklist questionnaire and rating scale questionnaire, 2) questionnaire on opinions and suggestions from 3 product design experts, 1 marketing expert and 1 museum specialist. The key informants were selected based on a purposive sampling. The research tool was also rating scale questionnaire, 3) satisfaction survey on the designed souvenirs. The respondents were 110 tourists visiting the First Royal Factory at Fang Museum. The data collection duration was 1 week. They were selected based on a simple random sampling. The research tools were rating scale questionnaire. Data were analyzed using statistics, including average and standard deviation to measure consumers' satisfaction. Analyzed data were then processed using descriptive statistics.

The results of this research indicated that the sample consumers had the highest level of their satisfaction with the designed souvenir under the scoring criteria of 1 = beauty, 2 = usefulness, 3 = portability, 4 = personal use or purchase as souvenir, and 5 = suitability. The levels of satisfaction were ranked as follows: The first rank was "Ben - Bennie" screen printed canvas bag set with ( $\bar{x} = 4.48$ ) (S.D. = 0.72) The second rank was "Beranie" scarf with a dimension of 1x1 m at ( $\bar{x} = 4.34$ ) (S.D. = 0.75) The third rank was "Bamblue" stationery shelf organizer at ( $\bar{x} = 4.06$ ) (S.D. = 0.93) The fourth rank was "Birds in Blue" desk lamp at ( $\bar{x} = 4.03$ ) (S.D. = 0.94) The fifth rank was "Bulbul" 5x7 inches picture frame at ( $\bar{x} = 3.70$ ) (S.D. = 1.03)

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) จากการศึกษารูปแบบของที่ระลึกครั้งนี้ ได้รับความกรุณาจากท่านรองศาสตราจารย์ ดร.รัฐไท พรเจริญ อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำชี้แนะ ช่วยแก้ปัญหาให้งานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และติดตามผลการดำเนินการมาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ล้อย กานต์สมเกียรติ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต เหล่าวัฒนพงษ์ ที่ให้เกียรติมาเป็นคณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์พร้อมทั้งยังให้คำแนะนำที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมแก่ผู้ทำวิจัย

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร และขอขอบพระคุณคณาจารย์ สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ที่ได้อบรมสั่งสอนวิชาความรู้ รวมถึงประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญ รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปาริชาติ รัตนพล คุณสุภัญญา ศรีสุทธิยากร คุณสุจรรยา คงฉวี คุณนพดล วงศ์สุน ที่กรุณาตรวจสอบเครื่องมือวิจัย และให้ความรู้ คำแนะนำในการทำวิจัย

ขอขอบพระคุณ คุณกษิติศ รัตนโอภาส อดีตผู้จัดการพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวง ที่ ๑ (ฝาง) เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ฯ และเจ้าหน้าที่ร้านค้าพิพิธภัณฑ์ฯ ทุกท่านที่เอื้อเฟื้อสถานที่และข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

ขอขอบพระคุณ คุณพัชรัตน์ บุญเป็ง ตำแหน่งผู้จัดการร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) และคุณประณต ใจดี ตำแหน่งเจ้าหน้าที่มวลชนสัมพันธ์ประจำพิพิธภัณฑ์ฯ ที่สละเวลาให้การสัมภาษณ์ซึ่งข้อมูลที่ได้ถือเป็นประโยชน์กับงานวิจัยเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณ บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด และเพื่อนร่วมงานที่ให้ความสนับสนุนในการทำวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบคุณครอบครัวที่ให้การสนับสนุนช่วยเหลือ และให้กำลังใจเสมอมา

ประโยชน์ที่ได้รับจากการค้นคว้าวิจัยนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อท่านที่สนใจ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป หากมีข้อผิดพลาดประการใด ต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ณัฐพร เล่าสุวรรณณ์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1.....	1
บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.4 กรอบกระบวนการทำงาน.....	3
1.5 ขอบเขตการศึกษาวิจัย.....	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	5
บทที่ 2.....	6
เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 การศึกษาที่มาและความสำคัญของพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง).....	6
2.1.1 ความเป็นมาของพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง).....	6
2.1.2 วิสัยทัศน์พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง).....	7
2.1.3 กลุ่มเป้าหมายพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง).....	8

2.1.4	ลักษณะของพิพิธภัณฑ์และขอบเขตเนื้อหาการนำเสนอ.....	8
2.1.5	ขอบเขตเนื้อหา และแนวทางการสร้างวัตถุประสงค์.....	8
2.1.6	นิทรรศการที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง).....	8
2.1.7	ตราสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) และข้อกำหนดของพิพิธภัณฑ์.....	12
2.1.8	อาคารและสถานที่ตั้งพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง).....	15
2.2	ข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้าพิพิธภัณฑ์.....	16
2.2.1	ข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้าพิพิธภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก.....	16
2.3	ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก.....	20
2.3.1	ความหมายคำว่า “ของที่ระลึก”.....	20
2.3.2	ลักษณะสำคัญสินค้าของที่ระลึก.....	20
2.3.3	ประเภทของสินค้าที่ระลึก.....	21
2.3.4	แนวทางการออกแบบของที่ระลึก.....	22
2.4	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ.....	22
2.4.1	รูปทรง (Form).....	23
2.4.2	จิตวิทยาการใช้สี.....	24
2.4.3	ลวดลายในศิลปะจีน.....	25
2.5	ปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์.....	30
2.5.1	หน้าที่ใช้สอย (Function).....	30
2.5.2	ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or sales appeal).....	30
2.5.3	ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics).....	31
2.5.4	ความปลอดภัย (Safety).....	31
2.5.5	ความแข็งแรง (Construction).....	31
2.5.6	ราคา (Cost).....	31
2.5.7	วัสดุ (Materials).....	31

2.5.8	กรรมวิธีการผลิต (Production).....	31
2.5.9	การบำรุงรักษาและซ่อมแซม (Maintenance).....	32
2.5.10	การขนส่ง (Transportation).....	32
2.6	การศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีอยู่ในท้องตลาด.....	32
2.6.1	ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีจำหน่ายอยู่ในร้านค้าพิพิธภัณฑ The Shop @ TCDC .....	32
2.6.2	ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีจำหน่ายอยู่ในร้านค้าพิพิธภัณฑวิทยาศาสตร์ พิพิธภัณฑ ธรรมชาติวิทยาจัตุรัสวิทยาศาสตร์ อพวช. ....	33
2.6.3	ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีจำหน่ายอยู่ในร้านค้าพิพิธภัณฑเวียงท่ากาน .....	35
2.7	วัสดุและกรรมวิธีการผลิต.....	35
2.7.1	ไม้ (Wood).....	35
2.7.2	พลาสติก.....	38
2.7.3	ผ้า.....	41
2.8	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
บทที่ 3	.....	45
วิธีดำเนินการวิจัย	.....	45
3.1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	46
3.2	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	47
3.2.1	ลักษณะเครื่องมือ.....	47
3.2.2	การสร้างเครื่องมือ.....	48
3.3	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	49
3.4	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
3.4.1	ข้อมูลก่อนการออกแบบ.....	49
3.4.2	การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	49

3.4.3 การออกแบบและการพัฒนาแบบร่าง .....	49
3.4.4 ปรับปรุงและพัฒนาแบบร่าง.....	50
3.4.5 สร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ.....	50
3.4.8 การวิเคราะห์และการอภิปรายผล.....	51
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	51
3.5.1 สถิติพื้นฐาน.....	51
3.5.2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ).....	51
3.5.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD).....	52
บทที่ 4 .....	45
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	45
4.1 ขั้นตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)...	45
4.2 ขั้นตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ การออกแบบสินค้าของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายที่พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) และสรุปข้อกำหนดและแนวทางการออกแบบ.....	46
4.2.1 ผลสำรวจในภาพรวม.....	53
4.2.2 การออกแบบสินค้าของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑสถาน.....	56
4.3 ขั้นตอนที่ 3 ผลการสังเคราะห์ การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ.....	88
บทที่ 5 .....	93
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ .....	93
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	93
5.2 การอภิปรายผลในการทำงานวิจัย.....	96
5.3 ข้อเสนอแนะ .....	96
รายการอ้างอิง .....	98
ประวัติผู้เขียน.....	160



## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	พลาสติกประเภทเทอร์โมเซตติง ด้านคุณสมบัติและตัวอย่างการนำไปใช้งานผลิตภัณฑ์..	39
ตารางที่ 2	พลาสติกประเภทเทอร์โมพลาสติก คุณสมบัติและตัวอย่างการนำไปใช้งานผลิตภัณฑ์.....	40
ตารางที่ 3	แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	46
ตารางที่ 4	แสดงจำนวนอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	46
ตารางที่ 5	แสดงสถานภาพการสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	47
ตารางที่ 6	แสดงอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	47
ตารางที่ 7	แสดงรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	47
ตารางที่ 8	แสดงรถที่ใช้เดินทางไปพิพิธภัณฑ์ฯ ของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	48
ตารางที่ 9	แสดงส่วนนิทรรศการที่ผู้ตอบแบบสอบถามประทับใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	48
ตารางที่ 10	แสดงสัญลักษณ์ตัวแทนพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	48
ตารางที่ 11	แสดงเหตุผลของการซื้อของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	49
ตารางที่ 12	แสดงประเภทสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจ.....	49
ตารางที่ 13	แสดงลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท เครื่องเขียน อุปกรณ์สำนักงาน.....	50
ตารางที่ 14	แสดงลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท เครื่องประดับ.....	50
ตารางที่ 15	แสดงลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท ของเล่น.....	51
ตารางที่ 16	แสดงลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท ของแต่งบ้าน .....	51
ตารางที่ 17	แสดงลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท สินค้าแฟชั่น .....	52
ตารางที่ 18	แสดงงบประมาณการซื้อของที่ระลึกในสถานที่ท่องเที่ยว/ครั้ง.....	52
ตารางที่ 19	แสดงกลุ่มบุคคลที่ซื้อของที่ระลึกไปฝาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	52
ตารางที่ 20	แสดงจำนวนของที่ระลึกที่จะซื้อฝากในสถานที่ท่องเที่ยว/ครั้ง.....	53



ตารางที่ 21 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 1).....	63
ตารางที่ 22 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 2).....	63
ตารางที่ 23 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 3).....	64
ตารางที่ 24 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 4).....	65
ตารางที่ 25 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป (แบบที่ 1).....	67
ตารางที่ 26 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป (แบบที่ 2).....	67
ตารางที่ 27 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป (แบบที่ 3).....	68
ตารางที่ 28 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป (แบบที่ 4).....	69
ตารางที่ 29 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 1).....	71
ตารางที่ 30 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 2).....	72
ตารางที่ 31 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 3).....	72
ตารางที่ 32 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 4).....	73
ตารางที่ 33 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 1).....	75
ตารางที่ 34 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 2).....	76
ตารางที่ 35 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่นกลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 3).....	76
ตารางที่ 36 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 4).....	76
ตารางที่ 37 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 5).....	77
ตารางที่ 38 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 6).....	77
ตารางที่ 39 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ .....	77
ตารางที่ 40 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่ อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 1).....	79

ตารางที่ 41 แสดงผลการวิเคราะห์สวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่ อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 2).....	80
ตารางที่ 42 แสดงผลการวิเคราะห์สวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่ อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 3).....	80
ตารางที่ 43 แสดงผลการวิเคราะห์สวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่ อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 4).....	80
ตารางที่ 44 แสดงผลการวิเคราะห์สวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่ อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 5).....	81
ตารางที่ 45 แสดงผลการวิเคราะห์สวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่ อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 6).....	81
ตารางที่ 46 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่ อุปกรณ์ขนาดเล็ก .....	82
ตารางที่ 47 แสดงผลความพึงพอใจ “Ben - Bennie” เซตกระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย.....	89
ตารางที่ 48 แสดงผลความพึงพอใจ “Beranie” ผ้าพันคอ ขนาด 100x100 ซม.....	89
ตารางที่ 49 แสดงผลความพึงพอใจ “Bamblue” ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน .....	90
ตารางที่ 50 แสดงผลความพึงพอใจ “Birds in Blue” โคมไฟตั้งโต๊ะ .....	91
ตารางที่ 51 แสดงผลความพึงพอใจ “Bulbul” กรอบรูปสำหรับใส่รูปภาพขนาด 5x7 นิ้ว .....	91

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แสดงด้านหน้าอาคารพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) .....	2
ภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวคิดในการวางแผน .....	3
ภาพที่ 3 แสดงบรรยากาศนิทรรศการห้องกำเนิดโครงการหลวง.....	9
ภาพที่ 4 เครื่องจักรที่เคยใช้ในยุคต่างๆ ถูกจัดแสดงภายในห้องนิทรรศการ .....	9
ภาพที่ 5 ห้องนิทรรศการจำลองบรรยากาศโรงงานหลวงฯ ในอดีต .....	10
ภาพที่ 6 ห้องนิทรรศการจำลองเครื่องมือเครื่องใช้ของชาวจีนยูนนานในอดีต .....	10
ภาพที่ 7 ห้องนิทรรศการแสดงแผงผังประวัติความเป็นมาของพิพิธภัณฑ์ฯ .....	11
ภาพที่ 8 รถยนต์พระราชทานยี่ห้อโฟล์คสวาเก้นเมื่อแรกก่อตั้งโรงงานหลวงฯ .....	11
ภาพที่ 9 บรรยากาศห้องสมุดพิพิธภัณฑ์ที่มีการจัดแสดงภาพถ่ายวิถีชีวิตและธรรมชาติ .....	12
ภาพที่ 10 แสดงสถานีอนามัยพระราชทาน .....	12
ภาพที่ 11 แสดงตราสัญลักษณ์แบบสีทอง (Pantone 871).....	13
ภาพที่ 12 แสดงตราสัญลักษณ์แบบสีขาว - ดำ.....	13
ภาพที่ 13 แสดงโหนดตัวแทนพิพิธภัณฑ์.....	14
ภาพที่ 14 ตัวอย่าง “ฟ้อนต์ทองเต็ม” ที่อนุญาตให้ใช้ในงานออกแบบ.....	14
ภาพที่ 15 อาคารพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง).....	15
ภาพที่ 16 แสดงที่ตั้งพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง).....	15
ภาพที่ 17 แผนผังร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) .....	17
ภาพที่ 18 บรรยากาศร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) .....	17
ภาพที่ 19 บรรยากาศร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ถ่ายจากชั้นลอยห้องสมุด .....	18
ภาพที่ 20 บรรยากาศร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ส่วนจำหน่ายสินค้าที่ระลึก .....	18
ภาพที่ 21 ตัวอย่างสินค้าดอยคำที่มีจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง).....	19

ภาพที่ 22 ตัวอย่างสินค้าที่ระลึกที่จัดจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) .....	19
ภาพที่ 23 แบบเสื้อยืดคอกกลมสินค้าที่ระลึกพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) .....	19
ภาพที่ 24 ลวดลายเมฆ .....	26
ภาพที่ 25 ลวดลายประแจเงิน.....	26
ภาพที่ 26 ประแจเงินลายสายฟ้า .....	26
ภาพที่ 27 ลวดลายน้ำและคลื่น .....	27
ภาพที่ 28 ลวดลายจากต้นไผ่ .....	27
ภาพที่ 29 ต้นไม้มงคลสาม .....	28
ภาพที่ 30 ลวดลายนกสามขา.....	29
ภาพที่ 31 แสดงกระเป๋าสีน้ำตาล ของที่ระลึก The Shop @ TCDC .....	32
ภาพที่ 32 แสดงหมวกปีก ของที่ระลึก The Shop @ TCDC .....	33
ภาพที่ 33 แสดงบัวรดน้ำ ของที่ระลึก The Shop @ TCDC.....	33
ภาพที่ 34 แสดงแท่งปากกา ของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์เทคโนโลยีสารสนเทศ.....	34
ภาพที่ 35 แสดงพวงกุญแจยางรูปสัตว์ ของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์เทคโนโลยีสารสนเทศ.....	34
ภาพที่ 36 แสดงงานโซว์เบญจรงค์ ของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์เวียงท่ากาน .....	35
ภาพที่ 37 แสดงผลกลุ่มคนที่นิยมซื้อสินค้านำไปใช้เอง.....	54
ภาพที่ 38 แสดงลำดับการตัดสินใจในการซื้อสินค้า .....	55
ภาพที่ 39 แสดงข้อกำหนดในการออกแบบ .....	55
ภาพที่ 40 แสดงแนวทางการออกแบบ .....	56
ภาพที่ 41 แสดงภาพการออกแบบลวดลาย .....	57
ภาพที่ 42 แสดงแบบร่างสินค้าของที่ระลึก .....	58
ภาพที่ 43 ภาพเขียนแบบด้วยโปรแกรม 3 มิติ.....	58
ภาพที่ 44 แสดงภาพจำลองสามมิติ ของเต่างาน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ.....	59
ภาพที่ 45 แสดงภาพจำลองสามมิติ ของเต่างาน กลุ่มกรอบรูป .....	59

ภาพที่ 46 แสดงภาพจำลองสามมิติ เครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน.....	59
ภาพที่ 47 แสดงภาพจำลองสามมิติ เครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน.....	60
ภาพที่ 48 แสดงภาพจำลองสามมิติ กลุ่มผ้าพันคอ .....	60
ภาพที่ 49 แสดงภาพจำลองสามมิติ ถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก .....	61
ภาพที่ 50 เรียงลำดับผลความพึงพอใจสินค้าที่ผู้วิจัยทำการออกแบบ .....	88



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

การท่องเที่ยวเป็นบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศไทย และยังเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่ได้รับมาตรฐานสากล เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้ โดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ เพิ่มคุณค่า มูลค่าสินค้าและบริการท่องเที่ยว กระจายรายได้สู่เกษตรกร และท้องถิ่น และยังคงอัตลักษณ์ของชุมชน ดังนั้น จึงมุ่งเน้นการบูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558: 23)

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

พิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ตั้งอยู่ที่บ้านยาง หมู่ที่ 12 ตำบลแม่ฮอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ จัดตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงการศึกษาด้านอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป และเป็นสถานที่รวบรวม จัดแสดงแนวพระราชดำริในการพัฒนาที่ยั่งยืน ตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จุดเริ่มต้นของการก่อตั้งพิพิธภัณฑสถานนี้สืบเนื่องมาจากเมื่อวันที่ 8 - 9 ตุลาคม 2549 เกิดภัยพิบัติจากน้ำท่วมและดินโคลนถล่ม พื้นที่ในตำบลแม่ฮอน และตำบลแม่ข่า อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) ซึ่งได้รับความเสียหายเกือบทั้งหมด ภายหลังอุทกภัยในครั้งนี้นี้ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ในฐานะที่เป็นหุ้นส่วนใหญ่ของบริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด จึงวางแนวทางการดูแลฟื้นฟู



โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) เป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิตและการฟื้นฟูโรงงาน ด้านการเรียนรู้ ด้านธุรกิจสนับสนุน และงานด้านงานพิพิธภัณฑ์ โดยเริ่มเปิดดำเนินการผลิตอีกครั้งในเดือน พฤษภาคม ปี พ.ศ. 2552



ภาพที่ 1 แสดงด้านหน้าอาคารพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

ที่มา : ผู้จัดการออนไลน์, ตะลอนเที่ยว, พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง), เข้าถึงเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2560, เข้าถึงได้จาก <https://mgronline.com/smes/detail/9570000109955>

ชุมชนบ้านยาง หมู่บ้านเล็กๆ ใกล้กับโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) และพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) กิตติพงษ์ ยาวุฒิ ผู้ใหญ่บ้านบ้านยางกล่าวว่า ชุมชนบ้านยาง เป็นชุมชนที่มีวัฒนธรรมจื๋นยูนนานแท้ๆ มีจุดเด่นทางด้านวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมบ้านเรือนแบบจื๋นยูนนาน และอนุรักษ์อาหารท้องถิ่นที่หากินได้ยาก การเดินทางมาที่บ้านยาง ถนนใหญ่เข้าถึงหมู่บ้านได้โดยตรง และยังเป็นที่ตั้งของโรงงานหลวงฯ โดยเริ่มเปิดตัวเป็นหมู่บ้านโอท็อปเพื่อการท่องเที่ยว (OTOP Village Champion : OVC) ในปี พ.ศ.2552 การทำตลาดในช่วงแรก กรมการพัฒนาชุมชนพาสื่อมวลชนเข้ามาเยี่ยมชม เพื่อนำไปประชาสัมพันธ์ จนเกิดกระแสปากต่อปาก มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ มาเที่ยวมากขึ้นเรื่อยๆ ช่วยให้เศรษฐกิจในท้องถิ่นดีขึ้นโดยลำดับ (“ฟ้าหลังฝน “บ้านยาง” ยกของดีอาหารจื๋นยูนนาน เปิดตลาดท่องเที่ยว,” 2557)

ดังนั้นการมาเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) เป็นพิพิธภัณฑ์พื้นที่มีชีวิตแล้วยังมีส่วนจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม ผลไม้อบแห้ง สินค้าภายใต้ตราดอยคำ และของที่ระลึกต่างๆ อาทิ เสื้อ หมวก กระเป๋า พวงกุญแจ มีการใช้ตราสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์ฯ บนสินค้าของที่ระลึก สื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) และชุมชนบ้านยาง โดยสินค้าเหล่านี้ เป็นสินค้าที่มีจำหน่ายทั่วไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ ควรถ่ายทอด

เอกลักษณ์เฉพาะผ่านสินค้าของที่ระลึกที่จัดจำหน่าย และสร้างภาพจำให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ระลึกนึกถึงพิพิธภัณฑ์ โดยสินค้าแต่ละประเภทนั้นควรมีรูปแบบเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นนั้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) สู่นายตาของนักท่องเที่ยว โดยให้มีรูปแบบเฉพาะตัวสร้างความหลากหลายรวมทั้งสร้างความจดจำให้นักท่องเที่ยวยามเมื่อระลึกถึงพิพิธภัณฑ์แห่งนี้

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาและสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

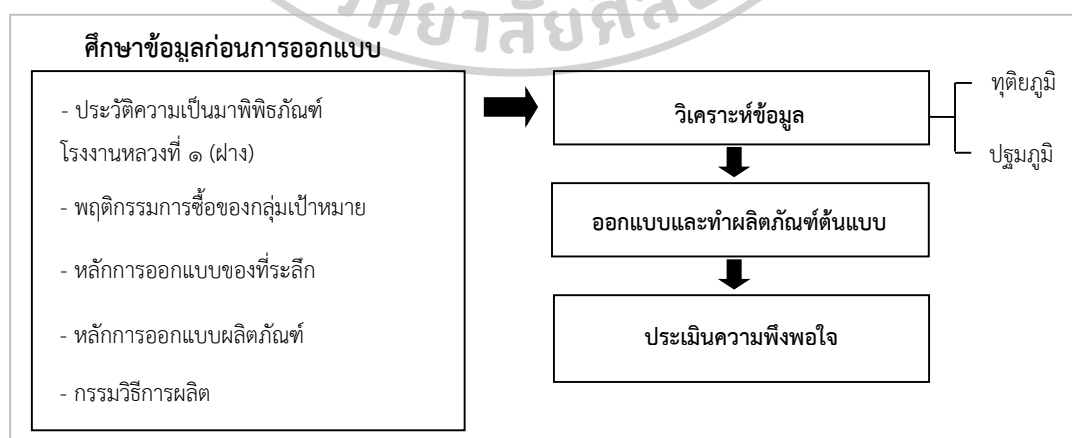
1.2.2 เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

1.2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ

## 1.3 สมมติฐานการวิจัย

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ที่ทำการออกแบบได้รับความพึงพอใจจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในระดับมาก

## 1.4 กรอบกระบวนการทำงาน



ภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวคิดในการวางแผน

ที่มา : ญัฐพร เล้าสุวรรณ



ในการออกแบบของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) นี้ เป็นการศึกษาข้อมูลภายใต้ขอบเขตเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) พฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาความต้องการผู้บริโภค เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยมีแนวทางในการศึกษา ดังนี้

ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับนำพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) แนวทางการพัฒนาการผลิตสินค้าของที่ระลึกตามหลักการของ วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2532: 129-136) โดยนำหลักการบางส่วนที่เหมาะสมมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนารูปแบบแล้วทำการศึกษาความคิดเห็น ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มาพัฒนาเป็นของที่ระลึก ดังนี้

1. ผลงานที่ผลิตจะต้องแสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้
2. ขนาด น้ำหนัก ของสินค้าสามารถพกพาได้สะดวกและเหมาะสมกับการจัดวางในบ้าน
3. สินค้าควรมีทั้งความสวยงามและแฝงไปด้วยประโยชน์ใช้สอย เพราะจะได้เปรียบในการตัดสินใจซื้อได้มากกว่าสินค้าสวยงามเพียงอย่างเดียว
4. ประดิษฐ์คิดค้นรูปแบบสินค้าใหม่ๆ โดยยังคงรักษาเค้าโครงเดิมของศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือสอดแทรกอยู่บ้าง

## 1.5 ขอบเขตการศึกษาวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ใช้ในการออกแบบ ผู้วิจัยเลือกเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบริบทของพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) และวัฒนธรรมจันทบูร โดยศึกษาวิเคราะห์เพื่อหาอัตลักษณ์ด้านรูปทรง รูปแบบ และสี ก่อนการออกแบบ

1.5.2 ขอบเขตด้านผลงาน ผู้วิจัยนำเสนองานออกแบบ 3 ประเภท ดังนี้

1.5.2.1 สินค้าประเภทของตกแต่งบ้าน แบ่งสินค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะและกลุ่มกรอบรูป โดยคัดเลือกนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ อย่างละ 4 แบบ

1.5.2.2 สินค้าประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน โดยคัดเลือกนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 4 แบบ

1.5.2.3 สินค้าประเภทของใช้แฟชั่น แบ่งสินค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผ้าพันคอและกลุ่มกระเป๋า โดยคัดเลือกนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ อย่างละ 6 แบบ

1.5.3 ขอบเขตด้านกระบวนการคัดเลือกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบร่าง จากนั้นจึงสร้างเป็นรูปภาพ 3 มิติ จากสินค้าทั้งหมด 3 ประเภท รวมทั้งหมด 24 แบบ สร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ Google Form เพื่อนำเสนอแบบและขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อคัดเลือกสินค้าแต่ละกลุ่มเหลืออย่างละ 1 แบบ

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1 มีองค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ในพื้นที่การท่องเที่ยวพืชรักษณ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)
- 1.6.2 มีต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สามารถนำไปผลิตสำหรับการจำหน่าย
- 1.6.3 เกิดเครือข่ายการออกแบบขึ้นระหว่างพืชรักษณ์และนักวิจัย

## 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

1.7.1 ของที่ระลึก หมายถึง สิ่งของหรือสิ่งใดๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อทำให้นักถึง เรื่องราวในอดีตมีส่วนร่วมกระตุ้นเตือนความทรงจำเดิมของบุคคลอันเกี่ยวเนื่องกับบุคคล สถานที่ หรือเหตุการณ์ เรื่องราวที่เคยมีประสบการณ์ผ่านเข้ามาในชีวิต

1.7.2 พืชรักษณ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวเชิงการศึกษาด้านอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป และเป็นสถานที่รวบรวม และจัดแสดงแนวพระราชดำริในการพัฒนาที่ยั่งยืน ตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตั้งอยู่ที่อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่

1.7.3 โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) หมายถึง โรงงานหลวงแห่งแรกของประเทศไทยตั้งอยู่ที่อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ รับซื้อผลผลิตทางการเกษตรจากเกษตรกรเพื่อนำมาแปรรูป ตลอดจนการจัดการจัดหาช่องทางกระจายสินค้าสู่ตลาด รวมถึงจัดให้มีการค้นคว้า วิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารตามแนวพระราชดำริ ภายใต้ตราสินค้า “ดอยคำ”

1.7.4 ร้านค้าพืชรักษณ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) หมายถึง ร้านค้าที่จัดจำหน่ายสินค้าอยู่ภายในพืชรักษณ์ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนพื้นที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดอยคำและสินค้าที่ระลึก ซึ่งแบ่งสินค้าออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มจากผลิตภัณฑ์ดอยคำ เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้ง เป็นต้น 2. กลุ่มสินค้าที่ระลึกจากพืชรักษณ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) เช่น เสื้อโปโล กระเป๋า ถุงผ้า ที่คั่นหนังสือ เป็นต้น

## บทที่ 2

### เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) นั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้า เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) โดยได้ศึกษาถึงเนื้อหา แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ กับการวิจัย ดังนี้

- 2.1 การศึกษาที่มาและความสำคัญของพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)
- 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้าพิพิธภัณฑ์
- 2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
- 2.4 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ
- 2.5 ปัจจัยสำคัญเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์
- 2.6 การศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีอยู่ในท้องตลาด
- 2.7 วัสดุและกรรมวิธีการผลิต
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 การศึกษาที่มาและความสำคัญของพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

##### 2.1.1 ความเป็นมาของพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

วันที่ 8 - 9 ตุลาคม 2549 เกิดเหตุการณ์น้ำป่าไหลหลาก โดยน้ำป่าปริมาณมากมาจากเทือกเขาสูงไหล ลงมาพร้อมกับก้อนหินขนาดใหญ่ต้นไม้และรากไม้ทับถมกันเข้าซัดถล่มในพื้นที่บ้านยาง ต.แม่ฮอน อ.ฝาง โดยเฉพาะโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) เป็นจุดแรกที่รับแรงน้ำได้รับความเสียหายอย่างหนัก ตัวอาคารและเครื่องจักรส่วนใหญ่เสียหายจนไม่สามารถซ่อมแซมได้ ภายหลังเหตุการณ์น้ำป่าพัดถล่ม สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ได้เสด็จมาทอดพระเนตรและมีพระราชดำริให้ฟื้นฟูและพัฒนา โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) และชุมชน รวมถึงพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำแม่ฮอนโดยมอบหมายให้ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์เป็นผู้วางแผนแม่บท ในการพัฒนาโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) รวมถึงจัดสร้างแหล่งรวบรวมและเผยแพร่กิจกรรมตามแนวพระราชดำริที่ไม่เพียงมุ่งหวังที่จะช่วยเหลือชาวไทยภูเขาให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นเท่านั้น แต่ยังส่งผลให้คนไทยทั้งประเทศ ดำรงชีวิตอย่างสงบสุข สอดคล้องกับพระราชปณิธานอันแน่วแน่ที่จะ “ช่วยชาวเขา ช่วยชาวเรา ช่วยชาวโลก” ผ่านการนำเสนอในรูปแบบ

พิพิธภัณฑ์พื้นที่มีชีวิต (LIVING SITE MUSEUM) ที่มีชื่อว่า “พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)” วันที่ 8 - 9 ตุลาคม 2549 เกิดภัยพิบัติจากน้ำท่วมและดินโคลนถล่ม มีพื้นที่เสียหายมากในตำบลแม่จอนและ ต.แม่ข่า อ.ฝาง จ.เชียงใหม่ ซึ่งรวมถึงโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) ที่เสียหายเกือบจะสิ้นเชิง

วันที่ 14 ตุลาคม 2549 หม่อมเจ้าภีศเดช รัชนี เสด็จเยี่ยมพื้นที่ และผู้ประสบภัย พร้อมรับสั่งกับเจ้าหน้าที่กรมชลประทานให้แก้ไขปัญหามิให้เกิดภัยพิบัติ เช่นนี้อีก

วันที่ 12 มกราคม 2550 หม่อมเจ้าภีศเดช รัชนี เสด็จพร้อมเจ้าหน้าที่จากกรมชลประทาน และหน่วยพัฒนาการเคลื่อนที่ 32 (นพค.32) สำนักงานพัฒนาภาค 3 หน่วยบัญชาการทหารพัฒนากองบัญชาการทหารสูงสุด เพื่อทรงติดตามความก้าวหน้าในการแก้ปัญหา

วันที่ 18 มกราคม 2550 สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สเด็จพระราชดำเนินทอดพระเนตรพื้นที่ และโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง)

วันที่ 19 มกราคม 2550 จากการทำหรือของคณะทำงานเบื้องต้น ดร. กฤษณพงศ์ กีรติกร กราบบังคมทูล สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ เรื่องแนวทางการฟื้นฟูโรงงานหลวงฯ ที่ ๑ (ฝาง)

วันที่ 5 ตุลาคม 2550 เลขาธิการ กปร. แจ้งพระราชดำริเรื่อง การฟื้นฟูสภาพพื้นที่โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) และชุมชน โดยขอให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบ และร่วมพิจารณาแนวทางการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำแม่จอน

วันที่ 29 ตุลาคม 2550 แต่งตั้งคณะทำงานวางแผนและประสานงานการดำเนินงานโครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำแม่จอนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

วันที่ 15 พฤศจิกายน 2550 เลขาธิการ กปร. ประชุมคณะทำงานวางแผนและประสานงานการดำเนินงานโครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำแม่จอนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

เดือนมกราคม 2551 สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จัดการประชุมเพื่อวางแผนแม่บทในการพัฒนาและฟื้นฟูโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง)

## 2.1.2 วิสัยทัศน์พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

โดยวิสัยทัศน์พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

2.1.2.1 สื่อถึงพระราชวิสัยทัศน์ของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร (รัชกาลที่ 9) ในการก่อตั้งโรงงานหลวงฯ ที่ ๑ (ฝาง) แสดงถึงประโยชน์ที่ชุมชนและประชาชนในพื้นที่ได้รับจากโรงงานหลวงฯ ที่ ๑ (ฝาง) เช่น การสร้างงาน สร้างความผูกพันกับแผ่นดิน ความรู้สึกถึงความเป็นไทย และความห่วงใยของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร (รัชกาลที่ 9) ที่มีต่อประชาชน

2.1.1.2 แสดงถึงอุปสรรคในการดำเนินการของโรงงานหลวงฯ ที่ ๑ (ฝาง) เช่น ปัญหาอุทกภัย

2.1.1.3 แสดงถึงความเป็นปัจจุบันและอนาคตของโรงงานหลวงฯ ที่ ๑ (ฝาง)

### 2.1.3 กลุ่มเป้าหมายพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ คนไทย ทุกเพศ ทุกวัย ผู้ที่สนใจศึกษาแนวพระราชดำริในการพัฒนาที่ยั่งยืน ตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร (รัชกาลที่ 9) และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชมธรรมชาติ ดอยอ่างขาง จ.เชียงใหม่

### 2.1.4 ลักษณะของพิพิธภัณฑ์และขอบเขตเนื้อหาการนำเสนอ

พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ถูกกำหนดให้เป็น Site Museum โดยมีพื้นที่ที่พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร (รัชกาลที่ 9) พระราชทานพระราชทรัพย์ส่วนพระองค์จัดซื้อ เพื่อพัฒนาเป็นโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) เป็นจุดเริ่มต้นขอบเขตของ Site Museum ทางด้านเนื้อหายังครอบคลุมไปถึงการเรียนรู้จากสิ่งต่างๆ ที่อยู่ในพื้นที่ของโรงงานหลวงฯ และรวมไปถึงชุมชนโดยรอบ

### 2.1.5 ขอบเขตเนื้อหา และแนวทางการสร้างวัตถุประสงค์

ศึกษาค้นคว้า รวบรวมความทรงจำ และหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการการนำแนวพระราชดำริ และพระราชวิสัยทัศน์ในการพัฒนาโครงการหลวง และโรงงานหลวงฯ ที่ ๑ (ฝาง) ซึ่งรวมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ บริบทด้านกายภาพ รวมทั้งประเด็นที่เสี่ยง รองรับการพัฒนาแบบองค์รวม จนถึงกระบวนการและการ พัฒนาการผลิตของโรงงานหลวงฯ ในเบื้องต้น มีวัตถุประสงค์ ได้แก่ ตัวพื้นที่ (Site) อาคารสถานีอนามัยพระราชทาน ชั้น 2 และเครื่องจักรดั้งเดิมที่หลงเหลือจากการกู้ซากจากเหตุการณ์น้ำป่าไหลหลาก และโคลนถล่ม แนวทางของเนื้อหาครอบคลุมประเด็นการจัดการปัญหาเรื่องความยากไร้ ความเจ็บไข้ ความไม่รู้ ความมั่นคงของชาติ รวมถึงสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ

### 2.1.6 นิทรรศการที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

ในส่วนของพิพิธภัณฑ์มีการจัดแสดงนิทรรศการที่น่าสนใจมากมาย เช่น นิทรรศการที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ประกอบด้วย ๓ หัวข้อหลัก คือ โครงการหลวง โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) และ บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด โดยนำเสนอผ่าน คำบรรยาย ภาพถ่าย สื่อวีดิทัศน์ นิทรรศการจัดแสดงวัตถุประสงค์ อันเป็นสิ่งของจากชาวบ้านชุมชนบ้านยางบริจา



ให้พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) รวมทั้งการจำลองบรรยากาศภายใต้กรอบแนวคิดในการออกแบบ 3 ประการ คือ ความพอเพียงเรียบง่าย เอกลักษณ์ของท้องถิ่น และกลิ่นอายหรือบรรยากาศของโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) และเข้าชมสถานที่จริงจากแหล่งเรียนรู้ต่างๆ ได้ด้วยตนเอง อาทิ ชุมชนบ้านยาง สถานีอนามัย ศาลเจ้าแม่กวนอิมในพื้นที่ใกล้เคียงพิพิธภัณฑ์



ภาพที่ 3 แสดงบรรยากาศนิทรรศการห้องกำเนิดโครงการหลวง  
ที่มา : ภาพโดย ณัฐพร เล้าสุวรรณ



ภาพที่ 4 เครื่องจักรที่เคยใช้ในยุคต่างๆ ถูกจัดแสดงภายในห้องนิทรรศการ  
ที่มา : ภาพโดย ณัฐพร เล้าสุวรรณ



ภาพที่ 5 ห้องนิทรรศการจำลองบรรยากาศโรงงานหลวงฯ ในอดีต  
ที่มา : บริษัท ดอยคำ จำกัด (2562), พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง), เข้าถึงเมื่อ 9 พฤษภาคม 2562, เข้าถึงได้จาก <https://www.doikham.co.th>



ภาพที่ 6 ห้องนิทรรศการจำลองเครื่องมือเครื่องใช้ของชาวจีนยูนนานในอดีต  
ที่มา : บริษัท ดอยคำ จำกัด (2562), พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง), เข้าถึงเมื่อ 9 พฤษภาคม 2562, เข้าถึงได้จาก <https://www.doikham.co.th>





ภาพที่ 7 ห้องนิทรรศการแสดงแผนผังประวัติความเป็นมาของพิพิธภัณฑ์ฯ  
 ที่มา : บริษัท ดอยคำ จำกัด (2562), พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง), เข้าถึงเมื่อ 9 พฤษภาคม 2562, เข้าถึงได้จาก <https://www.doikham.co.th>



ภาพที่ 8 รถยนต์พระราชทานยี่ห้อโฟลค์สวาเกินเมื่อแรกก่อตั้งโรงงานหลวงฯ  
 ที่มา : เชียงใหม่สู่มรดกโลก, พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง), เข้าถึงเมื่อ 9 พฤษภาคม 2562, เข้าถึงได้จาก <http://www.chiangmaiworlheritage.net>





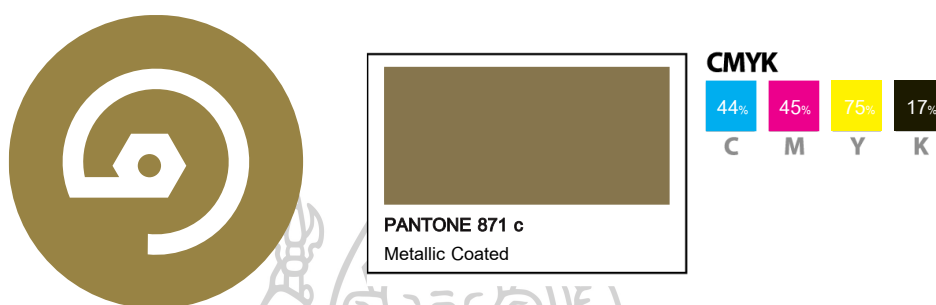
ภาพที่ 9 บรรยากาศห้องสมุดพิพิธภัณฑ์ที่มีการจัดแสดงภาพถ่ายวิถีชีวิตและธรรมชาติ  
ที่มา : เชียงใหม่สู่มรดกโลก, พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง), เข้าถึงเมื่อ 9 พฤษภาคม 2562,  
เข้าถึงได้จาก <http://www.firstroyalfactory.or.th/>



ภาพที่ 10 แสดงสถานีอนามัยพระราชทาน  
ที่มา : ภาพโดย อนุรักษ์ เล้าสุวรรณ

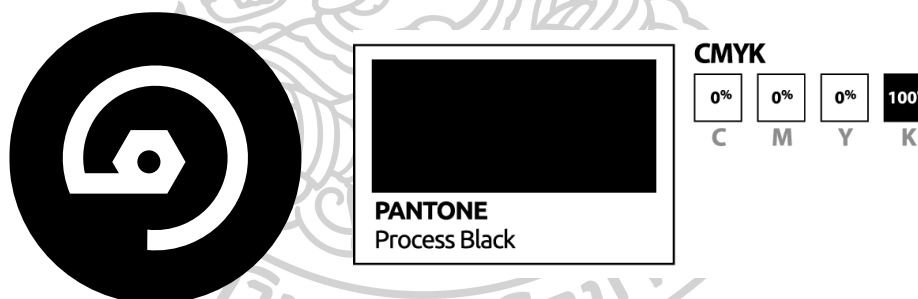
**2.1.7** ตราสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) และข้อกำหนดของพิพิธภัณฑ์  
เพื่อต้องการยกย่องเทิดทูนพระราชอัจฉริยภาพของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว(รัชกาลที่ 9)  
ในฐานะที่ทรงเป็นผู้ให้กำเนิด โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) ประกอบกับ

แรงบันดาลใจจากการเดินดูโรงงานหลวงฯ และพบว่ามีวัสดุจำพวกโลหะอยู่มากมาย จึงเป็นที่มาของ ลักษณะสัญลักษณ์ต่างๆ ภายใต้แนวคิดสั้นๆ ว่า Regal Local Simple (เป็นระเบียบแบบแผน แต่เรียบง่าย และสามารถเข้าถึงได้) เลข “๑” : โรงงานหลวงฯ แห่งแรก วงแหวนและหัวน็อต : ความเป็นอุตสาหกรรมและโรงงาน วงกลม : ความเป็นหนึ่งเดียวของชุมชนกับโรงงานหลวงฯ สีทอง : ความเป็นพระมหากษัตริย์



ภาพที่ 11 แสดงตราสัญลักษณ์แบบสีทอง (Pantone 871)

ที่มา : อนุรักษ์ เล้าสุวรรณ



ภาพที่ 12 แสดงตราสัญลักษณ์แบบสีขาว - ดำ

ที่มา : อนุรักษ์ เล้าสุวรรณ



### การให้ความหมายสีของพิพิธภัณฑ

ฯ

- สีน้ำตาล สื่อถึง ชุมชนโดยรอบ โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง)
- สีทอง สื่อถึง โครงการหลวง และ ความเป็นพระมหากษัตริย์
- สีน้ำเงิน สื่อถึง พิพิธภัณฑโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)
- สีเขียว สื่อถึง โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง)

ภาพที่ 13 แสดงโทนสีตัวแทนพิพิธภัณฑ

ที่มา : อนุรักษ์ เล้าสุวรรณ

ทศวรรษ ๔๐ ถึง ปัจจุบัน

ทักษะการเขียนลีลาเส้นสาย

ใหม่หมด

# ทองเต็ม

กลับมาจากอดีตโดยนักออกแบบหัวก้าวหน้าของยุค

กับครอบครัวที่เติบโตใหญ่

เรียบง่าย ชัดเจน

รองรับเว็บฟอนต์ หรือ สิ่งพิมพ์หลากหลาย

รักษาเนื้อแท้ของเจตนาได้ครบถ้วน

# ใจความ

ภาพที่ 14 ตัวอย่าง “ฟอนต์ทองเต็ม” ที่อนุญาตให้ใช้ในงานออกแบบ

ที่มา : คัดสรร ตีมาก, [thongterm-ทองเต็ม](https://font.cadsondemak.com/foundry/thongterm), เข้าถึงเมื่อ 9 พฤษภาคม 2562, เข้าถึงได้จาก

<https://font.cadsondemak.com/foundry/thongterm>

### 2.1.8 อาคารและสถานที่ตั้งพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)



ภาพที่ 15 อาคารพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

ที่มา : เชียงใหม่สู่มรดกโลก, พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง), เข้าถึงเมื่อ 9 พฤษภาคม 2562, เข้าถึงได้จาก <http://www.chiangmaiworldheritage.net>



ภาพที่ 16 แสดงที่ตั้งพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

ที่มา : ธีรพร เล้าสุวรรณ

### 2.1.8.1 ที่ตั้งพิพิธภัณฑ

72 หมู่ 12 ตำบลแม่ฮ่อง อำเภอดง จังหวัดเชียงใหม่ 50320  
โทร 053 051 021, 08 1825 8511, 08 1825 6754  
แฟกซ์ 053 051 019

### 2.1.8.2 การเดินทาง

จากเชียงใหม่มุ่งหน้า อำเภอดง ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 107  
ระยะทาง 150 กิโลเมตร ถึงแยกอ่างขางแล้วเลี้ยวซ้าย  
เข้าไปอีกเพียง 9.5 กิโลเมตร เลี้ยวซ้ายข้างโรงเรียนเจ้าแม่หลวงอุปถัมภ์ ๑  
มุ่งหน้าเข้าสู่หมู่บ้านยาง

### 2.1.8.3 เวลาทำการพิพิธภัณฑ

09.00 น. – 16.30 น. (ปิดวันจันทร์) (เว้นวันจันทร์ที่เป็นวันหยุดนักขัตฤกษ์)  
วันหยุดประจำปี 1 – 15 พฤษภาคม

### 2.1.8.4 เวลาทำการของร้านขายของที่ระลึก

08.00 น. – 17.00 น. เปิดทำการทุกวัน

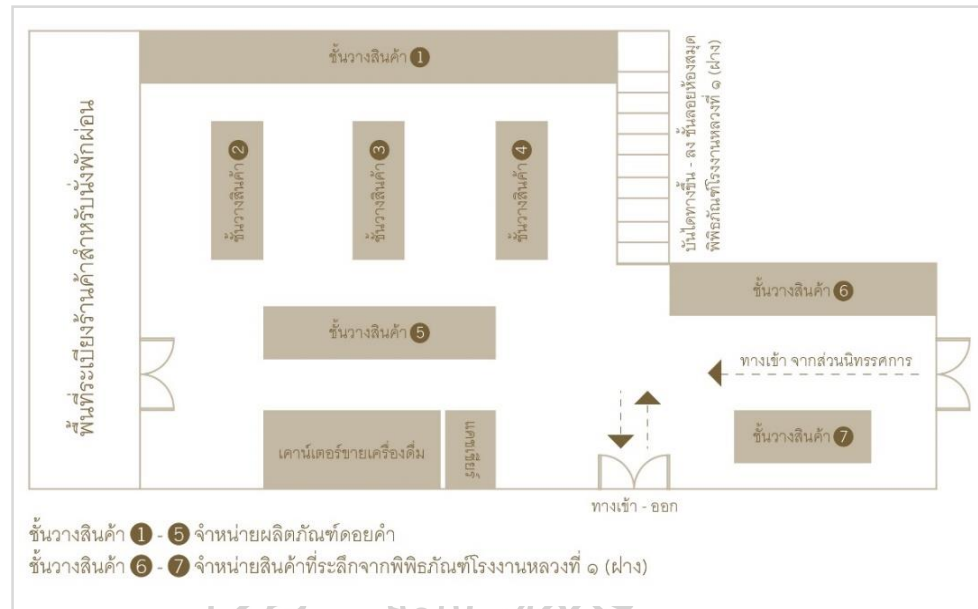
## 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้าพิพิธภัณฑ

### 2.2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้าพิพิธภัณฑ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ร้านค้าพิพิธภัณฑโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) แบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 คือส่วนให้ความรู้โดยเล่าประวัติและบทบาททางสังคมของ บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด อีกทั้งยังมีบริเวณพื้นที่ชั้นลอยสำหรับผู้สนใจศึกษาข้อมูลและงานวิจัย ซึ่งเกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑฯ โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) และชุมชนโดยรอบ ส่วนที่ 2 คือส่วนพื้นที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดอยคำและสินค้าที่ระลึก ซึ่งแบ่งสินค้าออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มจากผลิตภัณฑ์ดอยคำ เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้ง เป็นต้น 2. กลุ่มสินค้าที่ระลึกจากพิพิธภัณฑโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) เช่น เสื้อโปโล กระเป๋า ถุงผ้า ที่คั่นหนังสือ เป็นต้น



### 2.2.1.1 บรรยากาศร้านค้าพิพิธภัณฑ



ภาพที่ 17 แผนผังร้านค้าพิพิธภัณฑโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

ที่มา : อนุรักษ์ เล้าสุวรรณ

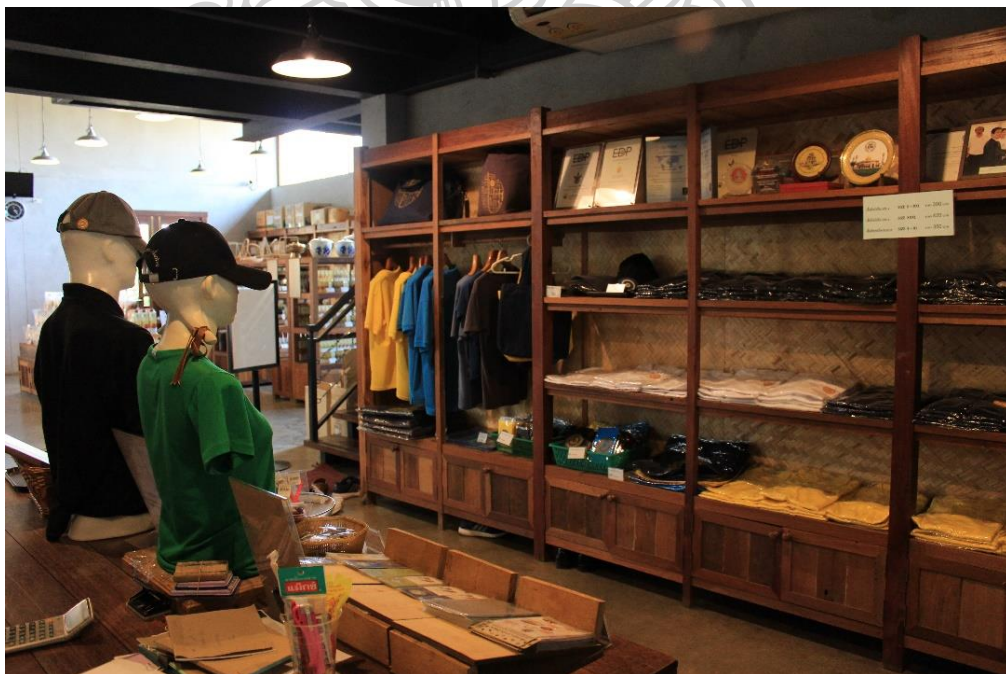


ภาพที่ 18 บรรยากาศร้านค้าพิพิธภัณฑโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

ที่มา : ภาพโดย อนุรักษ์ เล้าสุวรรณ



ภาพที่ 19 บรรยากาศร้านกาแฟพิพิธภัณฑิ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ถ่ายจากชั้นลอยห้องสมุด  
ที่มา : ภาพโดย ณัฐพร เล้าสุวรรณ



ภาพที่ 20 บรรยากาศร้านกาแฟพิพิธภัณฑิ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ส่วนจำหน่ายสินค้าที่ระลึก  
ที่มา : ภาพโดย ณัฐพร เล้าสุวรรณ





ภาพที่ 21 ตัวอย่างสินค้าดอยคำที่มีจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)  
ที่มา : ดอยคำ, **สินค้าดอยคำ**, เข้าถึงเมื่อ 3 กันยายน 2560, เข้าถึงได้จาก  
<https://www.facebook.com/DoikhamFP/>



ภาพที่ 22 ตัวอย่างสินค้าที่ระลึกที่จัดจำหน่ายในพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)  
ที่มา : พิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง), **ของที่ระลึกพิพิธภัณฑฯ**, เข้าถึงเมื่อ 18 มิถุนายน 2560,  
เข้าถึงได้จาก <http://www.firstroyalfactory.or.th/>



ภาพที่ 23 แบบเสื้อยืดดอกกลมสินค้าที่ระลึกพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)  
ที่มา : ภาพโดย อนุรักษ์ เล้าสุวรรณ



## 2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

### 2.3.1 ความหมายคำว่า “ของที่ระลึก”

“ของที่ระลึก” ตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2542 ได้ให้คำจำกัดความโดยแยกความหมายของคำว่า “ของ” ซึ่งหมายถึงสิ่งต่าง ๆ (ใช้สำหรับนำหน้านามที่เป็นผู้ครอบครอง) ส่วนคำว่า “ที่ระลึก” หมายถึง คิดถึง นึกถึง เรื่องราวในอดีตได้ เช่น ระลึกถึงความหลัง เป็นต้น ดังนั้น คำว่าของที่ระลึก อาจหมายถึง สัญลักษณ์แทนบุคคล เหตุการณ์ เรื่องราวต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต เพื่อกระตุ้นเตือนหรือให้นึกถึงอยู่เสมอ หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความนึกถึงและคิดถึง (ประเสริฐ ศีลรัตน์, 2531: 2)

ของที่ระลึกนี้มีชื่อเรียกแตกต่างกันออกไปอีกตามโอกาสอีก เช่น "ของชำร่วย" หมายถึง ของตอบแทนผู้มาช่วยงาน เช่น งานแต่งงาน งานศพ "ของกำนัล" หมายถึง สิ่งของที่นำไปให้แก่ผู้ที่รักและนับถือ และ "ของขวัญ" หมายถึง สิ่งของที่ให้แก่เพื่ออวยชัยไมตรี

ของที่ระลึกซึ่งทำออกมาในรูปแบบต่างๆ เช่น ของบริโภคนิยม ของใช้ เครื่องประดับ ฯลฯ มีความเกี่ยวข้องกับวัสดุ เทคนิควิธีทำ จุดมุ่งหมายในการผลิตและการนำไปใช้ ตลอดจนอิทธิพลอื่นๆ เช่น ความเชื่อ ศาสนา การเมือง วัฒนธรรม เศรษฐกิจและสังคม ทำให้ของที่ระลึกมีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป การจัดประเภทของที่ระลึกสามารถจัดได้โดยยึดหลักต่อไปนี้

### 2.3.2 ลักษณะสำคัญสินค้าของที่ระลึก

การที่คนจะเลือกสินค้าสิ่งใด สิ่งใดนั้นจะต้องเป็นที่ถูกใจและมีความน่าสนใจ ชวนให้อยากซื้อ สินค้าของที่ระลึกที่น่าสนใจควรมีลักษณะ ดังนี้ (ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, 2537)

2.3.2.1 เป็นสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เมื่อมีผู้กล่าวถึงของที่ระลึกประเภทนี้แล้วทุกคนต้องรู้จักแหล่งที่มาของสิ่งนั้นได้ ซึ่งถือว่าเป็นเอกลักษณ์ที่เกิดมาจากประวัติความเป็นมาของท้องถิ่นนั้นๆ

2.3.2.2 เป็นสินค้าหายาก ของที่ระลึกประเภทนี้มักจะเป็นสิ่งของที่นักท่องเที่ยวซื้อ และเป็นสิ่งที่เป็นของแท้ และราคาถูกกว่าที่อื่น

2.3.2.3 ราคาถูก เมื่อนำไปเทียบกับสิ่งของประเภทเดียวกัน ที่วางจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งอาจเป็นสิ่งของเครื่องใช้ทั่วไป เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องหนัง เป็นต้น

2.3.2.4 มีความดึงดูดใจจากการออกแบบ ลวดลาย ความประณีต สีสัน มีความน่าสนใจ ความมีประโยชน์ใช้สอย เช่น ตุ๊กตา สมุนไพร เป็นต้น

2.3.2.5 หาได้ง่าย สะดวก มีวางขายตามจุดต่างๆ อย่างเหมาะสม

2.3.2.6 ขนาด รูปร่าง และน้ำหนักที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการขนส่ง สินค้าของที่ระลึกที่มีจุดอ่อน จะต้องหาทางแก้ไข เช่น มีบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ หรือออกแบบให้สามารถแยกชิ้นได้ เพื่อนำไปประกอบใหม่ในภายหลัง เป็นต้น

2.3.2.7 ใช้แรงงานในท้องถิ่น โดยการแปรรูปสินค้าของที่ระลึก ให้เกิดมูลค่าเพิ่มโดยใช้แรงงานในท้องถิ่นนั้นๆ

2.3.2.8 มีการแสดงขั้นตอนการผลิต เพื่อให้ผู้บริโภคมีโอกาสทดลองทำ เพื่อที่จะสร้างความประทับใจให้เห็นคุณค่าของสินค้านั้น เช่น การทอผ้า การวาดลายร่ม เป็นต้น

2.3.2.9 มีฉลากบอกส่วนประกอบหรือส่วนผสม บอกที่มาของสินค้านั้นว่าทำมาจากอะไร วิธีการใช้ การดูแลรักษา และมีข้อควรระวังอย่างไร เหล่านี้เป็นต้น

### 2.3.3 ประเภทของสินค้าที่ระลึก

ของที่ระลึกซึ่งทำออกมาในรูปแบบต่างๆ เช่น ของบริโภค ของใช้ เครื่องประดับ ฯลฯ มีความเกี่ยวข้องกับวัสดุ เทคนิควิธีทำ จุดมุ่งหมายในการผลิตและการนำไปใช้ ตลอดจนอิทธิพลอื่นๆ เช่น ความเชื่อ ศาสนา การเมือง วัฒนธรรม เศรษฐกิจและสังคม ทำให้ของที่ระลึกมีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป การจัดประเภทของที่ระลึกสามารถจัดได้โดยยึดหลักต่อไปนี้

#### 2.3.3.1 การจัดประเภทตามรูปแบบของที่ระลึก

การจัดประเภทของที่ระลึกสามารถจัดตามรูปแบบที่ปรากฏได้ดังนี้

1) ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นตามแบบประเพณีนิยม คือ ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นโดยสืบทอดรูปแบบต่อกันมาจากบรรพบุรุษ โดยในอดีตนั้นสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก เมื่อสภาวะความเป็นอยู่เปลี่ยนแปลง จุดมุ่งหมายของการใช้สิ่งนั้น จึงอาจเปลี่ยนแปลงไปเป็นของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านต่างๆ เป็นต้น

2) ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นตามแบบสมัยนิยม เป็นของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นตามความนิยมในสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่งในช่วงระยะเวลาหนึ่ง จากนั้นก็เสื่อมความนิยมไปพร้อมกับรูปแบบใหม่เข้ามาแทนที่

#### 2.3.3.2 การจัดประเภทตามประโยชน์ใช้สอย

การจัดแบ่งของที่ระลึกตามประโยชน์ใช้สอยนี้จัดแบ่งตามจุดประสงค์ของการนำไปใช้ว่าใช้ในลักษณะใด แบ่งได้ 3 ประเภท คือ

1) ของที่ระลึกประเภทของบริโภค หมายถึง ของที่ระลึกประเภทอาหาร แต่เดิมนั้นคงเป็นเพียงการแบ่งปันอาหารกันในลักษณะที่คงเป็นธรรมชาติอยู่ เช่น ผลไม้ เนื้อสัตว์ เป็นต้น ปัจจุบันมีการปรุงแต่งอาหารทั้งในด้านรูปแบบและรสชาติ รวมถึงการจัดใส่ภาชนะและหีบห่อที่สวยงามเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ฉะนั้นอาหารไม่เป็นเพียงใช้บริโภคโดยตรง หากยังใช้แลกเปลี่ยน

ซื้อขายหรือมอบให้แก่กันในโอกาสต่างๆ อีกด้วย เช่น ขนมลูกชุบ ขนมเทียนสวย ชิงคอง กระเทียมดอง เป็นต้น ด้วยเหตุที่อาหารเป็นสิ่งที่ไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน อาหารจึงมักไม่ค่อยได้รับการยอมรับว่าเป็นของที่ระลึกเหมือนกับวัตถุอย่างอื่น

2) ของที่ระลึกประเภทของอุปโภค ได้แก่ ของที่ระลึกประเภทเครื่องใช้ต่างๆ เป็นสิ่งที่ผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการทางด้านร่างกายเป็นส่วนใหญ่ ของที่ระลึกประเภทนี้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านต่างๆ โคม เชียงเทียน ตะเกียง เป็นต้น

3) ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง เป็นของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการทางด้านจิตใจ ได้แก่ เครื่องประดับร่างกาย และอาคารสถานที่ต่างๆ

#### 2.3.3.3 การจัดประเภทตามจุดประสงค์ของผลิต

ของที่ระลึกอาจแบ่งได้ตามจุดประสงค์เฉพาะในการผลิต เช่น ผลิตขึ้นเพื่อระลึกถึงบุคคล งาน เหตุการณ์และสถานที่ต่างๆ ดังนี้

ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นเฉพาะที่ หมายถึงของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นเพื่อระลึกถึงสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง อาจแสดงให้เห็นรูปแบบเฉพาะของท้องถิ่นโดยใช้วัสดุและเทคนิควิธีที่สืบทอดกันมาในท้องถิ่นนั้นหรือนำเอารูปแบบของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง รูปแบบของบุคคลหนึ่งหรือเหตุการณ์ใด เหตุการณ์หนึ่งที่มีเฉพาะในท้องถิ่นนั้น เมื่อนำเอารูปแบบนั้นมาผลิตเป็นของที่ระลึกก็จะช่วยให้ระลึกถึงสถานที่แห่งนั้นได้

#### 2.3.4 แนวทางการออกแบบของที่ระลึก

การศึกษาการออกแบบที่ดี จำเป็นจะต้องศึกษาหาความรู้ ความเข้าใจในงานออกแบบแต่ละอย่างโดยเฉพาะก่อน เพื่อให้การออกแบบสอดคล้องกับความเป็นจริง หรืออาจใกล้เคียงกับความเป็นจริงไม่มากก็น้อย ไม่ใช่เป็นการออกแบบที่เลื่อนลอยอยู่เหนือความเป็นจริง หรือไม่สามารถนำไปปฏิบัติจริงได้ ถ้าเป็นเช่นนั้นการออกแบบก็จะมีคามหมายน้อยลง นอกเหนือจากการศึกษาแนวคิด (Concept) รูปทรง (Form) วัสดุ (Material) และกระบวนการผลิต (Production) งานออกแบบบางอย่างอาจเกี่ยวข้องกับจิตวิทยา เพื่อการเรียกร้อง หรือสร้างทัศนคติ เช่น การออกแบบโฆษณา จะต้องใช้หลักทางจิตวิทยาในทางชี้ชวนหรือการออกแบบเพื่อทางทัศนศิลป์ที่ต้องสร้างความรู้สึก สำนึกคิดอย่างใดอย่างหนึ่งในเกิดขึ้นต่อผู้ชมการศึกษาเฉพาะด้านจึงจำเป็นต้องศึกษาแนวคิดทางจิตวิทยานั้นด้วยเช่นกัน (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2526)

### 2.4 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ สามารถจัดแบ่งตามคุณลักษณะ ดังนี้

### 2.4.1 รูปทรง (Form)

รูปทรงเป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการออกแบบ ซึ่งการออกแบบจะเริ่มต้นด้วยการออกแบบรูปทรง แล้วจึงตามมาด้วยส่วนประกอบอื่น ๆ (ชลุต นีม์เสมอ, 2531) ได้ความหมาย รูปทรงว่าเป็นส่วนที่เป็นรูปธรรมของงานศิลปะ รูปทรงเป็นตัวกรสำคัญที่สื่อความหมายจากศิลปินไปสู่ผู้ดู และด้วยรูปทรงเพียงส่วนเดียวก็สามารถสื่อความหมายได้อย่างสมบูรณ์ โดยไม่ต้องอาศัยเรื่องหรือเนื้อเรื่องใด รูปทรงจึงมีความสำคัญที่สุด แหล่งสำคัญของการออกแบบรูปทรง คือธรรมชาติ มนุษย์ได้นำเอาธรรมชาติมาใช้เป็นแรงบันดาลใจ เป็นต้นแบบในการทำงานวิธีการออกแบบรูปทรงองค์ประกอบในการออกแบบรูปทรง ได้แก่ เส้น สี พื้นผิว เป็นต้น มาจัดรวมกันเข้าเพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดรูปทรงโดยใช้หลักการออกแบบ

#### 2.4.1.1 การเลือกใช้ระดับความสัมพันธ์การสร้างองค์ประกอบซึ่งจำแนกได้ 3 ระดับ

- 1) ระดับความเหมือน (Identical) โดยใช้หลักการออกแบบชนิดการทำซ้ำ (Repetition) หรือความสมดุล (Balance)
- 2) ระดับความคล้ายคลึง (Similar) โดยใช้หลักการออกแบบความกลมกลืน (Harmony) หรือการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปที่ละขั้น (Gradation)
- 3) ระดับความแตกต่างอย่างสิ้นเชิง (Total different) โดยการสร้างหลักความขัดแย้ง (Contrast-Discord) นักออกแบบจะเป็นผู้พิจารณาเลือกใช้ ความสัมพันธ์ในแต่ละระดับให้เหมาะสมกับลักษณะงาน (นวลน้อย บัญวรงค์, 2542)

#### 2.4.1.2 รูปทรงจำแนกประเภทได้ 3 ประเภท ดังนี้

- 1) รูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้นตามกฎเกณฑ์ทางคณิตศาสตร์ มีลักษณะตายตัว ง่ายต่อการจดจำ ได้แก่ รูปทรงกลม ทรงเหลี่ยม เป็นต้น ซึ่งจะปรากฏให้เห็นสิ่งต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น อาคาร เครื่องเรือน เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ
- 2) รูปทรงธรรมชาติ (Natural Form) เป็นรูปทรงเลียนแบบสิ่งที่เกิดจากธรรมชาติอัน ได้แก่ สิ่งมีชีวิต และสิ่งไม่มีชีวิต รูปทรงเหล่านี้จะให้ความรู้สึกของความเป็นจริง เช่น การนำเอาเส้นโค้งอ่อนช้อย เกี่ยวพันกันของเถาไม้ แมลง นก มาออกแบบลวดลายประดับ หรือ ตกแต่ง เป็นต้น
- 3) รูปทรงอิสระ (Free Form) เป็นรูปทรงที่เกิดขึ้นอย่างอิสระ ไม่มีโครงสร้างแน่นอนอาจเกิดจากการนำรูปทรงธรรมชาติมากระทำบิดเบือน หรือเปลี่ยนแปลงในลักษณะเลื่อนไหลให้เกิดความเคลื่อนไหว รูปทรงนี้มีลักษณะกลมกลืนกับรูปทรงธรรมชาติ แต่มีลักษณะขัดแย้งกับรูปทรงเรขาคณิต

## 2.4.2 จิตวิทยาการใช้สี

ทฤษฎีสี แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1. สีร้อน (Warm Tone) 2. สีเย็น (Cool Tone) สีร้อน คือ สีที่ดึงดูดความรู้สึก มีความสะดุดตาเมื่อมองไกลๆ สีที่มีความกระชุ่มกระชวย สีเย็น คือ สีที่ไม่ดึงดูดความรู้สึก ไม่สะดุดตา ให้ความรู้สึกสบายตา สามารถมองได้นานๆ โดยไม่ระคายเคืองตา

2.4.2.1 การใช้สีเพื่อการออกแบบ การใช้สีในการตกแต่งผิวภายนอกเพื่อให้เกิดความสวยงามตามลักษณะของ สุนทรียภาพ และเพื่อชักจูงใจ ส่วนใหญ่มักมีการตกแต่งผลิตภัณฑ์ทุกชนิด เพื่อเกิดความสะดุดตา และความงาม โดยประโยชน์ของสีก็ยังสามารถใช้ได้หลายชนิดการใช้งานอาจมีสีกันสนิม สีกันน้ำ หรือการต่อต้านสภาวะการฉีกทำลายจากภายนอกสำหรับวัตถุหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ (ปิยานันต์ ประสารราชกิจ, 2543: 6)

### 2.4.2.2 ความสัมพันธ์ของสีต่อผลิตภัณฑ์

#### 1) ขนาด (Size)

- สีอ่อน (Light Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์ต่อใหญ่ขึ้น
- สีเข้ม (Dark Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูเล็กลง

#### 2) น้ำหนัก (Weight)

- สีอ่อนและสีร้อน (Warm Color) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูเบา
- สีเข้มและสีเย็น (Cool Color) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูหนัก

#### 3) ความแข็งแรง (Strength)

- สีร้อน ให้ความรู้สึกแข็งแรง
- สีเย็น ให้ความรู้สึกแข็งแรงน้อย

#### 4) อุณหภูมิ (Temperature)

- สีร้อน ให้ความรู้สึกสดชื่น สงบเยือกเย็น สบายใจ
- สีเย็น ให้ความรู้สึกสดชื่น สงบเยือกเย็น สบายใจ

### 2.4.2.3 ลักษณะการมองเห็น

1) ขนาด (Size) ความเข้มของสีทำให้การมองเห็นขนาดของวัตถุแตกต่างกันออกไป สีอ่อนจาง มีวาว จะให้ความรู้สึกที่ใหญ่และกว้างกว่าสีเข้ม

2) ระยะของภาพ (Viewing Distance) วัตถุที่อยู่ใกล้ย่อมมองเห็นได้ชัดกว่าวัตถุที่อยู่ไกล หากวัตถุที่อยู่ใกล้เกินตาไปจะทะเลาะให้การเห็นภาพนั้นไม่ชัดเจน เพราะภาพดังกล่าวจะปรากฏหลังจอ เราสามารถอ่านหนังสือได้ดีในระยะปกติ 16 นิ้ว ส่วนเด็กนั้นได้ไกลที่สุด 6 นิ้ว

3) มุมของการมองเห็น (Angle of View) การมองเห็นตามปกตินั้นปรากฏมุมกว้าง 90°- 94° เช่น ระยะไกลจากภาพทิวทัศน์ แต่ถ้าเป็นวัตถุมุมมองประมาณ 20° เช่น วัตถุมีขนาด



สูง 7 นิ้ว ระยะห่างจากตาประมาณ 20 นิ้ว การมองเห็นสามารถประมาณมุมมองได้ระหว่าง 10 นิ้ว - 16 นิ้ว

4) ความสว่าง (Brightness) เกิดจากแสงสว่างมากระทบวัตถุแล้วจึงสะท้อนเข้าสู่ตา เพราะฉะนั้น วัตถุที่ได้รับแสงสว่างพอเหมาะจะสามารถมองเห็นได้ชัดเจนกว่าวัตถุที่ได้รับแสงน้อย วัตถุที่สามารถสะท้อนแสงได้ดี (ผิววัตถุที่ขาว, มันวาว) จะมองเห็นได้ชัดเจนว่าวัตถุผิวด้าน (สีดำ - เทาเข้ม) สีที่เห็นชัดที่สุด คือ สีเหลือง และสีส้ม

5) การสะท้อนของแสง (Reflection) ทำให้เกิดความชัดเจนหรือพรางตา ทำให้เกิดอารมณ์ต่างๆ ต่อความรู้สึกรับรู้ได้แสงเป็นคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า (Electromagnetic) ช่วงคลื่นไฟฟ้า ช่วงนี้อยู่ในความถี่ระหว่าง 3800 - 7500 (อังสตรอมยูนิก) ความถี่นี้ประสาทจะแปรสัญญาณออกมาเป็นความรู้ที่เราเรียกว่าสีที่แตกต่างกัน

แสงกระทบวัตถุแล้วสะท้อนสู่ตา เราจึงเห็นภาพเห็นสี คือ เกิดจากวัตถุสะท้อนสีของแสงในช่วงคลื่นต่างๆ ถ้าวัตถุดูดซับคลื่นได้หมดความถี่ วัตถุนั้นจะมองเห็นดำมืด เรียกว่า “สีดำ” ความจริงแล้ว “สีดำ” คือ การที่ไม่มีคลื่นแสงสะท้อนกลับมาให้เห็นนั่นเอง

### 2.4.3 ลวดลายในศิลปะจีน

ลวดลายในศิลปะจีนมีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน มีประวัติความเป็นมา ดังนี้  
เนื่องจากประชาชนในประเทศจีนมีความเชื่อและความ ศรัทธาในปรัชญาคำสอนของศาสนาพุทธหลากหลายนิกาย ทั้งหินยาน ต้นตระกูลยาน (นิกายลามะ) และมหายาน ซึ่งแต่ละนิกายต่างมีรูปแบบในคำสอนแตกต่างกัน แม้จะมุ่งเป้าหมายไปในทางเดียวกัน จึงทำให้เกิดผลงานทางศิลปกรรมที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันบ้าง ต่างชนิดกันบ้าง เป็นไปตามคำสอนและความศรัทธาในแต่ละลัทธิแต่ละนิกาย

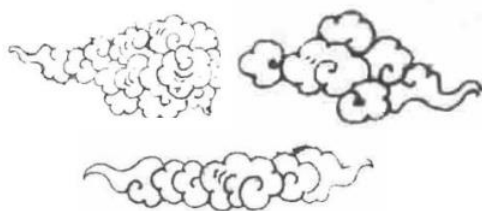
ลวดลายที่นำมาใช้ในงานศิลปกรรมของจีนทุกชนิด เป็นลวดลายเชิงสัญลักษณ์ที่มีความหมายเป็นมงคลทั้งสิ้น แม้กระทั่งในงานจิตรกรรมภาพเขียนบางภาพจะแฝงความหมาย สัญลักษณ์ที่นำมาใช้ มักมีความหมายในทางให้อายุยืน มีสุขภาพพลานามัยดี มี ตำแหน่งและก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีลูกหลานมากๆ มีหน้ามีตาในสังคม เป็นที่เคารพนับถือและให้เกิดใหม่ในภพภูมิที่ดีๆ ภูมิปัญญาในการใช้สัญลักษณ์สื่อความหมายนี้ กลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของจีนที่สืบทอดกันมาจน ทุกวันนี้ (ธวัชไชย ปานดำรงค์, 2553: 20-25)

สามารถจำแนกลวดลายสัญลักษณ์เหล่านี้ออกเป็นประเภท ตามลักษณะ ดังนี้

#### 2.4.4.1 ลวดลายสัญลักษณ์จากธรรมชาติ

1) ลวดลายจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เป็นการนำเอาสิ่งที่พบเห็นในธรรมชาติ ปรากฏการณ์ต่างๆ ที่มีอำนาจเหนือการควบคุมของมนุษย์ ประกอบเข้ากับจินตนาการและความรู้ความสามารถในแต่ละยุคสมัยออกแบบเป็นลวดลายขึ้นมา เช่น เมฆ น้ำ คลื่น

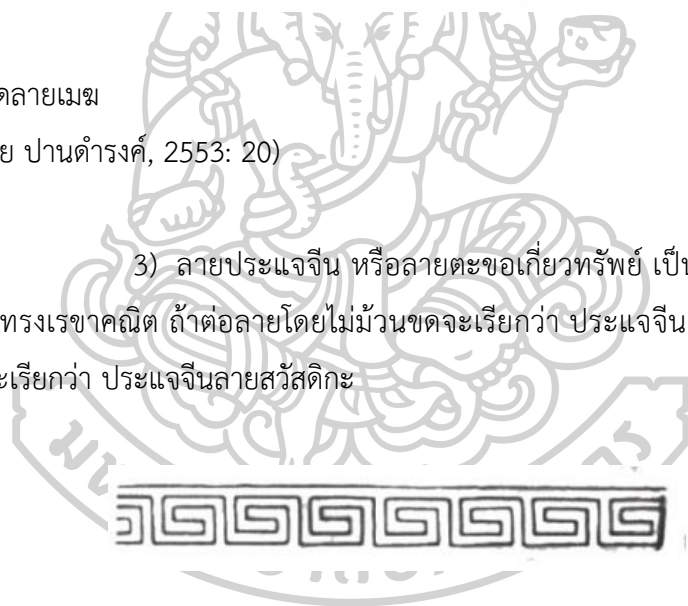
2) ลวดลายเมฆ เป็นลวดลายที่นิยมใช้กันมากในประเพณีจีน มีความหมายถึงความสุข สันติ ความมีโชคและก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ถ้านำไปประกอบกับภาพหรือลวดลายอื่น ความหมายก็จะเปลี่ยนไป แต่จะเป็นไปในทางที่ดี



ภาพที่ 24 ลวดลายเมฆ

ที่มา : (ธวัชไชย ปานดำรงค์, 2553: 20)

3) ลายประแจเงิน หรือลายตะขอเกี่ยวทรัพย์ เป็นการนำลวดลายเมฆมาต่อลายในรูปทรงเรขาคณิต ถ้าต่อลายโดยไม่ม้วนขดจะเรียกว่า ประแจเงินลายสายฟ้า ถ้าลายตรงกลางไขว้กันจะเรียกว่า ประแจเงินลายสวัสดิกะ



ภาพที่ 25 ลวดลายประแจเงิน

ที่มา : (ธวัชไชย ปานดำรงค์, 2553: 20)



ภาพที่ 26 ประแจเงินลายสายฟ้า

ที่มา : (ธวัชไชย ปานดำรงค์, 2553: 20)

4) ลวดลายน้ำ คลื่น เป็นลวดลายที่นำธรรมชาติมาสร้างเป็นสัญลักษณ์ แทนทะเล ทะเลสาบและสระน้ำ นิยมวาดเป็นลวดลายโค้ง ครึ่งวงกลม หรือ 3 ใน 4 ของวงกลม วางเรียงซ้อนกัน เป็นชั้นๆ เป็นการอวยพรให้ได้รับยศถาบรรดาศักดิ์เป็นขุนนางชั้นสูงในราชสำนัก



ภาพที่ 27 ลวดลายน้ำและคลื่น  
ที่มา : (ธวัชไชย ปานดำรงค์, 2553: 21)

2.4.4.2 ลวดลายจากพืช เป็นลวดลายที่นำเอาต้นไม้ดอกไม้และผลไม้ มากำหนดเป็นสัญลักษณ์ สร้างความหมายเพื่อความเป็นสิริมงคล โดยยึดถือเอาความเป็นจริงตามลักษณะของพืชมาประกอบกันเข้ากับความเชื่อ ดังนี้

1) ต้นไม้ เป็นการนำเอาต้นไม้มาแสดงความหมายที่เป็นมงคล ซึ่งมักจะให้ความหมายที่เน้นให้อายุ ยืนยาว สงบร่มเย็นและความสุขสมหวัง เช่น ต้นไผ่ ต้นสน



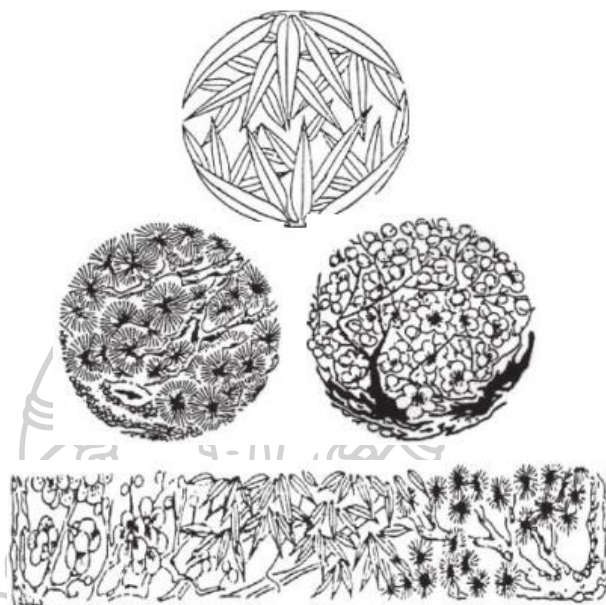
ภาพที่ 28 ลวดลายจากต้นไผ่  
ที่มา : (ธวัชไชย ปานดำรงค์, 2553: 21)

2) การนำเอาต้นไผ่กับต้นสนไปใช้ประกอบกับสัญลักษณ์อื่นๆ อีกมากมาย ให้ความหมายที่ใช้ในทางมงคล ในภาพเขียนของจีนมักจะใช้ต้นไผ่กับต้นสนเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของภาพ เช่น

ต้นไผ่ ต้นสนและต้นเหมย เป็นต้นไม้ ที่รวมเรียกว่า มงคลสาม

ต้นไผ่ ดอกท้อ ดอกกล้วยไม้และดอกเก๊กฮวย ถ้าอยู่รวมกัน มีความหมายเป็นมงคลให้ชีวิตมีความสุข มีความเมตตากรุณา เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่

ต้นไผ่กับดอกเหมย มีความหมายถึง เด็กหนุ่ม (ต้นไผ่) คู่กับเด็กสาว (ดอกเหมย)



ภาพที่ 29 ต้นไผ่มงคลสาม

ที่มา : (ธวัชไชย ปานดำรงค์, 2553: 21)

2.4.4.3 ลวดลายจากดอกไม้ ดอกไม้ที่คนจีนนิยมนำมาปลูกและประดับไว้ตามสถานที่ต่างๆ มักให้ความหมายเป็นมงคล ไม่ได้เน้นที่ความสวยงามเป็นหลัก เนื่องจากประเทศจีนอยู่ในเขตอบอุ่น จึงมีภูมิอากาศ 4 ฤดูกาล สภาพแวดล้อมและ ธรรมชาติต่างๆ ก็จะเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลนั้นๆ ศิลปินจีนจึง วาดภาพแสดงความงามของธรรมชาติในแต่ละฤดูกาล โดยกำหนดสัญลักษณ์จากดอกไม้ให้เป็นตัวแทนของแต่ละฤดูกาล เช่น ดอกเหมยเป็นสัญลักษณ์ของฤดูหนาว ดอกโบตั๋นเป็นสัญลักษณ์ของฤดูใบไม้ผลิ ดอกบัวเป็นสัญลักษณ์ของฤดูร้อนและดอกเก๊กฮวยเป็นสัญลักษณ์ของฤดูใบไม้ร่วง นอกจากนี้ดอกไม้ 4 ชนิดนี้แล้ว ยังมีดอกไม้อีกเป็นจำนวนมากที่เป็นสัญลักษณ์ของดอกไม้มงคล

- 1) ดอกเหมยหรือดอกบัว สัญลักษณ์ของความขึ้นบาน ความมีโชคลาภ
- 2) ดอกโบตั๋น เป็นสัญลักษณ์ของความมั่นคง มีเกียรติและสง่างาม

3) ดอกบัว เป็นดอกไม้มงคลทางพุทธศาสนา เป็นสัญลักษณ์ของความบริสุทธิ์ คนจีนเชื่อกันว่า ดอกบัว เป็นดอกไม้สวรรค์ในแดนสุขาวดีขององค์อมิตาภะพระ พุทธเจ้า

2.4.4.4 ลวดลายผลไม้ ผลไม้ที่ให้ความหมายเป็นมงคล ของจีนก็มีมากมาย เช่นเดียวกับดอกไม้ มีทั้งชนิดผลเดี่ยว และชนิดเป็นพวง หรือเป็นช่อ เช่น ลูกท้อ ทับทิม ส้ม องุ่น

2.4.4.5 ลวดลายจากสัตว์ เป็นลวดลายมงคลที่นำมาเอา สัตว์ ทั้งที่ปรากฏในธรรมชาติ และสัตว์จากจินตนาการ จากความเชื่อในลัทธิทางศาสนาต่างๆ มาเป็นสัญลักษณ์ในการสื่อความหมาย ดังนี้

1) สัตว์ในธรรมชาติ ที่นำมาเป็นสัญลักษณ์ มีทั้งสัตว์ป่า และสัตว์เลี้ยง

- ช้าง เป็นสัตว์ป่าขนาดใหญ่เป็นสัญลักษณ์ของพลังกำลัง อำนาจและเฉลียวฉลาดเป็นสัตว์มงคลที่ช่วยนำความสำเร็จมา

- ม้า เป็นสัญลักษณ์ของความมั่งคั่ง ปรารถนาเปรี้ยว ใช้ในการอวยพรให้สุขภาพแข็งแรง

- กวาง เป็นสัญลักษณ์ของยศถาบรรดาศักดิ์และ อายุยืนยาว

- เสือ เป็นสัญลักษณ์ของพลัง อำนาจ

- แพะ เป็นสัญลักษณ์ของความซื่อสัตย์และเจริญรุ่งเรือง

- กระต่าย กระต่ายสีขาวบนดวงจันทร์แสดงถึงความกล้าหาญและความยุติธรรม

- นกกระเรียน เป็นสัญลักษณ์ ของความยั่งยืนมีวาสนาและยศถาบรรดาศักดิ์

- นกสามขา เป็นสัญลักษณ์ของการมีอายุ ยืนยาวและนำโชคมาให้ เป็นสัตว์อมตะที่อยู่บนดวงอาทิตย์จึงมักวาดให้อยู่ในวงกลม



ภาพที่ 30 ลวดลายนกสามขา

ที่มา : (จิตรรา ก่อมนันทเกียรติ, 2540: 53)



- เต่า เป็นสัญลักษณ์ของการมีอายุยืนยาวและมั่นคง
- ปลา เป็นสัญลักษณ์ของความมากมาย ล้นเหลือในสิ่งที่ต้องการมักนิยมวาดรูปปลาในน้ำ หมายถึง มีเงินทองมากมาย มีกินมีใช้ มั่งคั่งสมบูรณ์
- ค้างคาว เป็นสัญลักษณ์ของความโชคดีและมีความสุข

2) สัตว์ในจินตนาการ เป็นการที่นำเอาลักษณะต่างๆ ของสัตว์ในธรรมชาติ มาผสมผสานเข้ากับความเชื่อ ความศรัทธาในลัทธิทางศาสนา ปรัชญา แนวคิดต่างๆ ที่ปฏิบัติต่อเนื่องกันมาเกิดเป็นรูปลักษณะของสัตว์ที่เหนือความเป็นจริงตามธรรมชาติ แต่ให้ความหมายในเชิงสัญลักษณ์ที่รู้จักกันไป เช่น มังกร หงส์ กิเลน สิงห์

2.4.4.6 ลวดลายจากสัญลักษณ์อักษรจีน ตัวอักษรของจีนเป็นอักษรภาพที่ดัดแปลงมาจากธรรมชาติและพัฒนามาหลายครั้งจนถึงปัจจุบัน การเขียนตัวอักษรของจีนมีลักษณะเป็นการวาดมากกว่าการเขียน ใน การใช้ตัวอักษรมาเป็นสัญลักษณ์สื่อความหมายในการอวยพรในงานพิธีต่างๆ มักจะนิยมใช้ตัวอักษร 3 ตัว ที่แสดง ความหมายของความสุข ความร่ำรวย มีตำแหน่งสูงๆ ลูกหลานดีๆ และอายุยืนยาว คือ ฟู ลู่ ไช้ว

2.4.4.7 ลวดลายสัญลักษณ์มงคลอื่นๆ เป็นการนำสัญลักษณ์มงคลในพุทธศาสนา ลัทธิเต๋าและลัทธิขงจื้อ มาให้ความหมายเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต เช่น ปลาคู่ เป็นการอวยพรให้มีความสุข มีความเข้มแข็ง หรือลายसानไส้ไก่ เป็นการอวยพรให้อายุยืนยาว ไม่สิ้นสุดเหมือนลายसानที่ไม่มีจุดจบ

## 2.5 ปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์มีปัจจัย (Design factors) โดย (นวลน้อย บุนวรงค์, 2542) มีปัจจัยมากมายที่นักออกแบบที่ต้องคำนึงถึง ปัจจัยพื้นฐาน 10 ประการ ที่นิยมใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาสร้างสรรค์ผลงานเชิงอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ และเป็นตัวกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ดังนี้

### 2.5.1 หน้าที่ใช้สอย (Function)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือสามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีหน้าที่ใช้สอยอย่างเดียวหรือหลายหน้าที่ก็ได้ แต่หน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่ดีนั้น ต้องใช้งานไประยะหนึ่งถึงจะทราบประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์นั้น

### 2.5.2 ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or sales appeal)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีรูปทรง ขนาด สี สันสวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและได้ผลดี เพราะความสวยงามเป็นความพึงพอใจแรกที่เราสัมผัสได้ก่อนมักเกิดมาจากรูปร่างและสีเป็นหลัก การกำหนด

รูปร่างและสีในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ จำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานของรูปร่างและสี สัน ระหว่างทฤษฎีทางศิลปะและความพึงพอใจของผู้บริโภคเข้าด้วยกัน

### 2.5.3 ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics)

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องเข้าใจกายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับขนาดสัดส่วน ความสามารถและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะต่างๆ ของผู้ใช้ การเกิดความรู้สึกที่ดีและสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ทั้งทางด้านจิตวิทยา (Psychology) และสรีระวิทยา (Physiology) ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะเพศ เผ่าพันธุ์ ภูมิภาค และสังคมแวดล้อมที่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นข้อบังคับในการออกแบบ

### 2.5.4 ความปลอดภัย (Safety)

ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีพของมนุษย์ มีทั้งประโยชน์และโทษในตัว การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ไม่เลือกใช้วัสดุ สี กรรมวิธีการผลิต ฯลฯ ที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้หรือทำลายสิ่งแวดล้อม ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายเตือนไว้ให้ชัดเจนและมีคำอธิบายการใช้แนบมากับผลิตภัณฑ์

### 2.5.5 ความแข็งแรง (Construction)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีความแข็งแรงในตัว ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่ และวัตถุประสงค์ที่กำหนดโครงสร้างมีความเหมาะสมตามคุณสมบัติของวัสดุ ขนาด แรงกระทำในรูปแบบต่างๆ จากการใช้งาน

### 2.5.6 ราคา (Cost)

ก่อนการออกแบบผลิตภัณฑ์ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นกลุ่มใด อาชีพอะไร ฐานะเป็นอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้นักออกแบบสามารถกำหนดแบบผลิตภัณฑ์และประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ใกล้เคียงมากขึ้น การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมนั้นส่วนหนึ่งอยู่ที่การเลือกใช้ชนิด หรือเกรดของวัสดุ และวิธีการผลิตที่เหมาะสม ผลิตได้ง่ายและรวดเร็ว

### 2.5.7 วัสดุ (Materials)

การออกแบบควรเลือกวัสดุที่มีคุณสมบัติด้านต่างๆ ได้แก่ ความใส ผิวมันวาว ทนความร้อน ทนกรดต่างไม่สิ้น ฯลฯ ให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้นๆ นอกจากนั้นยังต้องพิจารณาถึงการดูแลรักษาได้ง่าย ความสะดวกรวดเร็วในการผลิต และการสั่งซื้อ รวมถึงจิตสำนึกในการรณรงค์ช่วยเหลือสิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ (recycle)

### 2.5.8 กรรมวิธีการผลิต (Production)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่นๆ แต่ในบางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่

มีอยู่เดิม และควรตระหนักอยู่เสมอว่าไม่มีอะไรที่จะลดต้นทุนได้รวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่า การประหยัดเพราะการผลิตที่ละหลายๆ

#### 2.5.9 การบำรุงรักษาและซ่อมแซม (Maintenance)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถบำรุงรักษา และแก้ไขซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเมื่อมีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้น ง่ายและสะดวกต่อการทำความสะอาดเพื่อช่วยยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งควรมีค่าบำรุงรักษาและการสึกหรอต่ำ

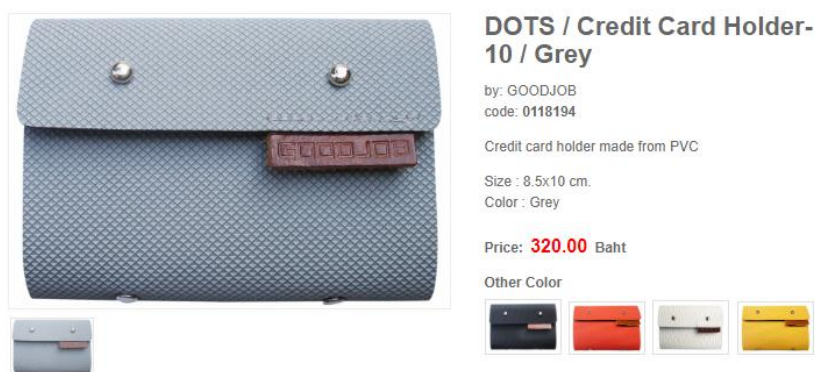
#### 2.5.10 การขนส่ง (Transportation)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบควรคำนึงถึงค่าขนส่ง ความสะดวกในการขนส่งระยะทาง เส้นทางการขนส่ง (ทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศ) การกินเนื้อที่ในการขนส่ง (มิติความจุ กว้าง ยาว สูง ของรถยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกทั่วไป ตู้บรรทุกสินค้า ฯลฯ) ส่วนการบรรจุหีบห่อต้องสามารถ ป้องกันไม่ให้เกิดการชำรุดเสียหายของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย กรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบนั้นมีขนาดใหญ่ อาจต้องออกแบบให้ชิ้นส่วนสามารถถอดประกอบได้ง่าย เพื่อทำให้หีบห่อมีขนาดเล็กลง

### 2.6 การศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีอยู่ในท้องตลาด

การศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีอยู่ในท้องตลาด จะช่วยทำให้ผู้วิจัยทราบข้อมูลชนิดสินค้าที่นำมาจัดจำหน่ายในแต่ละพิพิธภัณฑ์ วัสดุที่ใช้ในการผลิต และช่วงราคาขายตามกลุ่มเป้าหมาย โดยศึกษาข้อมูลจากพิพิธภัณฑ์ที่มีการจัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึกดังนี้

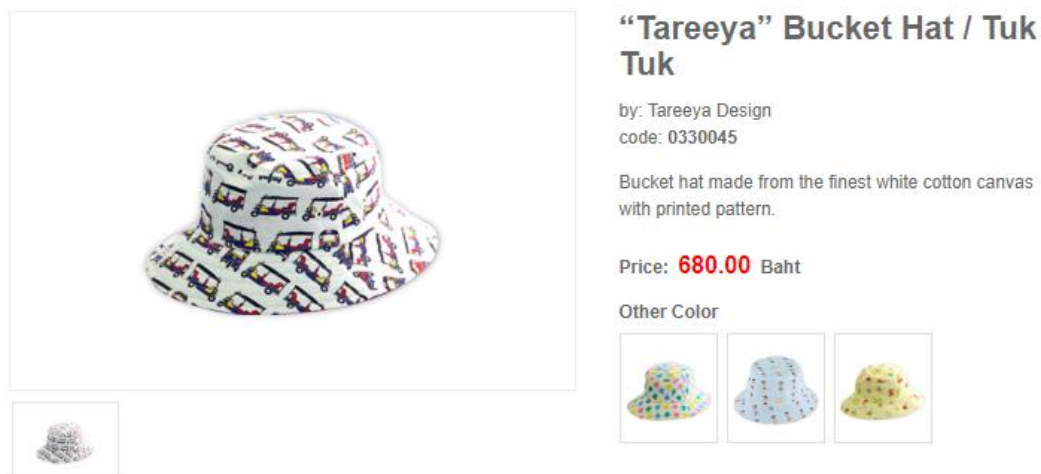
2.6.1 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีจำหน่ายอยู่ในร้านค้าพิพิธภัณฑ์ The Shop @ TCDC สถานที่ตั้ง อาคารไพบรณีย์กลาง 1160 ถนน เจริญกรุง แขวง บางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร



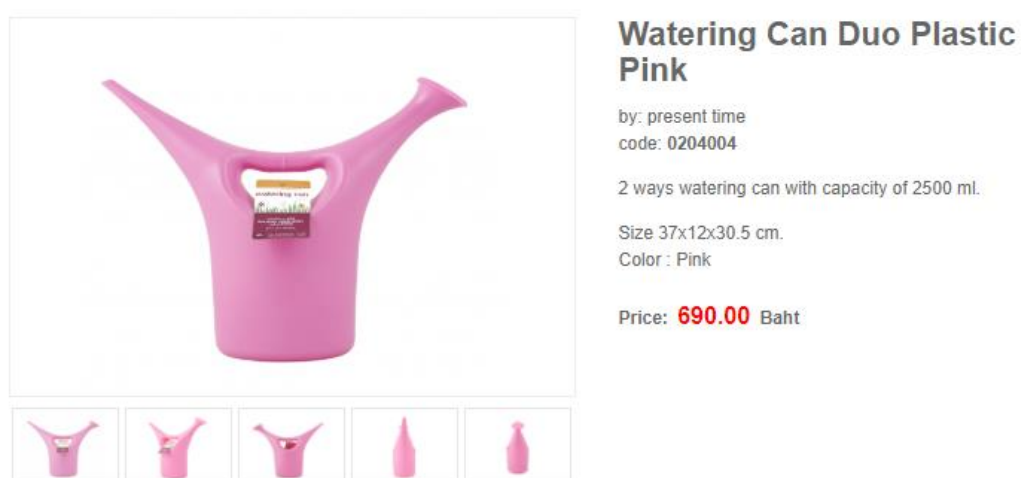
ภาพที่ 31 แสดงกระเป๋าใส่บัตร ของที่ระลึก The Shop @ TCDC

ที่มา : TCDC, The Shop @ TCDC, เข้าถึงเมื่อ 12 กรกฎาคม 2562,

เข้าถึงได้จาก <http://www.tcdc.or.th/shop/detail.php?ID=13302>



ภาพที่ 32 แสดงหมวกปีก ของที่ระลึก The Shop @ TCDC  
 ที่มา : TCDC, The Shop @ TCDC, เข้าถึงเมื่อ 12 กรกฎาคม 2562,  
 เข้าถึงได้จาก <http://www.tcdc.or.th/shop/detail.php?ID=25484>



ภาพที่ 33 แสดงบัวรดน้ำ ของที่ระลึก The Shop @ TCDC  
 ที่มา : TCDC, The Shop @ TCDC, เข้าถึงเมื่อ 12 กรกฎาคม 2562,  
 เข้าถึงได้จาก <http://www.tcdc.or.th/shop/detail.php?ID=13263>

2.6.2 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีจำหน่ายอยู่ในร้านค้าพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ พิพิธภัณฑ์  
 ธรรมชาติวิทยาจัตุรัสวิทยาศาสตร์ อพวช.

สถานที่ตั้ง องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ เทคโนโลยีธานี ต.คลองห้า อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี



ปากกา อพวช. รุ่นแฟนซี  
ราคาแท่งละ 30 บาท  
ราคาสมาชิก 25 บาท

ภาพที่ 34 แสดงแท่งปากกา ของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์เทคโนโลยีสารสนเทศ  
ที่มา : อพวช. พิพิธภัณฑ์เทคโนโลยีสารสนเทศ, ร้านขายของที่ระลึก, เข้าถึงเมื่อ 12 กรกฎาคม  
2562, เข้าถึงได้จาก <http://www.nsm.or.th/visit-us-information-technology-museum/souvenir-shop.html>



พวงกุญแจยางรูปสัตว์ต่างๆ  
ตัดคล้องข้อมือได้  
ราคาอันละ 90 บาท  
ราคาสมาชิกอันละ 80 บาท

ภาพที่ 35 แสดงพวงกุญแจยางรูปสัตว์ ของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์เทคโนโลยีสารสนเทศ  
ที่มา : อพวช. พิพิธภัณฑ์เทคโนโลยีสารสนเทศ, ร้านขายของที่ระลึก, เข้าถึงเมื่อ 12 กรกฎาคม  
2562, เข้าถึงได้จาก <http://www.nsm.or.th/visit-us-information-technology-museum/souvenir-shop.html>



2.6.3 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีจำหน่ายอยู่ในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ  
สถานที่ตั้ง บ้านท่ากาน หมู่ 5 ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่



งานโชว์เบญจรงค์ 8 นิ้ว พิมพ์โลโก้สี  
ลงบนตัวงาน พร้อมกล่องผ้าไหม  
พิมพ์โลโก้ที่ผ้าคาด และ สกรีนโลโก้สี  
ที่ฝากล่องด้านใน

ภาพที่ 36 แสดงงานโชว์เบญจรงค์ ของที่ระลึกพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ  
ที่มา : บุญญรัตน์ เบญจรงค์. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเชียงใหม่, เข้าถึงเมื่อ 12 กรกฎาคม  
2562, เข้าถึงได้จาก [https://www.benjarong.net/index.php?main\\_page=product\\_info&products\\_id=862](https://www.benjarong.net/index.php?main_page=product_info&products_id=862)

## 2.7 วัสดุและกรรมวิธีการผลิต

ในการที่จะเลือกวัสดุเพื่อนำมาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนั้น ควรเลือกคุณสมบัติของวัสดุให้ตรงกับ  
ลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์นั้นๆด้วย โดยการเลือกจะเน้นดูจากคุณสมบัติต่างๆ ข้อดีและข้อเสีย  
ของวัสดุ ซึ่งแตกต่างกันออกไป ในปัจจุบันวัสดุที่นิยมใช้มี 3 ประเภทดังนี้ 1. ไม้ (Wood)  
2. พลาสติก (Plastics) 3. ผ้า (Cotton)

### 2.7.1 ไม้ (Wood)

ไม้ที่ใช้ในงานเฟอร์นิเจอร์ แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ ไม้ธรรมชาติ และไม้  
วิทยาศาสตร์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.7.1.1 ไม้ธรรมชาติ เป็นไม้ที่เกิดจากธรรมชาติปราศจากการสังเคราะห์ของมนุษย์ ไม้  
เป็นวัตถุดิบที่สำคัญและจำเป็นสำหรับมนุษย์ทุกยุคทุกสมัย สามารถแปรรูปได้ง่าย และนำมาใช้ผลิต  
เครื่องเรือน เครื่องประดับประดาตกแต่งอาคาร บ้าน เรืออื่น ๆ อีกมากมาย

ลักษณะของเนื้อไม้ธรรมชาติ ไม้เป็นวัสดุที่มนุษย์รู้จักนำมาใช้ผลิตเครื่องมือ เครื่องใช้ ที่พักอาศัย ตั้งแต่อดีตกระทั่งปัจจุบัน จนไม่สามารถนับได้นำมาใช้นานเท่าใด อาจกล่าวได้ว่ามนุษย์เกิดมาก็รู้จักกับไม้ ไม้ที่โค่นออกมาจากป่าเรียกว่า ซุง เมื่อนำมาทำการเลื่อย – แปร รูปแล้ว เรียกว่า ไม้แปรรูป ซึ่งมีขนาดต่างๆ กัน ตามความต้องการของผู้ใช้ หรือหน้าที่ในการใช้งานที่เหมาะสม ไม้ที่ใช้กันทั่วไปก็มีการตัดแบ่งไม้แปรรูปด้วยการรับน้ำหนักและความทนทานตามธรรมชาติของไม้ชนิดนั้นๆ เป็นเกณฑ์โดยจำแนกไม้ออกเป็น 3 ชนิด คือ (วรรณิ สหสมโชค, 2549: 55)

1) ไม้เนื้ออ่อน ส่วนใหญ่เนื้อไม้ค่อนข้างหยาบ มีน้ำหนักเบา ผุง่าย หดตัว บิด และแตกร้าว ค่อนข้างมาก ปลูกชอบทำลาย เหมาะที่จะใช้กับงานชั่วคราว และงานที่ไม่ต้องรับน้ำหนักมากนักซึ่งมีอยู่มากมาย ไม้เนื้ออ่อนที่นิยมใช้กันทั่วไปในปัจจุบัน เช่น ไม้จำปาป่า ไม้แดงน้ำ ไม้มะม่วงป่า ไม้ยมหอม ไม้ร่มม้า ไม้เหียง ไม้ยาง เป็นต้น

2) ไม้เนื้อปานกลาง เป็นไม้ที่จัดเข้าประเภทไม้เนื้อแข็งไม่ได้ แต่คุณภาพดีกว่า ไม้เนื้ออ่อนยืดและหดตัวน้อย บางชนิดทนต่อสภาพอากาศดีเท่ากับไม้เนื้อแข็ง จึงเหมาะที่จะใช้ทำเฟอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ทั่วไป ไม้เนื้อปานกลางที่นิยมใช้ ได้แก่ ไม้สัก

3) ไม้เนื้อแข็ง คือ ไม้ที่มีน้ำหนักมาก ความจำเพาะสูง มีคุณสมบัติดีและมีความทนทานสูง ซึ่งส่วนใหญ่จะถูกใช้เป็นส่วนสำคัญของงานโครงสร้าง ไม้เต็ง ไม้ตะบูนดำ ไม้ตะคร้อหนาม ไม้ตะคร้อไซ ไม้แดง ไม้กั้นกรา ไม้เมเปิ้ล เป็นต้น

2.7.1.2 ไม้วิทยาศาสตร์ เป็นไม้ที่ผลิตขึ้นมาทดแทนไม้ธรรมชาติซึ่งมีราคาแพงและหายาก ประกอบกับการขาดแคลนวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ ผลิตได้โดยการนำไม้ท่อน กิ่งไม้ เศษไม้ มาใช้เป็นวัตถุดิบเพื่อการผลิตให้ประโยชน์ได้อย่างคุ้มค่า และมีราคาถูกกว่าการใช้ไม้จริง แผ่นไม้วิทยาศาสตร์ แบ่งออกเป็นกลุ่มกว้างๆ ได้ 3 กลุ่ม คือ (วรรณิ สหสมโชค, 2549: 71)

- 1) กลุ่มแผ่นไม้วิทยาศาสตร์ไม้แผ่นบางมาประสานกัน (Laminated board)
- 2) กลุ่มที่ใช้ชิ้นไม้สับอัดเป็นวัตถุดิบ (Particle board)
- 3) กลุ่มที่ใช้เส้นใยจากพืชจำพวกไม้เป็นวัตถุดิบ (Fiber board)

2.7.1.3 การป้องกันรักษาเนื้อไม้ นอกจากการผึ่งและการอบไม้ให้แห้งตามต้องการแล้วยังมีวิธีป้องกันการรักษาเนื้อไม้ ให้คงทน ถาวรและสวยงาม ซึ่งสามารถป้องกันรักษาได้โดยวิธี ดังนี้

1) การทาน้ำมัน ใช้น้ำมันเครื่องเก่าๆ ทาไม้ป้องกันแมลง เชื้อราและป้องกันไม้ผุได้ดี ซึ่งเหมาะที่จะใช้ทาไม้หมอนรถไฟ เสामีไม้ใกล้ๆ พื้นดิน

- ข้อดี ราคาถูก ทาแล้วติดทนนาน ทาง่าย ไม่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้
- ข้อเสีย ทาแล้วไม่ค่อยแห้ง ขาดความสวยงาม จับต้องไม่ค่อยได้

2) การทาสี มีทั้งเคลือบผิวบางและสีเคลือบทึบแสง

- การทาสีเคลือบผิวทึบแสง สีที่ใช้ทาไม้ จะต้องเป็นสีน้ำมัน ความทนของสีที่ทาแล้วประมาณ 5 ปี โดยเฉลี่ย มากหรือน้อยกว่านี้ประมาณ 2 ปี ถ้าจะใช้สีพลาสติกทา จะต้องป้องกันยางไม้ด้วยการทาเซลลูล์กหนึ่งถึงสองครั้งก่อน มิฉะนั้นยางไม้จะออกมา ทำให้เป็นรอยต่าง สีพลาสติกนี้ทาเพื่อความสวยงามเท่านั้นไม่ได้ช่วยรักษาเนื้อไม้เท่าใดนัก เนื่องจากเป็นสีที่ผสมกับน้ำ

- การทาสีเคลือบผิวบาง เป็นการป้องกันรักษาเนื้อไม้เมื่อทาแล้ว สามารถมองเห็น ลายไม้และสีของไม้สวยงามเป็นธรรมชาติมากที่สุด วัสดุที่ใช้ทาได้แก่ เซลลูล์ก ยูรีเทน แลคเกอร์ น้ำมันทีคอยล์ น้ำมันวานิช เป็นต้น

3) การใช้สารเคมี ทาไม้หรืออัดเข้าไปในเนื้อไม้ จะทำให้ไม้มีคุณสมบัติดีขึ้น และทนทานขึ้นสารเคมีที่ใช้มีด้วยกันหลายชนิด ได้แก่

- ซิงคลอไรด์ (Zinc chloride) เป็นผงสีขาวละลายได้ง่ายในน้ำร้อน ข้อดีของสารชนิดนี้คือ เป็นสารที่ละลายน้ำได้ ราคาถูก หาซื้อง่าย ไม่มีกลิ่น ไม่มีอันตรายจากอคริภัยเมื่ออัดเข้าไปเนื้อไม้จะมีผลทำให้ไม้ทนไฟได้มากขึ้น ข้อเสียก็คือ ละลายน้ำได้ดี ทาแล้วเมื่อถูกน้ำจะละลายหายไปได้ง่ายเมื่อทำไม้จะหดตัวได้มาก

#### 2.7.1.4 การตัดไม้ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) การตัดไม้เป็นการเตรียมการ เป็นการตัดหัวและตัวความยาวของไม้ โดยใช้เครื่องเลื่อยรัศมี (Radial saw)

- การตัดเพื่อให้ได้ขนาดเครื่องเลื่อยวงเดือน (Circular saw)
- การตัดหัวไม้ด้วยเครื่องตัดแผ่นเรียบ (Panel saw)
- ตัดไม้แผ่นวิทยาศาสตร์ด้วยเครื่องตัดขนาด (Sizing saw)

#### 2) การไสไม้

- การนำไม้มาไสให้ได้ฉากตามความกว้างและความหนาด้วยเครื่องไสสี่หน้า (Four side planer)

- การนำไม้มาเพลาะติดกันเพื่อให้ไม้กว้างขึ้น ไส้ไม้ นำมาเพลาะติดกันด้วยเครื่องไสสองหน้าไสปรับหน้าให้เรียบตามด้านความหนาของไม้ด้วยเครื่องไสขนาด

#### 2.7.1.5 การเจาะเข้าเต็ย

- การทำเต็ยเหลี่ยมด้วยเครื่องทำเต็ย (Tenoner machine)
- การเจาะรูเต็ยเหลี่ยมด้วยเครื่องเจาะรูเต็ยเหลี่ยม (Hollow chisel mortiser)
- การทำเต็ยกลมด้วยเครื่องทำเต็ยกลม (Dowel machine)
- การเจาะรูเต็ยกลมด้วยเครื่องเจาะรูกลม (Boring machine)

### 2.7.1.6 การแปรรูปใส่ให้เป็นไปตามรูปแบบ

#### 1) การอัดประกอบ

- การอัดชิ้นส่วนหรือกรอบ (Frame) ต่างๆ
- การอัดส่วนโค้ง (Curve) ของชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์ด้วยเครื่องอัดไฮดรอลิก (Hydraulic press)
- การประกอบชิ้นส่วนต่างๆ ให้เข้าเป็นตัวเฟอร์นิเจอร์

#### 2) การขัด

- ขัดพื้นหรือไม้หน้ากว้างด้วยเครื่องขัดสายพาน
- ขัดส่วนโค้งและด้านข้างของไม้ด้วยเครื่องขัดเอนกประสงค์
- ขัดหัวไม้และมุมของหัวไม้ด้วยเครื่องขัดแบบจาน
- ขัดส่วนโค้งที่เป็นมุมเล็กๆ ให้เข้าเป็นตัวเฟอร์นิเจอร์

## 2.7.2 พลาสติก

พลาสติกเป็นวัสดุสังเคราะห์หรือวัสดุเทียมชนิดหนึ่ง มีคุณสมบัติที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าวัสดุธรรมชาติ หรือโดดเด่นกว่า และนิยมใช้อย่างกว้างขวางในวงการอุตสาหกรรมและชีวิตประจำวันพลาสติกเป็นสารโพลีเมอร์เทียมที่เกิดจากกรรมวิธีทางเคมี ทำให้สารที่มีโครงสร้างง่ายๆ จับตัวและก่อเป็นรูปร่างเป็นร้อยเป็นพันเท่า เกิดคุณสมบัติทางกายภาพใหม่ๆ ที่มีความสัมพันธ์ตามความยาวตามขวางตามแผ่นงาน

ปัจจุบันมนุษย์ได้พัฒนาสารโพลีเมอร์ในธรรมชาติ เป็นสารโพลีเมอร์เทียม หลากหลายชนิดทำให้เกิดสารใหม่ๆ คุณสมบัติใหม่ๆ ตามที่เราต้องการในปริมาณและราคาต่ำ สามารถทำเป็นของเหลวด้วยวิธีง่ายๆ และอัดเข้ารูปแบบต่างๆ ที่มีคุณสมบัติทางกายภาพ เคมี ทางไฟฟ้าและความร้อนเหมาะสมกับงาน (วรรณิ สหสมโชค, 2549: 93)

พลาสติกมีคุณสมบัติเฉพาะคือมีโครงสร้างที่มีโมเลกุลเชื่อมติดต่อกันกว่าสารชนิดอื่นๆ ที่เรียกว่า ไฮโมลคูล่า เวท (High molecular weight) ซึ่งมีคุณลักษณะดังนี้

คุณสมบัติทางเคมี (Chemical) ทนกรด ด่าง และสารเคมีอื่นๆ

คุณสมบัติทางกายภาพ (Mechanical) มีความแข็ง เหนียว และยืดหยุ่น

คุณสมบัติทางไฟฟ้า (Electrical) เป็นฉนวนไฟฟ้าที่ดี

ลักษณะของวัตถุดิบพลาสติกที่ใช้ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์พลาสติกมี 3 ชนิด

- ชนิดผง เหมาะสำหรับการผลิตที่ใช้เครื่องจักรที่มีปริมาณผลิตเป็นจำนวนมาก
- ชนิดเม็ด เหมาะสำหรับการผลิตที่ใช้เครื่องจักรที่มีปริมาณผลิตเป็นจำนวนมาก

ชนิดเหลว เหมาะสำหรับประกอบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เช่น โพลีเอสเตอร์ นิยมนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์ไฟเบอร์กลาส ผลิตภัณฑ์พลาสติกหล่อ พลาสติกแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ เทอร์โมเซตติง (Thermosetting plastic หรือ thermoset) เทอร์โมพลาสติก (Thermoplastics หรือ Thermoplastic)

2.7.2.1 เทอร์โมเซตติง เป็นพลาสติกที่เมื่อผ่านกรรมวิธีโพลีเมอร์ ทำให้เกิดโครงสร้างโมเลกุลที่ซับซ้อนทั้ง 3 มิติ ระยะเวลาที่ยังเป็นของเหลวจะส่งเข้าแบบหล่อเป็นผลิตภัณฑ์ออกมา หลังจากนั้นแล้วไม่สามารถหลอมกลับมาใช้ได้ใหม่ได้อีก เนื่องจากมีโครงสร้างที่มั่นคง แข็งแรง เสถียรภาพทางเคมีเทอร์โมเซตติง มีหลายชนิด และมีคุณสมบัติต่างกันดังนี้

ตารางที่ 1 พลาสติกประเภทเทอร์โมเซตติง ด้านคุณสมบัติและตัวอย่างการนำไปใช้งานผลิตภัณฑ์

พลาสติกเทอร์โมเซตติง	คุณสมบัติ	ตัวอย่างการนำไปใช้ในงานผลิตภัณฑ์
ยูเรีย (Urea)	รับแรงได้พอสมควร	กาวยูเรียอุปกรณ์ไฟฟ้าสีอ่อน
เมลามีน (Melamine)	รับแรงได้ดีมาก รับแรงอัดและแรงกระแทกได้ดี	ถ้วยชาม แผ่นพลาสติก ลามิเนต ฯลฯ
อีพอกซี (Epoxy)	รับแรงดึงและแรงอัดได้พอสมควร	กาวอีพอกซี ผลิตภัณฑ์ไฟเบอร์พลาสติกชนิดดี
ฟีนอลิก (Phenolic) หรือ เบลคาไลท์ (Bakelite)	รับแรงดึงได้พอสมควรและแรงอัดได้ดีมาก	ด้ามหม้อ กระทะาะ ด้ามเตารีด อุปกรณ์ไฟฟ้าสีเข้ม
โพลีเอสเตอร์ (Polyester)	รับแรงอัดและแรงบิดงอได้ดี	ผลิตภัณฑ์ไฟเบอร์กลาส ผลิตภัณฑ์พลาสติกหล่อ
ซิลิโคน (Silicone)	รับแรงได้พอสมควร	แม่แบบยางในอุตสาหกรรม พลาสติกแบบหล่อ สีไปรรถยนต์
โพลียูรีเทน (Polyurethane)	ทนการสึกกร่อนได้ดีรับแรงสั่นสะเทือนได้ดี	ฟองน้ำ เบาะนั่ง ไม้แกะสลัก เทียม

ที่มา : (วรรณิ สหสมโชค, 2549: 93)

2.7.2.2 เทอร์โมพลาสติก เป็นพลาสติกที่หลอมกลับเป็นของเหลว และอัดเข้า แบบใช้งานใหม่ได้เป็นพลาสติกที่ใช้ในงานกว้างของกว่าแบบแรก พัฒนาจากกระบวนการโพลิเมอร์ที่ใช้เทคโนโลยีอย่างสูงเทอร์โมพลาสติก ที่สำคัญและใช้อยู่ทั่วไป



ตารางที่ 2 พลาสติกประเภทเทอร์โมพลาสติก คุณสมบัติและตัวอย่างการนำไปใช้งานผลิตภัณฑ์

พลาสติกเทอร์โมพลาสติก	คุณสมบัติ	ตัวอย่างการนำไปใช้งานผลิตภัณฑ์
อะคริลิก (Acrylic)	รับแรงดึงและแรงอัดได้ โครงสร้างแข็งแรง	ป้ายยี่ห้อ ป้ายโฆษณากรอบพระ ฯลฯ
ฟลูออโรคาร์บอน (Fluorocarbons) หรือเทฟลอน (Teflon)	ทนความร้อนได้ดีและรับ แรงดึงได้พอสมควร	เคลือบภายในหม้อ กระทะ มีสี น้ำตาลเข้ม เทปสี ขาวใช้พันต่อท่อ ฯลฯ
โพลีไมด์ (Polyamide) หรือ ไนลอน (Nylon)	รับแรงดึงและแรงอัดได้ พอสมควร	ผ้าทำซิลสกรีน ขนแปรงสีฟัน ถุง เท้า ฯลฯ
โพลีเอทิลีน (Polyethylene)	รับแรงดึงและแรงอัดได้ น้อย	ดอกไม้พลาสติก ขวดบรรจุ น้ำมันเครื่อง ฯลฯ
โพลีโพรพิลีน (Polypropylene)	มีความคงรูปได้ดี	ดอกไม้พลาสติก ขวดบรรจุ กล่องใส่บรรจุแปรงสีฟัน
โพลิสไตรีน (Polystyrene)	มีความคงรูปดีแต่เปราะ ทนความร้อนได้พอสมควร	ตุ๊กตา โทรทัศน์ ในรูปของโฟมใช้ตัด เป็นตัวหนังสือตกแต่ง
เอบีเอส (ABS)	รับแรงอัดและแรงดึงได้ พอสมควร	ชิ้นส่วนฝาครอบพัดลม เครื่องทำน้ำ เย็น เครื่องรับโทรทัศน์ เป็นต้น
โพลีเอสเตอร์ (Polyester)	รับแรงดึงและแรงอัดได้ดี	เส้นใยทอเสื้อผ้า फिल्मถ่ายรูป เทป บันทึกเสียง ขวดน้ำอัดลม เป็นต้น
พีวีซี (Polyvinyl Chloride PVC)	รับแรงดึงได้พอสมควรและ รับแรงอัดได้	ผ้ายาง หนังสติ๊ก ท่อเอสลอน สาย ยางฉีดยา สายไฟฟ้า เป็นต้น
โพลีคาร์บอนเนต	รับแรงดึงและแรงอัดได้	ขวดน้ำชนิดดี กล่องถ่ายรูปรุ่นใหม่

ที่มา : (วรรณิ สหสมโชค, 2549: 94)

### 2.7.3 ผ้า

ปัจจุบันเนื้อผ้าที่นำมาตัดเย็บเครื่องนุ่งห่ม เครื่องแต่งกาย หรือผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในบ้านนั้นมีหลากหลายแบบ หลายชนิด ซึ่งผู้ผลิตต่างก็นำนวัตกรรมเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิตถักทอ จึงก่อให้เกิดเนื้อผ้าแบบต่างๆ ที่มีคุณสมบัติเหมาะกับการใช้งานในแต่ละประเภท ซึ่งในท้องตลาดก็มีจำหน่ายมากมาย

ผ้า (Fabric) คือ สิ่งที่ได้จากการนำวัสดุธรรมชาติหรือวัสดุที่สังเคราะห์ ผ่านกระบวนการผลิต จนได้เป็นเส้นด้าย และผ่านกรรมวิธีผลิตผสมผสานหรือถักทอจนได้เป็นผืนผ้า เช่น ฝ้าย ไผไหม ไนลอน เป็นต้น

#### 2.7.3.1 วัสดุที่ใช้ในการผลิตผ้านั้นมีหลายประเภท ดังนี้

- 1) สัตว์ วัสดุที่ได้จะนำมาจากผม ขน ผิวหนัง และเส้นใย (ดักแด้) ที่ได้จากสัตว์ เช่น ขนแกะ ขนแพะ เป็นต้น ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ที่ได้ คือ เสื้อขนแกะและผ้าไหม
- 2) พืช วัสดุที่ได้จะนำมาจากเส้นใยของพืช เช่น ใยสัปปะรด ใยฝ้าย เป็นต้น ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ที่ได้ คือ เสื้อใยสัปปะรด เสื้อที่ทำจากฝ้ายสำหรับเด็กอ่อน
- 3) แร่ธรรมชาติ วัสดุที่ได้จะนำมาจากเส้นใยของแร่ธรรมชาติ เช่น ไยหิน และใยบะซอลต์ ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ที่ได้ คือ ผ้าคลุมด้านล่างของประตูที่มีความทนทานมากๆ (นิยมในต่างประเทศ) สำหรับป้องกันรอยขีดข่วนจากสัตว์โดยเฉพาะ เช่น สุนัข แมว เป็นต้น
- 4) สังเคราะห์เคมี วัสดุที่ได้มาจากการสังเคราะห์ขึ้นด้วยกระบวนการทางเคมี เช่น ไนลอน เส้นใยทไนไฟ เป็นต้น ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ที่ได้ คือ ถูกรองของผู้หญิง เสื้อคลุมที่ติดไฟยากสำหรับนักดับเพลิง นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผ้าทางการแพทย์อีกด้วย เช่น ชุดสำหรับแพทย์ในห้องผ่าตัดที่มีการเคลือบสารพิเศษสำหรับฆ่าเชื้อโรค เป็นต้น

#### 2.7.3.2 ชื่อผ้าและลักษณะของเนื้อผ้า

- 1) ผ้าคอตตอน หรือ ผ้าฝ้าย (Cotton) เป็นผ้าที่ทำมาจากเส้นใยธรรมชาติ เนื้อผ้านุ่ม ไม่กระด้าง ซับเหงื่อได้ดี ระบายอากาศได้ดี
- 2) ผ้าโพลีเอสเตอร์ (Polyester) เนื้อผ้าจะนุ่มและเงามันสวย คุณสมบัติเด่น ซักง่าย รีดง่ายและยับยาก
- 3) ผ้าสแปนเด็กซ์ (Spandex) เป็นผ้ายืดเนื้อนิ่ม ไม่หนา มีความยืดหยุ่นดี ระบายเหงื่อได้ดี ทั้งตัว มีน้ำหนัก ถึงจะยับง่าย แต่ก็รีดง่าย
- 4) ผ้าชีฟอง (Chiffon) เนื้อผ้าบางเบา โปร่งแสง สี ไม่ยืดหยุ่น มีทั้งเนื้อทราย หยาบ และ เนื้อเรียบลื่น ต้องใส่ซับใน เนื้อผ้าไม่ยับง่าย ไม่จำเป็นต้องรีด
- 5) ผ้าซาติน (Satin) เนื้อผ้าจะมีลักษณะเป็นผิวลื่นๆ มันวาว น้ำหนักทั้งตัว และคงรูปได้ดี ซักง่าย แห้งเร็วไม่ต้องรีด

- 6) ผ้าฮานาโกะ (Hanako) ผ้าเนื้อหนา ทึบแสง มีน้ำหนัก ทั้งตัว ยับยาก ไม่จำเป็นต้องรีด
- 7) ผ้าลินิน (Linen) เนื้อผ้าเป็นเงามันสวยงาม ยับง่ายกว่าผ้าฝ้าย ดูดซับความชื้น ได้ดีกว่าผ้าฝ้าย แห้งเร็ว ยืดหยุ่นต่ำ ยับง่าย
- 8) ผ้าไนลอน (Nylon) ผ้าใยสังเคราะห์ เนื้อผ้าเรียบ มัน ดูดความชื้นได้ดีที่สุดในบรรดาผ้าใยสังเคราะห์ มีความเหนียวมาก แข็งแรงทนทานมาก ยืดหยุ่นง่าย และคืนตัวได้ดี
- 9) ผ้าไหม (Silk) เนื้อผ้าเป็นมันวาว สวยงามมาก แต่ดูแลรักษายาก ผ้าทั้งตัวดี ดูดซับความชื้นได้ดี น้ำหนักเบา ยืดหยุ่นได้ดี ระบายเหงื่อได้ดี
- 10) ผ้า TC (Cotton ผสม Polyester) เนื้อผ้ามีความยืดหยุ่น ปานกลาง เนื้อผ้ามีความนุ่ม การระบายอากาศ ปานกลาง
- 11) ผ้า TK (Polyester หรือ ใยสังเคราะห์) เนื้อผ้ามีความยืดหยุ่นพอใช้ เนื้อผ้าแข็งแรงต่าง การระบายอากาศ พอใช้
- 12) ผ้า CVC (ส่วนผสม Cotton มากกว่า Polyester) เนื้อผ้านุ่มเรียบ ไม่ยับ รีดได้ง่าย ระบายอากาศและความร้อนได้ดี
- 13) ผ้า Cotton Spandex (Spandex ผสม Cotton) เนื้อผ้าใส่สบาย ทนทาน ระบายอากาศได้ดี และมีความยืดหยุ่นเข้ารูป
- 14) ผ้ากำมะหยี่ (Velvet) เนื้อผ้าค่อนข้างหนา ผิวสัมผัสนุ่ม ดูหรูหรา เนื้อผ้าทั้งตัวดี ไม่นิยมรีดจีบ ปล่อยลอนตามธรรมชาติ
- 15) ผ้าปาน (Voile) เป็นผ้าเนื้อโปร่ง บางเหมือนผ้าสาหลูชนิดบาง แต่กระด้าง และย่นเล็กน้อย เนื้อผ้ามีความยืดหยุ่นต่ำ ดูดความชื้น
- 16) ผ้าเรยอน (Rayon) เนื้อผ้ามีความยืดหยุ่น ทั้งตัว เนื้อนิ่ม ระบายอากาศได้ดี ใส่สบาย นุ่ม และดูดความชื้นได้
- 17) ผ้าขนสัตว์ (Wool) ดูดความร้อน และถ่ายเทความชื้นได้ดี เวลาสวมใส่จึงให้ความอบอุ่นได้ดี หดตัวมากเวลาเปียก จึงควรซักแห้งเท่านั้น ผ้าอคริลิก (Acrylic) ไม่หด แห้งง่าย ทนต่อการซักฟอก น้ำหนักเบา
- 18) ผ้าอะซิเตต (Acetate) เนื้อนุ่ม เป็นเงามัน ไม่ยับ ไม่หด ไม่ค่อยดูดความชื้น ใส่แล้วจะรู้สึกเหนอะหนะรีดเรียบง่าย ไม่ทนความร้อนสูง ละลายเมื่อสัมผัสน้ำยาล้างเล็บ

## 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับของที่ระลึก ดังนี้

ปนัดดา มนุรุษฎา (2555: 102) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมิวเซียมสยาม ไม่ควรเป็นลักษณะไทยเดิม หรือศิลปะหัตถกรรมชาวบ้าน หากแต่ควรมีการตีความ สอดแทรกแนวคิดเกี่ยวกับ ศิลปะวัฒนธรรม รวมถึงทำให้ผู้บริโภคระลึกถึงกรุงเทพหรือการมาเยี่ยมชมมิวเซียมสยามได้ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์จึงต้องมีความงามควบคู่กับสอดแทรกเนื้อหาใน นิทรรศการถาวรของมิวเซียมสยาม คือการ เป็นของที่ระลึกตัวแทนกรุงเทพฯ เพื่อมีส่วนช่วยในการ ปลุกฝังจิตสำนึกเรื่อง การเห็นคุณค่าทาง วัฒนธรรมไทย มีความทันสมัยมีการใช้งานตอบรับกับความ ต้องการของตลาดในปัจจุบันทั้งยังต้องตอบรับกับกรรมวิธีการผลิตสมัยใหม่

จิราภรณ์ ขาวศรี (2556: 82) นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับประโยชน์ใช้สอยของสินค้าที่ระลึก มากที่สุดและให้ความสำคัญน้อยที่สุดในเรื่องของความมีชื่อเสียง หรือยี่ห้อของตัวสินค้า ด้านราคา นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมากโดยพิจารณาความสำคัญกับสินค้าที่มีราคาสูงมาก ที่สุด และการระบุป้ายราคาเป็นเรื่องที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุด สำหรับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องของทำเลที่ตั้ง สินค้าหาง่ายสะดวกเป็นปัจจัยสำคัญมากที่สุด และให้ความสำคัญในเรื่องของการมีบริการส่งสินค้า ผ่านไปรษณีย์น้อยที่สุด และด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวนำความสำคัญโดยรวมในระดับ มาก โดยให้ความสำคัญในเรื่องของการมีสินค้าตัวอย่างให้เลือกดูมากที่สุดและการรับประกันสินค้า น้อยที่สุด

อภิญา ศักดาศิริโรรัตน์ ดรุชา รัตนดำรงอักษร และพารินทร์ ธรรมหมื่นยอง (2559: 279) ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังย่านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก พบว่า จุดประสงค์ในการเดินทางมายังย่านท่องเที่ยวในแต่ละครั้งนั้น นอกจากจะเดินทางมาเพื่อซื้อสินค้าไว้ เป็นของที่ระลึกในการมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่ แล้วยังซื้อสินค้าที่ระลึกเหล่านั้นไว้ใช้เองใน ชีวิตประจำวันอีกด้วย โดยส่วนใหญ่ จะเลือกซื้อผ้าทอมือ งานไม้แกะสลัก และเครื่องเงินตามลำดับ โดยสินค้าที่ระลึกเหล่านั้น ต่างก็เป็นสินค้าที่ระลึกที่ขึ้นชื่อ หรือเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละย่านท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ หมู่บ้านถวาย ของ วัลัญญา สถาพรชัยนิษฐ์ (2554) โดยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมักจะเดินทาง มาเยี่ยมชม และเลือกซื้อสินค้าในหมู่บ้านถวาย ก่อนเดินทางกลับภูมิลำเนา เพื่อเป็นของฝาก หรือของ ที่ระลึกเนื่องจากแหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึกดังกล่าว มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป

ดรุชา รัตนดำรงอักษร (2558: 91) เรื่องการพัฒนาประสิทธิภาพบริการของร้านค้าปลีกงาน หัตถกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่าด้านการออกแบบร้านและการจัดแสดงสินค้ามีผลอย่างมาก ต่อการดึงดูดความสนใจของลูกค้าในขณะเดียวกัน ปัจจัยด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยม ีความเป็นสินค้าที่มีความร่วมสมัย นำมาใช้งานได้ในปัจจุบัน และมีลวดลายสีสนเฉพาะของสินค้าก็เป็น อีกปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญอย่างมาก

จากเนื้อหางานวิจัยในข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีปัจจัยหลายอย่างที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของที่ระลึกของกลุ่มเป้าหมายซึ่งถือเป็นข้อมูลสนับสนุนที่มีผลต่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)





### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

แนวทางในการการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ การศึกษาข้อมูลประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) และสำรวจความต้องการผู้บริโภค รวมไปถึงวรรณกรรม บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแบบสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบให้กับพิพิธภัณฑสถาน แล้วจึงทำการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ ซึ่งมีขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

#### ขั้นตอนที่ 1

เพื่อศึกษาข้อมูลประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) และสำรวจความต้องการผู้บริโภค มีข้อมูลดังนี้

1. เก็บข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามแบบอัตนัยสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจากพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) และ เจ้าหน้าที่ร้านค้าพิพิธภัณฑสถาน เพื่อเก็บข้อมูลการซื้อของกลุ่มนักท่องเที่ยว ความต้องการของพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) และบริบทของพิพิธภัณฑสถานเพื่อหาทิศทางในการออกแบบ จาก คุณพัทธนันท์ บุญเป็ง ตำแหน่งผู้จัดการร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) และคุณประณต ใจดี ตำแหน่งเจ้าหน้าที่มวลชนสัมพันธ์ ประจำพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)
2. เก็บข้อมูลปฐมภูมิ จากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑสถาน เดินทางมาในวันที่ 22 - 24 กุมภาพันธ์ 2561 โดยใช้แบบสอบถามปรนัย เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อสอบถามความคิดเห็น ความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายในพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)
3. เก็บข้อมูลทุติยภูมิ จากการค้นคว้า เอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ
4. นำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาวิเคราะห์ผลเพื่อสร้างข้อกำหนด (Criteria) เพื่อใช้ในการออกแบบ

#### ขั้นตอนที่ 2

เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) มีข้อมูลดังนี้

1. สร้างแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้เว็บไซต์ Google Form โดยข้อมูลแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมา จะผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา

2. เก็บข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามแบบปรนัยประกอบภาพผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผู้วิจัยทำการออกแบบ เพื่อสอบถามความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด 1 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญประจำพิพิธภัณฑ์ 1 ท่าน ผ่านทางแบบสอบถามออนไลน์เว็บไซต์ Google Form

### ขั้นตอนที่ 3

เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ มีข้อมูลดังนี้

การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามแบบปรนัย ประกอบภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้พัฒนาหลังจากได้รับคำแนะนำ จากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเป็นช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโรค Covid-19 และต้องรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) เพื่อป้องกันโรค ผู้วิจัยจึงเลือกสอบถามผ่านทางแบบสอบถามออนไลน์เว็บไซต์ Google Form สำหรับสอบถามความพึงพอใจที่ผู้บริโภคมีต่อผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายที่พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการ และแรงจูงใจ และเหตุผลอื่นๆ ในการเลือกซื้อของที่ระลึกของกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์สรุปผล เป็นแนวทางการออกแบบ โดยสร้างแบบสอบถาม นำไปสอบถามประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

3.1.1 ประชากร คือ เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ที่ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์จำนวน 2 ท่าน โดยมีรายชื่อดังต่อไปนี้

- คุณประณต ใจดี ตำแหน่งเจ้าหน้าที่มวชนสัมพันธ์ ประจำพิพิธภัณฑ์ฯ
- คุณพัทธนันท์ บุญเป็ง ตำแหน่งผู้จัดการร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

และผู้เชี่ยวชาญแต่ละด้าน ซึ่งผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด 1 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญประจำพิพิธภัณฑ์ 1 ท่าน ซึ่งมีประสบการณ์การทำงาน 5 ปีขึ้นไป โดยมีรายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและประเมินผล ดังต่อไปนี้

1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ เป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ด้านหลักการออกแบบทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และด้านกราฟิกดีไซน์ มีรายชื่อดังนี้

- รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิมวงศา ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปาริชาติ รัตนพล อาจารย์ประจำ สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

- คุณสุจรรยา คงฉวี ผู้จัดการแผนกออกแบบสื่อและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ฝ่ายบริหารงานออกแบบ บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ผู้เชี่ยวชาญด้านพิพิธภัณฑ 1 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด 1 ท่าน

2) ผู้เชี่ยวชาญด้านพิพิธภัณฑ เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านงานพิพิธภัณฑ ทราบถึงบริบทความเป็นมาของพิพิธภัณฑโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) มีรายชื่อดังนี้

- คุณนพดล วงศ์สุน ผู้จัดการแผนกงานข้อมูลและวิชาการ และรักษาการผู้จัดการแผนกพิพิธภัณฑ ฝ่ายชุมชนสัมพันธ์ บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด

- ผู้เชี่ยวชาญด้านการการตลาด เป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และเข้าใจในด้านทิศทางการตลาด ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการขายสินค้า มีรายชื่อดังนี้

- คุณสุกัญญา ศรีสุทธิยากร รองผู้จัดการใหญ่ บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างคือ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปศึกษาดูงานที่พิพิธภัณฑโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง โดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเอง

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในขั้นตอนการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้

ด้านแนวทางการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายที่พิพิธภัณฑโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ใช้วิธีการสัมภาษณ์ ตอบแบบสอบถาม และความต้องการเบื้องต้นของกลุ่มลูกค้าร้านค้าพิพิธภัณฑ แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์

#### 3.2.1 ลักษณะเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) โดยกำหนดดังนี้

##### 1) ก่อนการออกแบบ

สร้างแบบสอบถามความต้องการพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบของที่ระลึกเพื่อการจัดจำหน่ายก่อนทำการออกแบบจริง โดยข้อมูลนำมาวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้นสำหรับแนวทางศึกษาและออกแบบ

## 2) ระหว่างการออกแบบ

สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความเหมาะสมในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ด้านการตลาด และด้านพิพิธภัณฑ

## 3) หลักการออกแบบ

สร้างแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจต่อของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑโรงงานหลวงที่ ๑ (ผาง) โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มผู้สนใจเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑฯ

### 3.2.2 การสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

#### 1) การสร้างเครื่องมือก่อนการออกแบบ

โดยการศึกษาทฤษฎีต่างๆก่อน จึงร่างแบบสอบถามความต้องการพื้นฐานของกลุ่มนักท่องเที่ยวไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง เมื่อผ่านจึงนำแบบสอบถามไปใช้ในการสอบถามจริง และสรุปผลจากแบบสอบถาม

#### 2) การสร้างเครื่องมือระหว่างการออกแบบ

ในการสร้างเครื่องมือก่อนการออกแบบ ผู้วิจัยได้ทำการดำเนินการสร้างแบบสอบถามเพื่อปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ โดยร่างแบบสอบถามเพื่อที่จะนำไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญระหว่างการออกแบบ โดยผ่านความเห็นชอบแบบสอบถามจากอาจารย์ที่ปรึกษา ก่อนนำไปใช้สอบถามจริง เพื่อนำข้อเสนอแนะที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญไปปรับปรุงแก้ไขรูปแบบเพื่อใช้ไปสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบต่อไป

#### 3) การสร้างเครื่องมือหลังการออกแบบ

หลังจากที่ผู้วิจัยได้สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแล้ว ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้สนใจเดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑฯ โดยศึกษาวัตถุประสงค์ในการวิจัย ร่างแบบสอบถามขึ้น และผ่านความเห็นชอบแบบสอบถามจากอาจารย์ที่ปรึกษา จึงนำไปสอบถามจริง และนำข้อมูลที่ได้มาสรุปและอภิปรายผล

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามลำดับดังนี้

#### 3.3.1 กำหนดแนวทางที่จะดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางศึกษาการดำเนินการวิจัยสำหรับการออกแบบ และเป็นการสรุปแนวความคิดและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ โดยผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 1) แนวทางศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบศิลป์ การสร้างลวดลาย และงานศิลปะจีน
- 2) แนวทางศึกษาเกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึกผลิตภัณฑ์เดิม พบว่าเป็นสินค้าเดิมมีความคล้ายคลึงกับสินค้าที่ขายอยู่ที่พิพิธภัณฑ์อื่น และขาดเอกลักษณ์ร่วมกันในสินค้าแต่ละประเภท ทางผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการสร้างภาพจำและเอกลักษณ์เฉพาะให้กับสินค้า

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

#### 3.4.1 ข้อมูลก่อนการออกแบบ

การวิเคราะห์ข้อมูลจากภาคเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาวิเคราะห์ เก็บข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามแบบอ้อมนัยสัมพัทธ์ผู้เชี่ยวชาญจากพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) และ เจ้าหน้าที่ร้านค้าพิพิธภัณฑ์ เพื่อเก็บข้อมูลการซื้อของกลุ่มนักท่องเที่ยว ความต้องการของพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) และบริบทของพิพิธภัณฑ์เพื่อหาทิศทางในการออกแบบ และสรุปเป็นข้อมูลเพื่อใช้อ้างอิงในการออกแบบ

#### 3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

กลุ่มนักท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ที่เดินทางมาในวันที่ 22 – 24 กุมภาพันธ์ 2561 มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 30 คน โดยใช้แบบสอบถามปรนัย เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ผ่านเอกสาร 30 ชุด เพื่อสอบถามความคิดเห็น ความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) มานำไปสรุปเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ

#### 3.4.3 การออกแบบและการพัฒนาแบบร่าง

จากการที่ได้ทบทวนงานวรรณกรรม ตำรา บทความทางวิชาการ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมไปถึงการใช้เครื่องมือกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ต้องการใช้ในงานวิจัยมาแล้วนั้น ต่อไปก็คือ การออกแบบและการพัฒนาแบบร่าง ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยจะดำเนินการหลังจากที่ได้ข้อมูลเบื้องต้นมาแล้ว มาทำการออกแบบภาพร่างแสดงผลิตภัณฑ์เบื้องต้น ดังนี้

- 1) นำข้อมูลที่วิเคราะห์ ได้มาสู่การสังเคราะห์เพื่อใช้ร่างภาพนำเสนอข้อมูล



2) นำผลวิเคราะห์จากแบบสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมาสู่การสังเคราะห์เพื่อใช้ในการออกแบบ

3) ศึกษาตลาดสายแรงบันดาลใจการออกแบบของที่ระลึกและนำเสนอเป็นรูปภาพ

4) ทำการออกแบบสินค้าของที่ระลึกแต่ละประเภท และนำเสนอออกมาเป็นภาพพัฒนาผลิตภัณฑ์

5) ภาพร่างที่ออกแบบและพัฒนาแล้ว นำไปเสนอและขอคำแนะนำต่อผู้เชี่ยวชาญในขั้นตอนต่อไป

#### 3.4.4 ปรับปรุงและพัฒนาแบบร่าง

หลังจากกระบวนการประเมินผลแบบสินค้าของที่ระลึกแต่ละประเภทจากผู้เชี่ยวชาญแล้วนำข้อเสนอแนะ จากการวิเคราะห์โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ด้าน เพื่อนำมาพัฒนาแบบร่างสามมิติใหม่ต่อไป ก่อนนำไปสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

#### 3.4.5 สร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

เมื่อนำเสนอแบบสินค้าของที่ระลึกต่อผู้เชี่ยวชาญและได้ข้อเสนอแนะ ผลสรุปมาแล้วนั้นจึงดำเนินการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1) เขียนแบบเพื่อการผลิตจริง พร้อมทั้งบอกรูปแบบวัสดุ สี ขนาด ส่วนประกอบ

2) ส่งแบบภาพด้านและวิธีการประกอบต่อช่างเพื่อใช้ในการผลิตจริง

3) ตรวจสอบแบบที่ผลิตจริงตกแต่งและเก็บรายละเอียดเพื่อพร้อมต่อการนำเสนอ

#### 3.4.6 ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

หลังจากที่ได้ผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกแต่ละประเภทมาแล้ว จึงสอบถามกลุ่มเป้าหมายโดยใช้แบบสอบถามแบบปรนัย ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้พัฒนาหลังจากได้รับคำแนะนำ จากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ผ่านทางแบบสอบถามออนไลน์เว็บไซต์ Google Form โดยใช้เวลา 2 สัปดาห์ ใช้วิธีเลือกคำถามปรนัยเพื่อสอบถามความพึงพอใจที่ผู้บริโภคมีต่อผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายที่พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) นำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์และสรุปผล

3.4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายที่พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดย

1) ข้อมูลการประเมินผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายที่พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เสนอเป็นตารางประกอบคำบรรยายโดยการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นนี้ ผู้วิจัยได้แปลความด้วยเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสมตามเกณฑ์ของ Best ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553: 82-84,121) (บุญชม ศรีสะอาด, 2541)

- 4.50 - 5.00 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด  
 3.50 - 4.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก  
 2.50 - 3.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง  
 1.50 - 2.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย  
 1.00 - 1.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2) ข้อมูลแสดงความคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวิเคราะห์ข้อมูลโดยสรุป

3) นำข้อมูลทั้งหมดมาสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

#### 3.4.8 การวิเคราะห์และการอภิปรายผล

การวิเคราะห์และอภิปรายผล นำข้อมูลที่ได้จากการดำเนินการวิจัยทั้งหมด มาทำการวิเคราะห์และสรุปแบบเรียงความพร้อมภาพถ่าย ภาพ Infographic และแสดงความคิดเห็นของผู้วิจัยที่ได้พบระหว่างดำเนินการวิจัย สู่การนำเสนอต่อไป

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติดังต่อไปนี้

#### 3.5.1 สถิติพื้นฐาน

ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage)

$$p = \frac{f}{N} \times 100$$

เมื่อ	$P$	แทน	ค่าร้อยละ
	$f$	แทน	ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ
	$N$	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด

#### 3.5.2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดของกลุ่ม
	$N$	แทน	จำนวนของคะแนนในกลุ่ม

## 3.5.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	X	แทน	ค่าคะแนน
	N	แทน	จำนวนคะแนนในแต่ละกลุ่ม
	$\Sigma$	แทน	ผลรวม



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ สอบถามความคิดเห็น สิ่งในกลุ่มเป้าหมาย ต้องการ และการประเมินผลจากผู้เชี่ยวชาญรวมถึงคำแนะนำต่างๆ โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

ขั้นตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ การออกแบบสินค้าของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายที่พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) และสรุปข้อกำหนดและแนวทางการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ

#### 4.1 ขั้นตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

จากการสัมภาษณ์ คุณประณต ใจดี ตำแหน่งเจ้าหน้าที่มวชนสัมพันธ์ ประจำพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ว่า ทางพิพิธภัณฑ์ฯ จะมีนักท่องเที่ยวมากเป็นพิเศษในช่วงเดือน ธันวาคม – มกราคม หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวดอยอ่างขางและแวะชมพิพิธภัณฑ์ฯ ส่วนใหญ่จะมาเป็นกลุ่ม Walk-in เดินทางมาเที่ยวสัญจรทั่วไป มีทั้งกลุ่มผู้ใหญ่ คณะนักเรียน และอีกกลุ่มพิเศษที่จะมาเรียนรู้ในพื้นที่ 3-4 วัน ผู้ที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์ฯ ส่วนมากให้ความสนใจกับข้อมูลประวัติความเป็นมาของพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) หลักการพัฒนาโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) และชุมชนโดยรอบของในหลวงรัชกาลที่ 9 และผู้เข้าชมเกิดความรู้อีกประทับใจต่อภาพวาดพู่กันจีนของอากาศที่เป็นชาวจีนอาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชนบ้างบาง อ. ฝาง จ. เชียงใหม่ ซึ่งแสดงออกถึงความรู้สึกซาบซึ้งในพระมหากรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9

จากการสัมภาษณ์ คุณพัทธนันท์ บุญเป็ง ตำแหน่งผู้จัดการร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ได้ผลสรุปข้อมูลแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายที่ร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) นั้น อยากให้เพิ่มทางเลือกสินค้าใหม่ๆ ที่ต่างออกไปจากเดิม มีเรื่องราวเป็นซีรี่ส์ เป็นแบบเฉพาะหรือมีลวดลายเฉพาะสำหรับขายที่พิพิธภัณฑ์ฯ แห่งนี้ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษา และวัยทำงานที่มาศึกษาดูงานกับหน่วยงาน กลุ่มลูกค้าผู้ขายกับผู้หญิงจะมีวิธีการซื้อที่แตกต่างกัน กลุ่มลูกค้าผู้ขายจะนิยมซื้อของใช้ เช่น เสื้อโปโล หมวกแก๊ป ที่มี

สัญลักษณ์พิพิธภัณฑฯ ส่วนลูกค้าผู้หญิงจะนิยมซื้อสินค้าประเภทอาหาร สินค้าตามโปรโมชั่น หรือซื้อสินค้าประเภทถุงผ้า กระเป๋า เพื่อใส่สินค้ากลับ ส่วนกลุ่มลูกค้าที่รองลงมาคือกลุ่มนักเรียนที่มาทัศนศึกษา จะให้ความสนใจกับสินค้าชิ้นเล็ก เช่น พวงกุญแจ กระเป๋าใส่ปากกา ที่มีราคาไม่สูงมากนัก

#### 4.2 ขั้นตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ การออกแบบสินค้าของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายที่พิพิธภัณฑฯ โรงงานหลวงที่ ๑ (ผาง) และสรุปข้อกำหนดและแนวทางการออกแบบ

ผลสำรวจความคิดเห็น และความต้องการกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑฯ โรงงานหลวงที่ ๑ (ผาง) โดยใช้เวลา 3 วัน มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 30 คน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย โดยใช้คำถามแบบปรนัยเพื่อสอบถามความ ตั้งแต่วันที่ 22 – 24 กุมภาพันธ์ 2561 จำนวน มีผู้ตอบแบบสอบถาม 30 คน

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 3 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
ชาย	8	27
หญิง	21	70
เพศทางเลือก	1	3

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลจากการวิเคราะห์จะมีเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 27 และน้อยที่สุด คือ เพศทางเลือก คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
21 - 30 ปี	18	60
31 - 40 ปี	10	34
41 - 50 ปี	1	3
51 - 60 ปี	1	3
60 ปี ขึ้นไป	0	0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลจากการวิเคราะห์จำนวนช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุดคือ อายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา คือ อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 34 และน้อยที่สุดคือ อายุ 41-50 ปี, 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ



ตารางที่ 5 แสดงสถานภาพการสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพการสมรส	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
โสด	25	83
สมรส	5	17

จากตารางที่ 5 พบว่า ผลจากการวิเคราะห์จำนวนสถานภาพการสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุดคือ โสด คิดเป็นร้อยละ 83 และน้อยที่สุดคือ สมรส คิดเป็นร้อยละ 17

ตารางที่ 6 แสดงอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
ข้าราชการ, พนักงานรัฐสาหกิจ	7	23
พนักงานบริษัทเอกชน, ลูกจ้าง	9	30
ธุรกิจส่วนตัว	3	10
นักร้องแบบ, สถาปนิก, ศิลปิน	1	3
นักเรียน, นักศึกษา	8	27
ประกอบอาชีพอิสระ	2	7

จากตารางที่ 6 พบว่า ผลจากการวิเคราะห์อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุดคือ พนักงานบริษัทเอกชน, ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมา นักเรียน, นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 27 และน้อยที่สุดคือ นักร้องแบบ, สถาปนิก, ศิลปิน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
น้อยกว่า 15,000 บาท	8	27
15,001 – 25,000 บาท	13	43
25,001 – 35,000 บาท	6	20
35,001 – 45,000 บาท	2	7
มากกว่า 65,001 บาท ขึ้นไป	1	3

จากตารางที่ 7 พบว่า ผลจากการวิเคราะห์ช่วงรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุดคือ 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมา น้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 65,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงรถที่ใช้เดินทางไปพิพิธภัณฑ์ฯ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

รถที่ใช้เดินทางไปพิพิธภัณฑ์ฯ	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
รถตู้	8	27
รถยนต์ส่วนตัว	22	73

จากตารางที่ 8 พบว่า ผลจากการวิเคราะห์รถที่ใช้เดินทางไปพิพิธภัณฑ์ฯ มากที่สุดคือ รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 73 และน้อยที่สุดคือ รถตู้ คิดเป็นร้อยละ 27 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเฉพาะเพื่อนำมาพัฒนาในการออกแบบ

ตารางที่ 9 แสดงส่วนนิทรรศการที่ผู้ตอบแบบสอบถามประทับใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ส่วนนิทรรศการที่ประทับใจ	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
กำเนิดโครงการหลวง	28	93
กำเนิดโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง)	20	67
บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด	16	53
ห้องเกรินน้ำ	15	50
ลานอเนกประสงค์	10	33

จากตารางที่ 9 พบว่า ผลจากการวิเคราะห์ส่วนนิทรรศการที่ผู้ตอบแบบสอบถามประทับใจมากที่สุดคือ กำเนิดโครงการหลวง คิดเป็นร้อยละ 93 รองลงมา กำเนิดโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) คิดเป็นร้อยละ 67 และน้อยที่สุดคือ ลานอเนกประสงค์ คิดเป็นร้อยละ 33 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงสัญลักษณ์ตัวแทนพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สัญลักษณ์ตัวแทนพิพิธภัณฑ์ฯ	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
ในหลวงรัชกาลที่ 9	26	87
หมายเลข ๑ สื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	21	70
วัฒนธรรมจันทุนาน	19	63
กลุ่มชาติพันธุ์	17	57
พืชผลที่นำมาแปรรูปเป็นสินค้า เช่น สตรอว์เบอร์รีสด	16	53
รูปลักษณ์อาคาร, หน้าจั่วพิพิธภัณฑ์	14	47
เครื่องจักรที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ฯ	7	23

จากตารางที่ 10 พบว่า ผลจากการวิเคราะห์สัญลักษณ์ตัวแทนพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) มากที่สุดคือ ในหลวงรัชกาลที่ 9 คิดเป็นร้อยละ 87 รองลงมา หมายเลข ๑ สื่อถึงพิพิธภัณฑ์

โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) คิดเป็นร้อยละ 70 และน้อยที่สุดคือ เครื่องจักรที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ฯ คิดเป็นร้อยละ 23 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงเหตุผลของการซื้อของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เหตุผลของการซื้อของที่ระลึก	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
เป็นสิ่งที่มีความเหมาะสมที่พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	21	70
มีสัญลักษณ์ความเป็นโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง)	16	53
มีประโยชน์ใช้สอย	12	40
ต้องการให้มีโลโก้ของพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	10	33
มีขนาดเล็ก พกพาง่าย	8	27

จากตารางที่ 11 พบว่า ผลจากการวิเคราะห์เหตุผลของการซื้อของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) มากที่สุดคือ เป็นสิ่งที่มีความเหมาะสมที่พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมามีสัญลักษณ์ความเป็นโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) คิดเป็นร้อยละ 53 และน้อยที่สุดคือ มีขนาดเล็ก พกพาง่าย คิดเป็นร้อยละ 27 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงประเภทสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจ

เหตุผลที่ต้องการซื้อของที่ระลึก	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
ประเภทของตกแต่งบ้าน	12	40
ประเภทเครื่องประดับ	2	7
ประเภทเครื่องใช้สำนักงาน	8	27
ประเภทของเล่น	1	3
ประเภทของใช้แฟชั่น	7	23

จากตารางที่ 12 พบว่า ผลจากการวิเคราะห์ประเภทสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจ มากที่สุดคือ ประเภทของตกแต่งบ้าน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา ประเภทเครื่องใช้สำนักงาน คิดเป็นร้อยละ 27 และน้อยที่สุดคือ ประเภทของเล่น คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท เครื่องเขียน อุปกรณ์สำนักงาน

การตัดสินใจซื้อสินค้าประเภท เครื่องเขียน อุปกรณ์สำนักงาน	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
ชุดสำหรับใส่อุปกรณ์เครื่องเขียน	9	30
ที่รองแก้วมีหลายฟังก์ชันการใช้งาน	2	7
ชุดกระดาษต้นไม้ประดับบนโต๊ะทำงาน	6	20
ที่วางโทรศัพท์มือถือ	5	17
กระดานตั้งพร้อมที่ติดกระดาษโพสอิท	1	3
ลิ้นชักชั้นวางของอเนกประสงค์	3	10
อุปกรณ์เครื่องเขียน	4	13

จากตารางที่ 13 พบว่า ผลจากการวิเคราะห์ลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท เครื่องเขียน อุปกรณ์สำนักงาน มากที่สุดคือ ชุดสำหรับใส่อุปกรณ์เครื่องเขียน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมา ชุดกระดาษต้นไม้ประดับบนโต๊ะทำงาน คิดเป็นร้อยละ 20 และน้อยที่สุดคือ กระดานตั้งพร้อมที่ติดกระดาษโพสอิท คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท เครื่องประดับ

การตัดสินใจซื้อสินค้าประเภท เครื่องประดับ	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
แหวน	8	27
กำไลข้อมือ	8	27
เข็มกลัด	5	17
สร้อยคอ	4	14
ต่างหู	2	7
กิ๊ฟติดผม	3	10

จากตารางที่ 14 พบว่า ผลจากการวิเคราะห์ลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท เครื่องประดับ มากที่สุดคือ แหวนกำไลข้อมือ คิดเป็นร้อยละ 27 รองลงมา เข็มกลัด คิดเป็นร้อยละ 17 และน้อยที่สุดคือ ต่างหู คิดเป็นร้อยละ 7 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท ของเล่น

การตัดสินใจซื้อสินค้าประเภท ของเล่น	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
พวงกุญแจตุ๊กตา	13	43
แผ่นไม้จิ๊กซอว์เรื่องราวพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	5	17
ชุดตุ๊กตาเกาะขอบแก้ว	2	7
ของเล่นไม้เสริมพัฒนาการ	3	10
ของเล่นพื้นบ้านทำจากวัสดุพื้นถิ่น	4	13
ชุดของเล่นโมเดลกระดาษ	1	3
ของเล่น DIY	2	7

จากตารางที่ 15 พบว่า ผลจากการวิเคราะห์ลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท ของเล่น มากที่สุดคือ พวงกุญแจตุ๊กตา คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมา แผ่นไม้จิ๊กซอว์เรื่องราว พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) คิดเป็นร้อยละ 17 และน้อยที่สุดคือ ชุดของเล่นโมเดลกระดาษ คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท ของแต่งบ้าน

การตัดสินใจซื้อสินค้าประเภท ของแต่งบ้าน	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
ชุดประดับตกแต่งผนัง (Wall Art)	12	40
โคมไฟตั้งโต๊ะ	5	17
เซตกระถางเพาะปลูกต้นไม้	5	17
ป้ายสำหรับแขวนพวงกุญแจ	2	7
เชิงเทียน	4	13
โคมบายล์หรือเครื่องแขวนมีเสียง	2	7

จากตารางที่ 16 พบว่า ผลจากการวิเคราะห์ลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท ของแต่งบ้าน มากที่สุดคือ ชุดประดับตกแต่งผนัง (Wall Art) คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา โคมไฟตั้งโต๊ะ, เซตกระถางเพาะปลูกต้นไม้ คิดเป็นร้อยละ 17 และน้อยที่สุดคือ ป้ายสำหรับแขวนพวงกุญแจ, โคมบายล์หรือเครื่องแขวนมีเสียง คิดเป็นร้อยละ 7 ตามลำดับ



ตารางที่ 17 แสดงลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท สินค้าแฟชั่น

การตัดสินใจซื้อสินค้าประเภท สินค้าแฟชั่น	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
เสื้อคอปก	8	27
กระเป๋าใส่เครื่องเขียน	3	10
เสื้อยืด	6	20
หมวกแก๊ป	6	20
ถุงผ้า	3	10
ริสแบนด์	1	3
หมวกปีก	3	10

จากตารางที่ 17 พบว่า ผลจากการวิเคราะห์ลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท สินค้าแฟชั่น มากที่สุดคือ เสื้อคอปก คิดเป็นร้อยละ 27 รองลงมา เสื้อยืด, หมวกแก๊ป คิดเป็นร้อยละ 20 และน้อยที่สุดคือ ริสแบนด์ คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงงบประมาณการซื้อของที่ระลึกในสถานที่ท่องเที่ยว/ครั้ง

งบประมาณการซื้อของที่ระลึกในสถานที่ท่องเที่ยว/ครั้ง	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
101-300 บาท	8	27
301-500 บาท	4	13
501-800 บาท	7	23
801-1000 บาท	5	17
1001-2000 บาท	6	20

จากตารางที่ 18 พบว่า ผลจากการวิเคราะห์งบประมาณการซื้อของที่ระลึกในสถานที่ท่องเที่ยว/ครั้ง มากที่สุดคือ 101-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 27 รองลงมา 501-800 บาท คิดเป็นร้อยละ 23 และน้อยที่สุดคือ 301-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงกลุ่มบุคคลที่ซื้อของที่ระลึกไปฝาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

กลุ่มบุคคลที่ซื้อของที่ระลึกไปฝาก	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
นำไปใช้เอง	22	73
ฝากครอบครัว	19	63
ฝากเพื่อนร่วมงาน	12	40
ฝากผู้อื่น	7	23

ตารางที่ 19 แสดงกลุ่มบุคคลที่ซื้อของที่ระลึกไปฝาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (ต่อ)

กลุ่มบุคคลที่ซื้อของที่ระลึกไปฝาก	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
อื่นๆ	1	3

จากตารางที่ 19 พบว่า ผลจากการวิเคราะห์กลุ่มบุคคลที่นักท่องเที่ยวจะซื้อของที่ระลึกไปฝาก มากที่สุดคือ นำไปใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 73 รองลงมา ฝากครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 63 และน้อยที่สุดคือ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนของที่ระลึกที่จะซื้อฝากในสถานที่ท่องเที่ยว/ครั้ง

กลุ่มบุคคลที่ซื้อของที่ระลึกไปฝาก	ค่าความถี่ (N)	ร้อยละ (%)
3 ชิ้น	12	40
2 ชิ้น	7	23
4 ชิ้น	4	13
6 ชิ้น	3	10
1 - 2 โหล	4	13

จากตารางที่ 20 พบว่า ผลจากการวิเคราะห์จำนวนของที่ระลึกที่จะซื้อฝากในสถานที่ท่องเที่ยว/ครั้ง มากที่สุดคือ 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 23 และน้อยที่สุดคือ 6 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

#### 4.2.1 ผลสำรวจในภาพรวม

##### 4.2.1.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

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

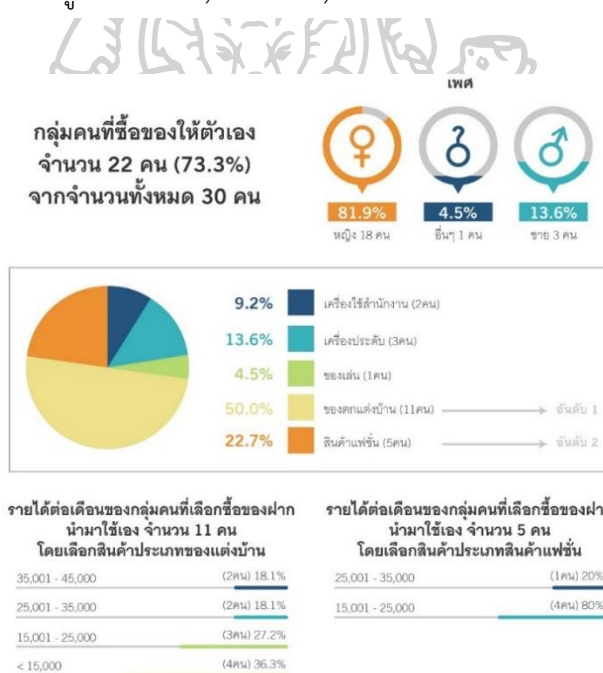
สรุปข้อมูลจากคำถามเกี่ยวกับความประทับใจ นิทรรศการถาวร 2 อันดับแรก

1) กำเนิดโครงการหลวง ร้อยละ 93 2) กำเนิดโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) ร้อยละ 67 ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกการนำเสนอแบบการสร้างภาพจำเอกลักษณ์ของพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

สรุปข้อมูลจากคำถามเกี่ยวกับสัญลักษณ์ตัวแทนพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ๑ (ผาง) โดยคัดเลือกจากข้อมูลจาก 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ในหลวงรัชกาลที่ 9 ร้อยละ 87 2) หมายเลข ๑ (ตราสัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑสถานฯ) ร้อยละ 70 3) วัฒนธรรมจันทบูร ร้อยละ 63 ด้วยความเหมาะสมในการออกแบบจึงตัดสินใจเลือก อันดับ 2 และ 3 เป็นสัญลักษณ์หรือตัวแทนของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มาเป็นความคิดแบบรวบยอด (Concept)

สรุปข้อมูลประเภทสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจ จากข้อมูล 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ของตกแต่งบ้าน ร้อยละ 40 2) เครื่องใช้สำนักงาน ร้อยละ 27 3) ของใช้แฟชั่น ร้อยละ 23

สรุปข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มคนที่นิยมซื้อของนำไปใช้เอง ร้อยละ 73 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 81.9 นิยมซื้อ 2 อันดับแรก ได้แก่ 1) ของตกแต่งบ้าน ร้อยละ 50 2) สินค้าแฟชั่น ร้อยละ 22.7 รายได้อยู่ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท



ภาพที่ 37 แสดงผลกลุ่มคนที่นิยมซื้อสินค้านำไปใช้เอง  
ที่มา : ณิชฐพร เล้าสุวรรณ

#### 4.2.1.2 ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างข้อกำหนด และแนวทางการออกแบบ

ผู้วิจัยได้เลือกวิจัยสินค้าจาก 3 อันดับแรก คือ ของตกแต่งบ้าน เครื่องเขียน และอุปกรณ์สำนักงาน และของใช้แฟชั่น ตามที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจ ประกอบกับความต้องการจากทางพิพิธภัณฑสถานฯ ที่ต้องการให้เพิ่มทางเลือกสินค้าใหม่ๆ ที่ต่างออกไปจากเดิม มีเรื่องราว

เป็นซีรีส์ เป็นแบบเฉพาะหรือมีลวดลายเฉพาะสำหรับชายที่พิพิธภัณฑฯ โดยการนำลวดลายเชิงสัญลักษณ์เงินที่มีความหมายเป็นมงคลและสามารถพบเห็นได้ภายในอาคารพิพิธภัณฑฯ หรือสิ่งของประดับตกแต่งประเภทเครื่องลายคราม และนำสีน้ำเงินซึ่งเป็นสีตัวแทนของพิพิธภัณฑฯ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ



ภาพที่ 38 แสดงลำดับการตัดสินใจในการซื้อสินค้า

ที่มา : อนุรักษ์ เล้าสุวรรณ

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากสินค้าของที่ระลึกพิพิธภัณฑฯ โรงงานหลวงที่ ๑ (ผาง) มีความต้องการเรียงตามลำดับดังนี้ 1) เป็นสิ่งที่มีขายเฉพาะที่พิพิธภัณฑฯ โรงงานหลวงที่ ๑ (ผาง) ร้อยละ 70 2) มีสัญลักษณ์ความเป็นโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ผาง) ร้อยละ 53 เป็นต้น

#### ข้อกำหนดในการออกแบบ

##### กลุ่มเป้าหมาย

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

##### ข้อกำหนดที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ

- มีขายเฉพาะที่พิพิธภัณฑฯ
- มีสัญลักษณ์ความเป็นโรงงานหลวง
- มีประโยชน์ใช้สอย

##### ข้อกำหนดที่พิพิธภัณฑฯ โรงงานหลวงที่ ๑ (ผาง) ต้องการ

- เพิ่มทางเลือกสินค้าใหม่ๆ ที่ต่างออกไปจากเดิม
- มีเรื่องราวเป็นซีรีส์ เป็นแบบเฉพาะหรือมีลวดลายเฉพาะสำหรับชายที่พิพิธภัณฑฯ

##### Mood & Tone

สีน้ำเงินที่สื่อถึงพิพิธภัณฑฯ, ลวดลายเชิงสัญลักษณ์เงินที่มีความหมายเป็นมงคลและสามารถพบเห็นได้ภายในอาคารพิพิธภัณฑฯ หรือสิ่งของประดับตกแต่งประเภทเครื่องลายคราม

ภาพที่ 39 แสดงข้อกำหนดในการออกแบบ

ที่มา : อนุรักษ์ เล้าสุวรรณ



**แนวทางการออกแบบ**

ประเภทสินค้าที่ได้รับความนิยม



**อันดับ 1**

ของตกแต่งบ้าน

ไม่จำกัดราคา



**อันดับ 2**

เครื่องใช้สำนักงาน

ช่วงราคา  
301 - 500 บาท



**อันดับ 3**

ของใช้แฟชั่น

ราคาไม่เกิน  
300 บาท

**แนวทางการความคิด**

ศิลปะแบบจีนที่รายล้อมอยู่รอบๆ พิพิธภัณฑฯ

โทนสี : Blue & White







พิพิธภัณฑฯ โรงงานหลวงที่ ๑ (ผาง)

ภาพที่ 40 แสดงแนวทางการออกแบบ

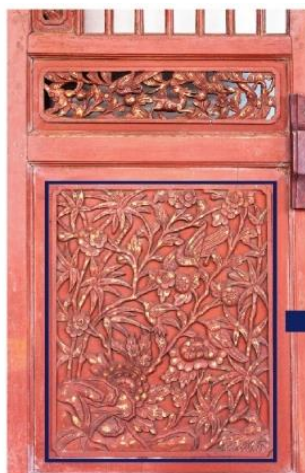
ที่มา : อนุรักษ์ เล้าสุวรรณ

#### 4.2.2 การออกแบบสินค้าของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑฯ

การออกแบบสินค้าของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑฯ ตามแนวทางที่ได้ศึกษาค้นคว้า และวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

##### 4.2.2.1 ออกแบบลวดลายตามแนวคิดและแรงบันดาลใจ สร้างลวดลายจากการลงสีน้ำ

ลวดลายของประตู  
ในพิพิธภัณฑฯ  
โรงงานหลวง  
อาหารสำเร็จรูป  
ที่ ๑ (ผาง) >

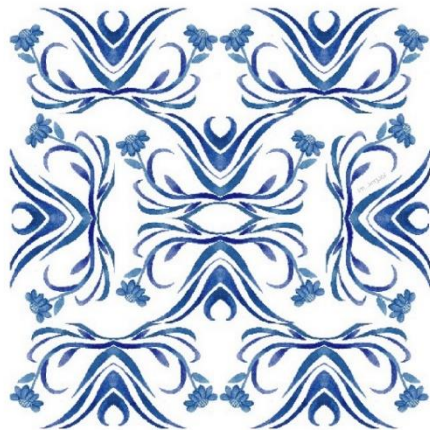




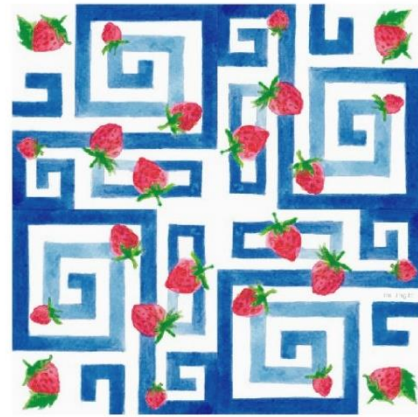
ที่โรงงานหลวงฯ ที่ ๑ (ฝาง)  
เป็นพื้นที่เพาะปลูกสตอร์วเบอร์รี่เพื่อนำมาจำหน่ายผลสด  
หรือแปรรูปเป็นสินค้าภายใต้แบรนด์คอตยาค่า >



สิ่งของเครื่องใช้ “ลวดลายของดอกไม้และ ลายอ่อนช้อยของหางไก่”  
ในโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑  
และพิพิธภัณฑ์ นิยมใช้เซรามิก สีขาว Blue & White >



ลวดลายแบบผสมผสาน แนวคิดแบบจีน  
และ เพิ่มผลสตอร์วเบอร์รี่เข้าไป  
เพื่อให้มีสีสันน่าสนใจ >

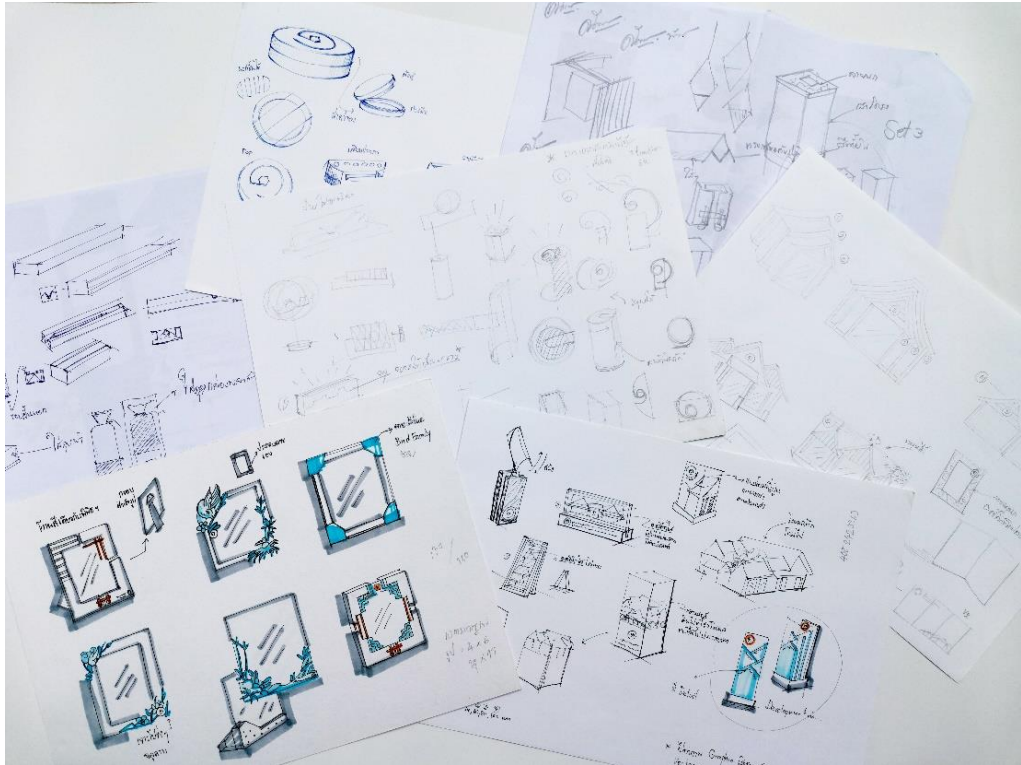


ลวดลายแบบผสมผสาน แนวคิดแบบจีน ใช้สีเส้นแบบ Blue&White  
และดอกไม้ประดับที่โรงงานหลวงฯ และพิพิธภัณฑ์ฯ >



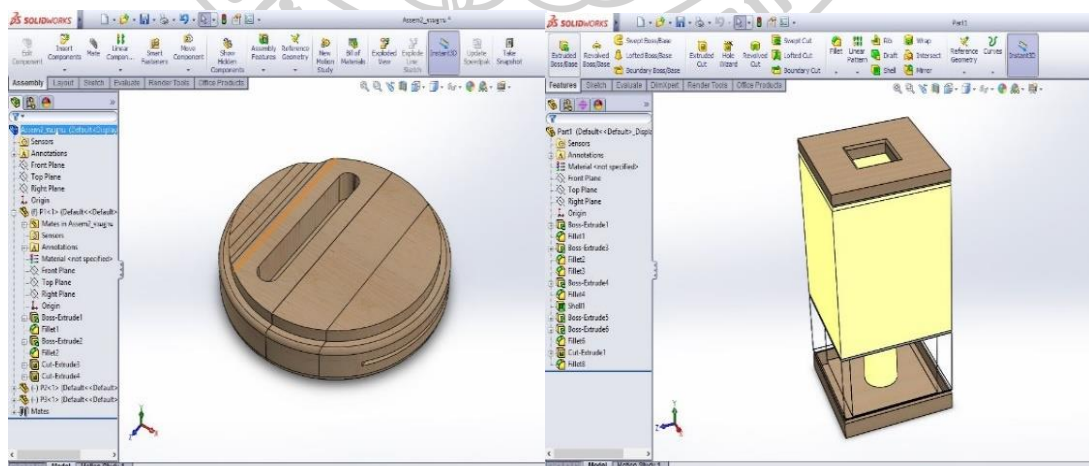
ภาพที่ 41 แสดงภาพการออกแบบลวดลาย  
ที่มา : อนุรักษ์ เล้าสุวรรณ

#### 4.2.2.2 การร่างภาพลงกระดาษ และการสร้างภาพจำลอง 3 มิติ



ภาพที่ 42 แสดงแบบร่างสินค้าของที่ระลึก

ที่มา : ภาพถ่ายโดย ณิชพร เล้าสุวรรณ

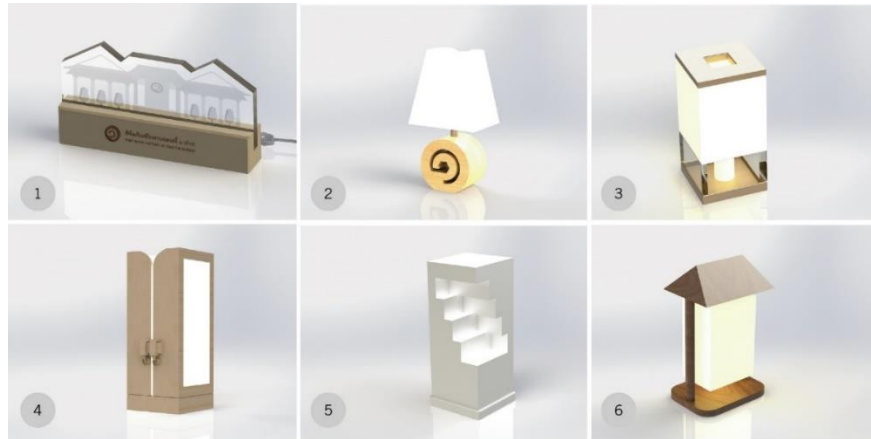


ภาพที่ 43 ภาพเขียนแบบด้วยโปรแกรม 3 มิติ

ที่มา : ณิชพร เล้าสุวรรณ

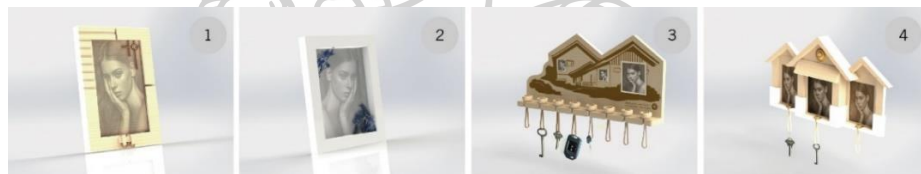
#### 4.2.2.3 ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบสินค้าของที่ระลึกไว้ทั้งหมด 3 ประเภท ดังนี้

##### 1) ของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ และกลุ่มกรอบรูป



ภาพที่ 44 แสดงภาพจำลองสามมิติ ของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ

ที่มา : ธีรัฐพร เล้าสุวรรณ



ภาพที่ 45 แสดงภาพจำลองสามมิติ ของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป

ที่มา : ธีรัฐพร เล้าสุวรรณ

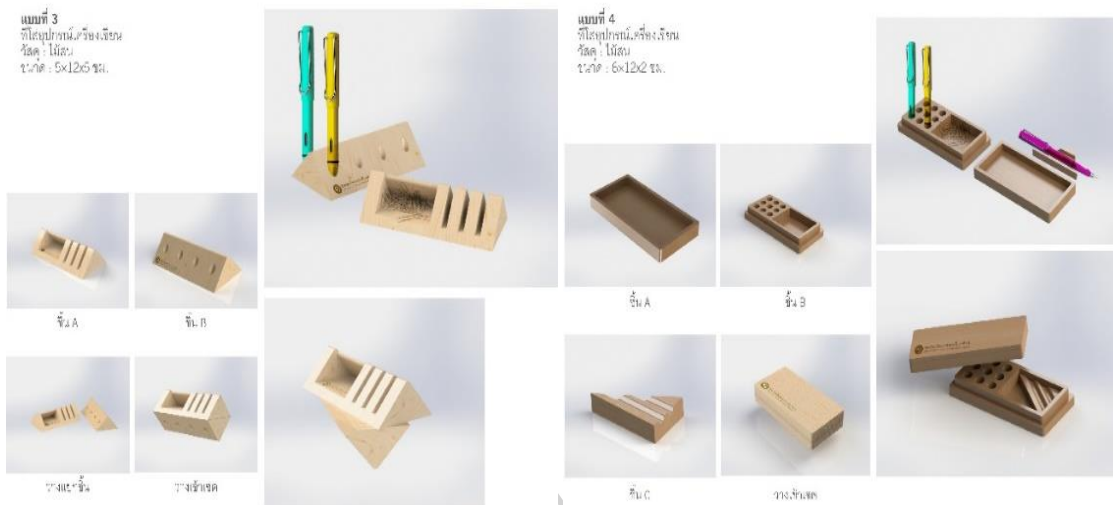
##### 2) เครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน



ภาพที่ 46 แสดงภาพจำลองสามมิติ เครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน

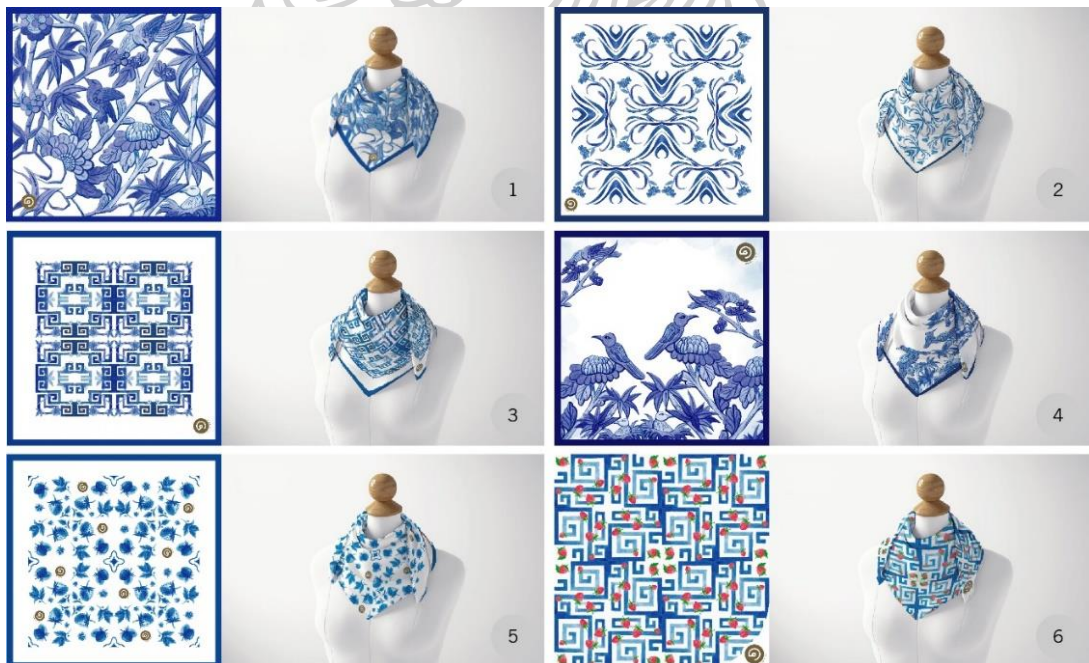
ที่มา : ธีรัฐพร เล้าสุวรรณ





ภาพที่ 47 แสดงภาพจำลองสามมิติ เครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน  
 ที่มา : ณิชฐพร เล้าสุวรรณ

3) สินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ ผูกผ้า กระเป๋าเครื่องเขียน หรือใส่ของชิ้นเล็ก



ภาพที่ 48 แสดงภาพจำลองสามมิติ กลุ่มผ้าพันคอ  
 ที่มา : ณิชฐพร เล้าสุวรรณ



ภาพที่ 49 แสดงภาพจำลองสามมิติ ถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก  
ที่มา : ณิชฐพร เล้าสุวรรณ

**ผลการสังเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มี  
ต่อสินค้าของที่ระลึกที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติม**

ผู้วิจัยออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 3 ประเภท ได้แก่ สินค้าประเภทของ  
ตกแต่งบ้าน (โคมไฟตั้งโต๊ะ 6 แบบ คัดเลือกนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 4 แบบ, กรอบรูป 4 แบบ  
คัดเลือกนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 แบบ) สินค้าประเภทเครื่องเขียนเครื่องใช้สำนักงาน (ที่จัดวาง  
เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน 4 แบบ คัดเลือกนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 แบบ) สินค้าประเภท ของใช้  
แฟชั่น (ผ้าพันคอ 6 แบบ คัดเลือกนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญทั้ง 6 แบบ, เซตกระเป๋า 6 แบบ คัดเลือก  
นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญทั้ง 6 แบบ) รวม 24 แบบ โดยขอคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อคัดเลือก  
สินค้าแต่ละชนิดเหลืออย่างละ 1 แบบ โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านทั้ง 5 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการ  
ออกแบบผลิตภัณฑ์ 3 ท่าน 1) รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา ภาควิชาครุศาสตร์  
สถาปัตยกรรมและการออกแบบคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระ  
จอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปาริชาติ รัตนพล อาจารย์ประจำ สาขาวิชา  
ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร  
3) คุณสุจรรยา คงฉวี ผู้จัดการแผนกออกแบบสื่อและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ฝ่ายบริหารงานออกแบบ  
บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ผู้เชี่ยวชาญด้านพิพิธภัณฑ 1 ท่าน คุณนพดล วงศ์สุน ผู้จัดการ  
แผนกงานข้อมูลและวิชาการ และรักษาการผู้จัดการแผนกพิพิธภัณฑ ฝ่ายชุมชนสัมพันธ์ บริษัท  
ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด และ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด 1 ท่าน คุณสุกัญญา ศรีสุทธิยากร



รองผู้จัดการใหญ่ บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด โดยผลจากแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญพบว่าให้มีการพัฒนาปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญในรายละเอียดแต่ละชิ้นงาน ดังนี้



**แบบที่ 1** เป็นโคมไฟอะคริลิกตั้งโต๊ะกิ่งของข้าวสวย เมื่อเปิดไฟจะสะท้อนภาพอาคารพิพิธภัณฑ์ขึ้นมา เน้นรูปแบบที่เรียบง่าย มีความทันสมัย ผลความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.30$ ) (S.D. = 1.05)

**แบบที่ 2** โคมไฟอะคริลิกตั้งโต๊ะที่ได้แรงบันดาลใจมาจากเอกลักษณ์การลงกลอนของบานประตูพิพิธภัณฑ์ฯ โดยออกแบบบนรูปทรงพื้นฐานทรงสี่เหลี่ยมซึ่งให้แสงสะท้อนออกด้านบนของโคมไฟ และแสงลอดผ่านกระจกใสด้านข้างทั้ง 2 ฝั่ง นำเสนอการตกแต่งลวดลาย แบบ A มีลวดลายด้านใน และแบบ B มีลวดลายด้านนอก กลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้เลือกแบบ B ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.93$ ) (S.D. = 1.00)

**แบบที่ 3** โคมไฟไม้ตั้งโต๊ะ มีแนวความคิดมาจากการพัฒนาโรงงานหลวงสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) อย่างเป็นทางการขั้นตอน โดยให้แสงไฟลอดผ่านชั้นบันไดแต่ละชั้น พร้อมตกแต่งด้วยลวดลายแบบจีน นำเสนอการตกแต่งลวดลาย แบบ A มีลวดลายด้านนอก และแบบ B มีลวดลายระหว่างช่องแสงไฟ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้เลือกแบบ B ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.13$ ) (S.D.=0.90)

**แบบที่ 4** โคมไฟอะคริลิกตั้งโต๊ะ รูปทรงโคมไฟสไตล์จีน ประดับตกแต่งลวดลายจีนมงคล ให้แสงสีนวลสร้างบรรยากาศอบอุ่น นำเสนอการตกแต่งลวดลาย แบบ A มีลวดลายด้านบน และแบบ B มีลวดลายด้านล่าง กลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้เลือกแบบ B ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.30$ ) S.D.= 0.63)

ตารางที่ 21 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 1)

การวิเคราะห์ข้อมูล ของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 1)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	4.00	1.00	มาก
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	3.40	0.89	ปานกลาง
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	2.60	1.14	ปานกลาง
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)	3.40	1.14	มาก
มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)	3.40	1.14	มาก
มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑ สถานหลวงที่ ๑ (ผาง)	3.00	1.00	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.30	1.05	ปานกลาง

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 1) มีความสวยงาม อยู่ในระดับมาก, มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับปานกลาง, มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) อยู่ในระดับมาก, มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) อยู่ในระดับมาก, มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) อยู่ในระดับปานกลาง และผลความพึงพอใจของโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 1) อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.30$ ) (S.D.= 1.05)

ตารางที่ 22 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 2)

การวิเคราะห์ข้อมูล ของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 2)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	4.00	1.22	มาก
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	3.80	0.83	มาก
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	3.80	0.83	มาก
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)	4.00	1	มาก

ตารางที่ 22 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 2) (ต่อ)

การวิเคราะห์ข้อมูล ของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 2)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)	4.20	0.83	มาก
มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑ สถานหลวงที่ ๑ (ผาง)	3.80	1.30	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.93	1.00	มาก

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 2) มีความสวยงาม อยู่ในระดับมาก, มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับมาก, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับมาก, มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) อยู่ในระดับมาก, มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) อยู่ในระดับมาก, มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับ ร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจของโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 2) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.93$ ) (S.D. = 1.00)

ตารางที่ 23 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 3)

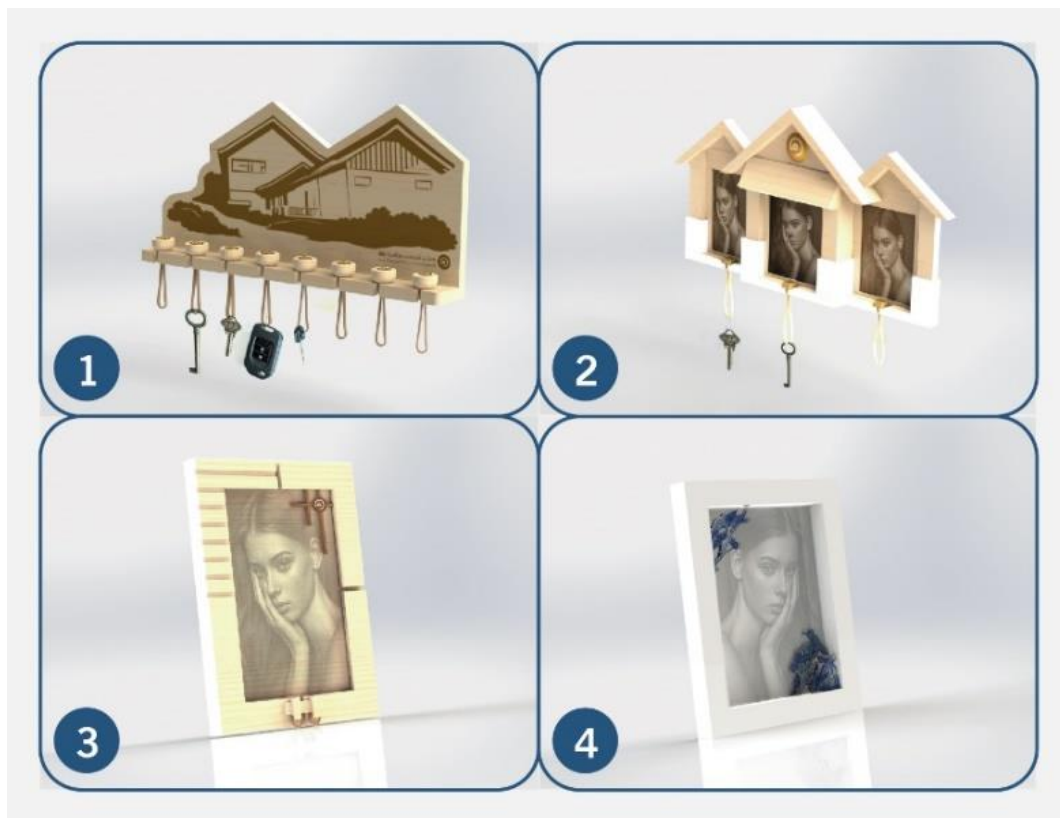
การวิเคราะห์ข้อมูล ของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 3)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	4.40	0.54	มาก
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	4.00	1.22	มาก
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	4.00	0.70	มาก
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)	4.00	1.00	มาก
มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)	4.00	0.83	มาก
มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑ สถานหลวงที่ ๑ (ผาง)	4.20	1.09	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.13	0.90	มาก

จากตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 3) มีความสวยงาม อยู่ในระดับมาก, มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับมาก, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับมาก, มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, ความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจของโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 3) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.13$ ) (S.D. = 0.90)

ตารางที่ 24 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 4)

การวิเคราะห์ข้อมูล ของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 4)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	4.80	0.44	มากที่สุด
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	4.20	0.44	มาก
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	4.40	0.54	มาก
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.20	0.83	มาก
มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.20	0.83	มาก
ความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑ สถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.00	0.70	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.30	0.63	มาก

จากตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 4) มีความสวยงาม อยู่ในระดับมากที่สุด, มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับมาก, มีสัญลักษณ์ ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับมาก, มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่าย ในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางใน ร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, ความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสม กับร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจของโคมไฟตั้งโต๊ะ (แบบที่ 4) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.30$ ) (S.D.=0.63)



**แบบที่ 1** กรอบรูปและที่แขวนพวงกุญแจ สำหรับใส่รูปภาพขนาดเล็กตามช่องหน้าต่างบนรูปภาพอาคารพิพิธภัณฑ์ที่เลเซอร์ลงบนลายไม้ ส่วนที่ใส่พวงกุญแจเป็นไม้กลึงกลมมีสายคล้องเชือกหนังสำหรับร้อยกับของที่ต้องการแขวน ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.56$ ) (S.D. = 1.27)

**แบบที่ 2** กรอบรูปและที่แขวนพวงกุญแจ สำหรับใส่รูปภาพขนาด 4x6 นิ้ว จำนวน 3 รูปภาพ 3 ช่องแขวนพวงกุญแจ ได้แรงบันดาลใจมาจากหน้าจั่วของอาคารพิพิธภัณฑ์ ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.23$ ) (S.D.=1.16)

**แบบที่ 3** กรอบรูปไม้ตั้งโต๊ะ สำหรับใส่รูปภาพ 5x7 นิ้ว ได้แนวคิดมาจากการตัดทอนลวดลายจากหน้าต่างหรือประตู และเอกลักษณ์การลงกลอนของบานประตูพิพิธภัณฑ์ฯ ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.23$ ) (S.D.=0.87)

**แบบที่ 4** กรอบรูปไม้สีขาวที่ถูกประดับตกแต่งมูรูรูปภาพด้วยลวดลายครอบครัววงกระเรียนบนอะคริลิกใสพิมพ์ลาย ใช้โทนสีขาวและน้ำเงินเป็นสีหลัก ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ ) (S.D. = 0.88)



ตารางที่ 25 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป (แบบที่ 1)

การวิเคราะห์ข้อมูล ของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป (แบบที่ 1)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	4.20	1.30	มาก
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	3.60	1.14	มาก
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	3.00	1.58	ปานกลาง
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	3.60	1.14	มาก
มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	3.60	1.14	มาก
มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑ สถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	3.40	1.34	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.56	1.27	มาก

จากตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป (แบบที่ 1) มีความสวยงาม อยู่ในระดับมาก, มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับมาก, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับปานกลาง, มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับปานกลาง และผลความพึงพอใจของกรอบรูป (แบบที่ 1) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ ) (S.D. = 1.27)

ตารางที่ 26 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป (แบบที่ 2)

การวิเคราะห์ข้อมูล ของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป (แบบที่ 2)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	3.60	0.89	มาก
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	3.40	1.14	ปานกลาง
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	2.80	1.48	ปานกลาง
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	3.20	1.30	ปานกลาง

ตารางที่ 26 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป (แบบที่ 2) (ต่อ)

การวิเคราะห์ข้อมูล ของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป (แบบที่ 2)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	3.40	1.14	ปานกลาง
มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑ สถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	3.00	1.00	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.23	1.16	ปานกลาง

จากตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป (แบบที่ 2) มีความสวยงาม อยู่ในระดับมาก, มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับปานกลาง, มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับปานกลาง, มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับปานกลาง, มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับปานกลาง และผลความพึงพอใจของกรอบรูป (แบบที่ 2) อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.23$ ) (S.D. = 1.16)

ตารางที่ 27 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป (แบบที่ 3)

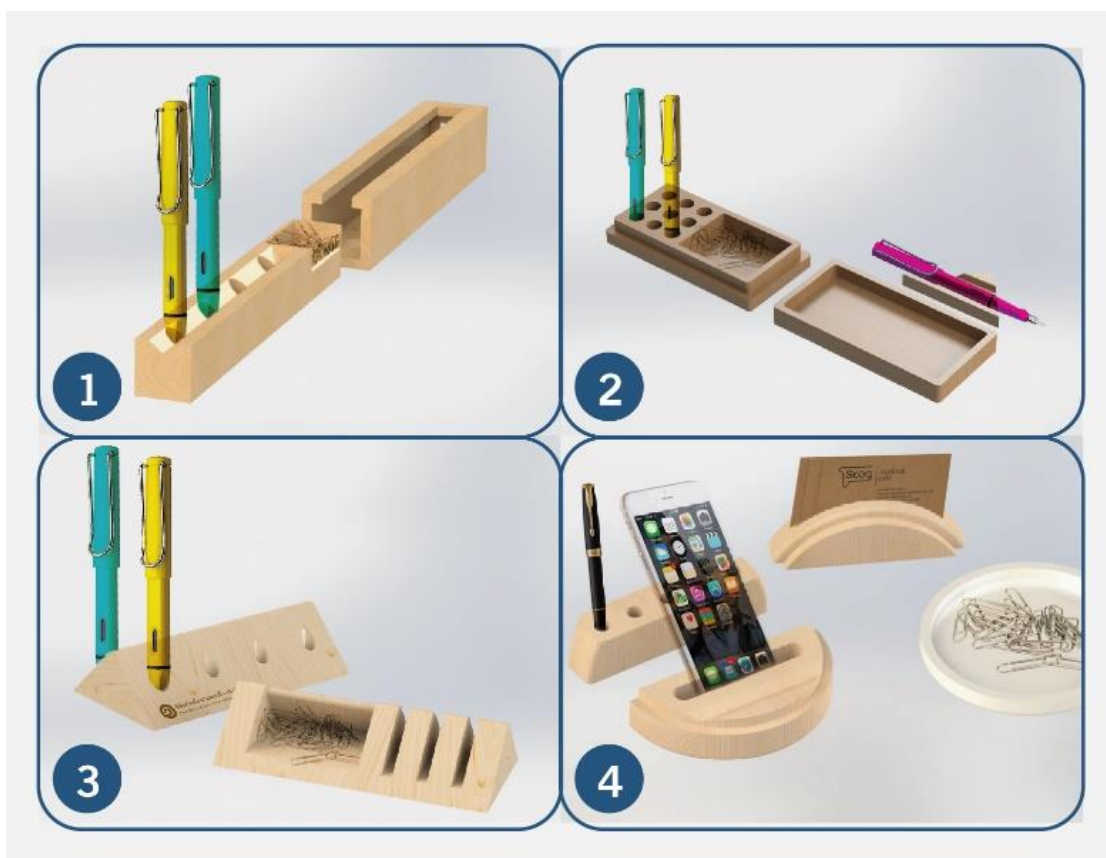
การวิเคราะห์ข้อมูล ของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป (แบบที่ 3)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	3.40	1.14	ปานกลาง
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	3.20	0.44	ปานกลาง
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	2.60	1.14	ปานกลาง
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	3.20	0.83	ปานกลาง
มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	3.80	0.83	มาก
มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑ สถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	3.20	0.83	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.23	0.87	ปานกลาง

จากตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป (แบบที่ 3) มีความสวยงาม อยู่ในระดับปานกลาง, มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับปานกลาง, มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่าย ในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับปานกลาง, มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับปานกลาง และผลความพึงพอใจของกรอบรูป (แบบที่ 3) อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.23$ ) (S.D. = 0.87)

ตารางที่ 28 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป (แบบที่ 4)

การวิเคราะห์ข้อมูล ของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป (แบบที่ 4)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	4.00	0.70	มาก
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	3.20	0.44	ปานกลาง
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	3.80	0.83	มาก
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	3.80	1.09	มาก
มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	3.80	1.09	มาก
มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑ สถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	3.60	1.14	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.70	0.88	มาก

จากตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป (แบบที่ 4) มีความสวยงาม อยู่ในระดับมาก, มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับมาก, มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจของกรอบรูป (แบบที่ 4) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ ) (S.D. = 0.88)



**แบบที่ 1** ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงานขนาดเล็ก มี 2 ชั้น สไลด์เข้า-ออก เพื่อสะดวกต่อการพกพาในการซื้อกลับ วัสดุทำจากไม้ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.53$ ) (S.D. = 0.93)

**แบบที่ 2** ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนสำหรับการจัดวางและใช้พื้นที่บนโต๊ะทำงานอย่างลงตัวลักษณะ 2 ชั้นประกบเข้าหากัน เพิ่มเติมชั้นพิเศษสำหรับวางแท่งปากกาต้านนอก ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ ) (S.D. = 1.03)

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

**แบบที่ 4** ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากการตัดทอนริ้วไบไฟ มีหลากหลายฟังก์ชันการใช้งาน เมื่อนำส่วนประกอบทั้ง 4 ส่วนมารวมกันจะมีหน้าตัดเป็นรูปวงกลม ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ ) (S.D. = 0.87)

ตารางที่ 29 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 1)

การวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 1)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	3.80	1.09	มาก
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	3.60	0.89	มาก
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	2.60	1.14	ปานกลาง
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	3.60	0.89	มาก
มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.00	0.70	มาก
มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑ สถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	3.60	0.89	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.53	0.93	มาก

จากตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 1) มีความสวยงาม อยู่ในระดับมาก, มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับมาก, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับปานกลาง, มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจของที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 1) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.53$ ) (S.D. = 0.93)



ตารางที่ 30 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 2)

การวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 2)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	4.00	1.00	มาก
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	4.20	0.83	มาก
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	2.80	1.48	ปานกลาง
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.20	0.83	มาก
มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.20	0.83	มาก
มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑ สถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.00	1.22	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.90	1.03	มาก

จากตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 2) มีความสวยงาม อยู่ในระดับมาก, มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับมาก, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับปานกลาง, มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจของที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 2) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ ) (S.D. = 1.03)

ตารางที่ 31 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 3)

การวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 3)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	4.20	0.83	มาก
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	4.00	1.00	มาก
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	2.60	1.14	ปานกลาง
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	3.80	0.83	มาก

ตารางที่ 31 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 3) (ต่อ)

การวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 3)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)	3.80	0.83	มาก
มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)	3.80	0.83	มาก
มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑ สถานหลวงที่ ๑ (ผาง)	3.60	1.14	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.66	0.96	มาก

จากตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 3) มีความสวยงาม อยู่ในระดับมาก, มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับมาก, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับปานกลาง, มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) อยู่ในระดับมาก, มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) อยู่ในระดับมาก, มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจของที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 3) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.66$ ) (S.D. = 0.96)

ตารางที่ 32 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 4)

การวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 4)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	4.60	0.54	มากที่สุด
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	4.20	0.83	มาก
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	2.80	1.30	ปานกลาง
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)	4.00	0.70	มาก
มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)	4.20	0.83	มาก

ตารางที่ 32 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 4) (ต่อ)

การวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 4)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑ ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.00	1.00	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.96	0.87	มาก

จากตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 4) มีความสวยงาม อยู่ในระดับมากที่สุด, มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับมาก, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับปานกลาง, มีรูปแบบเหมาะสมที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีขนาดเหมาะสมในการจัดวางในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจของที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน (แบบที่ 4) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ ) (S.D. = 0.87)



**แบบที่ 1** ผ้าพันคอลายดลลายมงคลแบบจีน ที่ประกอบด้วยต้นไผ่ ดอกโบตั๋น นกกระเรียน ซึ่งหลายเหล่านี้เป็นลวดลายที่ถอดแบบมาจากลายประตูไม้ของพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ความพึงพอใจด้านลวดลาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.30$ ) (S.D. = 0.69)

**แบบที่ 2** ผ้าพันคอลายดลลายประแจเงินที่มีการประดับตกแต่งอยู่ที่อาคารพิพิธภัณฑ์ฯ นำมาผสมผสานกับภาพผลสตรอว์เบอร์รี่ที่โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) ซึ่งเป็นแหล่งเพาะปลูกและรับซื้อผลสตรอว์เบอร์รี่สดมาแปรรูปเป็นสินค้าดอยคำ ความพึงพอใจด้านลวดลาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ ) (S.D. = 1.48)

**แบบที่ 3** นำภาพผลและใบของสตรอว์เบอร์รี มาสร้างลวดลายใหม่โดยใช้เทคนิคการลงสีน้ำ และประดับเข้ากับตราสัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ใช้สีน้ำเงินกับสีทองตัดกันอย่างลงตัวบนลวดลายผ้าพันคอ ความพึงพอใจด้านลวดลาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ ) (S.D.=1.17)

**แบบที่ 4** ผ้าพันคอลวดลายตัดทอนมาจาก “ทางไก่” ซึ่งเป็นลวดลายบนเครื่องลายครามที่ถูกประดับตกแต่งตามสถานที่ส่วนต่างๆ ของพิพิธภัณฑ์ฯและโรงงานหลวงฯ ความพึงพอใจด้านลวดลาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ ) (S.D. = 0.90)

**แบบที่ 5** ผ้าพันคอลวดลายของครอบครัวนกกระเรียนตัดทอนจาก ผ้าพันคอแบบที่ 1 โดยนกกระเรียนนั้นเป็นสัญลักษณ์ของความยั่งยืนมีวาสนายศถาบรรดาศักดิ์ ผสมเข้ากับดอกโบตั๋นซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความมั่นคง มีเกียรติและสง่างาม ความพึงพอใจด้านลวดลาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ ) (S.D. = 0.98)

**แบบที่ 6** ผ้าพันคอลวดลายประแจเงินผสมผสานกับลวดลายของใบไม้ ความพึงพอใจด้านลวดลาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ ) (S.D. = 0.84)

**ความพึงพอใจภาพรวมของประเภทสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ** อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05$ ) (S.D. = 0.65)

ตารางที่ 33 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 1)

การวิเคราะห์ข้อมูลลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 1)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	4.40	0.54	มาก
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	4.20	0.83	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.30	0.69	มาก

จากตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 1) มีความสวยงามอยู่ในระดับมาก, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจลวดลายผ้าพันคอ (แบบที่ 1) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.30$ ) (S.D.=0.69)

ตารางที่ 34 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 2)

การวิเคราะห์ข้อมูลลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 1)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	3.80	1.30	มาก
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	3.60	1.67	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.70	1.48	มาก

จากตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 2) มีความสวยงามอยู่ในระดับมาก, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจลวดลายผ้าพันคอ (แบบที่ 2) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.70$ ) (S.D.=1.48)

ตารางที่ 35 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่นกลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 3)

การวิเคราะห์ข้อมูลลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 3)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	4.20	0.83	มาก
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	3.60	1.51	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.90	1.17	มาก

จากตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 3) มีความสวยงามอยู่ในระดับมาก, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจลวดลายผ้าพันคอ (แบบที่ 3) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.90$ ) (S.D.=1.17)

ตารางที่ 36 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 4)

การวิเคราะห์ข้อมูลลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 4)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	4.00	0.70	มาก
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	3.80	1.09	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.90	0.90	มาก

จากตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 4) มีความสวยงามอยู่ในระดับมาก, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจลวดลายผ้าพันคอ (แบบที่ 4) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ ) (S.D. = 0.90)



ตารางที่ 37 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 5)

การวิเคราะห์ข้อมูลลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 5)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	4.20	0.83	มาก
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	3.60	1.14	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.90	0.98	มาก

จากตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 5) มีความสวยงามอยู่ในระดับมาก, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจลวดลายผ้าพันคอ (แบบที่ 5) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.90$ ) (S.D.=0.98)

ตารางที่ 38 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 6)

การวิเคราะห์ข้อมูลลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 6)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	3.40	1.14	ปานกลาง
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	4.60	0.54	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.00	0.84	มาก

จากตารางที่ 38 ผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ (แบบที่ 6) มีความสวยงามระดับปานกลาง, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับมากที่สุด และผลความพึงพอใจลวดลายผ้าพันคอ (แบบที่ 6) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ ) S.D. = 0.84)

ตารางที่ 39 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ

การวิเคราะห์ข้อมูลสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	3.60	0.54	มาก
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.20	0.83	มาก
มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.40	0.54	มาก
มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑ สถานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.00	0.70	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.05	0.65	มาก

จากตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า สินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับมาก, มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจของสินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05$ ) (S.D. = 0.65)



**แบบที่ 1** เซตกระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย ประกอบด้วยถุงผ้าขนาดมาตรฐาน และ กระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก ลวดลายมงคลแบบจีน ที่ประกอบด้วยต้นไม้ ดอกโบตั๋น นกกระเรียน ซึ่งหลายเหล่านี้เป็นลวดลายที่ถอดแบบมาจากลายประตูไม้ของพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ความพึงพอใจด้านลวดลาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ ) (S.D. = 1.22)

**แบบที่ 2** เซตกระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย ประกอบด้วยถุงผ้าขนาดมาตรฐาน และ กระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก ลวดลายประแจจีนที่มีการประดับตกแต่งอยู่ที่อาคารพิพิธภัณฑสถาน นำมาผสมผสานกับภาพผลสตรอว์เบอร์รี่ที่โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) เป็นแหล่งเพาะปลูกและรับซื้อผลสตรอว์เบอร์รี่สดมาแปรรูปเป็นสินค้าคอกาแฟ ความพึงพอใจด้านลวดลาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$ ) (S.D. = 1.40)

**แบบที่ 3** เซตกระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย ประกอบด้วยถุงผ้าขนาดมาตรฐาน และ กระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก โดยนำภาพผลและใบของสตรอว์เบอร์รี่ มาสร้างลวดลายใหม่โดยใช้เทคนิคการลงสีน้ำ และประดับเข้ากับตราสัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่

๑ (ผาง) ใช้สีน้ำเงินกับสีทองตัดกันอย่างลงตัว ความพึงพอใจด้านลวดลาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.80$ ) (S.D. = 1.17)

**แบบที่ 4** เขตกระเป๋าดิบพิมพ์ลาย ประกอบด้วยถุงผ้าขนาดมาตรฐาน และ กระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก ลวดลายตัดทอนมาจาก “หางไก่” ซึ่งเป็นลวดลายบน เครื่องลายครามที่ถูกประดับตกแต่งตามสถานที่ส่วนต่างๆ ของพิพิธภัณฑ์ฯและโรงงานหลวงฯความ พึงพอใจด้านลวดลาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ ) (S.D. = 0.83)

**แบบที่ 5** เขตกระเป๋าดิบพิมพ์ลาย ประกอบด้วยถุงผ้าขนาดมาตรฐาน และ กระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก ลวดลายของครอบครัวนกกระเรียนตัดทอนจาก เขต กระเป๋าแบบที่ 1 โดยนกกระเรียนนั้นเป็นสัญลักษณ์ของความยั่งยืนมีวาสนายศถาบรรดาศักดิ์ ผสม เขากับดอกโบตันซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความมั่นคง มีเกียรติและสง่างาม ความพึงพอใจด้านลวดลาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.20$ ) (S.D. = 0.69)

**แบบที่ 6** เขตกระเป๋าดิบพิมพ์ลาย ประกอบด้วยถุงผ้าขนาดมาตรฐาน และ กระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก ลวดลายประแจจีนผสมผสานกับลวดลายของใบไม้ ความพึงพอใจด้านลวดลาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ ) (S.D. = 0.89)

**ความพึงพอใจภาพรวมของประเภทสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้าและกระเป๋าใส่ เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก** อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.40$ ) (S.D. = 0.47)

ตารางที่ 40 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่ อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 1)

การวิเคราะห์ข้อมูลลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้าและ กระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก(แบบที่ 1)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	4.00	1.22	มาก
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	4.00	1.22	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.00	1.22	มาก

จากตารางที่ 40 ผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียน หรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 1) มีความสวยงาม อยู่ในระดับมาก, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่อง ลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจลวดลายถุงผ้า และกระเป๋าใส่ เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 1) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ ) (S.D. = 1.22)

ตารางที่ 41 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 2)

การวิเคราะห์ข้อมูลลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้าและ กระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 2)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	3.60	1.14	มาก
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	3.60	1.67	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.60	1.40	มาก

จากตารางที่ 41 ผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 2) มีความสวยงาม อยู่ในระดับมาก, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจลวดลายถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 2) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$ ) (S.D. = 1.40)

ตารางที่ 42 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 3)

การวิเคราะห์ข้อมูลลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้าและ กระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 3)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	4.20	0.83	มาก
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	3.40	1.51	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.80	1.17	มาก

จากตารางที่ 42 ผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 3) มีความสวยงาม อยู่ในระดับมาก, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับปานกลาง และผลความพึงพอใจลวดลายถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 3) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.80$ , S.D.=1.17)

ตารางที่ 43 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 4)

การวิเคราะห์ข้อมูลลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้าและ กระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 4)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	4.20	0.83	มาก
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	3.80	0.83	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.00	0.83	มาก

จากตารางที่ 43 ผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 4) มีความสวยงาม อยู่ในระดับมาก, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจลวดลายถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 4) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ ) (S.D. = 0.83)

ตารางที่ 44 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 5)

การวิเคราะห์ข้อมูลลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้าและกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 5)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	4.60	0.54	มากที่สุด
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	3.80	0.83	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.20	0.69	มาก

จากตารางที่ 44 ผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 5) มีความสวยงาม อยู่ในระดับมากที่สุด, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจลวดลายถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 5) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.20$ ) (S.D.=0.69)

ตารางที่ 45 แสดงผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 6)

การวิเคราะห์ข้อมูลลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้าและกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 6)	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ความสวยงาม	3.60	0.89	มาก
มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White”	4.40	0.89	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.00	0.89	มาก

จากตารางที่ 45 ผลการวิเคราะห์ลวดลายสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 6) มีความสวยงาม อยู่ในระดับมาก, มีสัญลักษณ์ความเป็น “เครื่องลายคราม Blue & White” อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจลวดลายถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก (แบบที่ 6) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ ) (S.D. = 0.89)



ตารางที่ 46 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก

การวิเคราะห์ข้อมูลสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	4.80	0.44	มากที่สุด
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)	4.20	0.44	มาก
มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้า พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)	4.40	0.54	มาก
มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)	4.20	0.44	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.40	0.47	มาก

จากตารางที่ 46 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า สินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด, มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) อยู่ในระดับมาก, มีขนาดเหมาะสม ในการจัดวางในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) อยู่ในระดับมาก, มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เหมาะสมกับร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจของสินค้าแฟชั่น กลุ่มถุงผ้า และกระเป๋าใส่เครื่องเขียนหรือใส่อุปกรณ์ขนาดเล็ก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.40$ ) (S.D. = 0.47)

หลังจากได้รับคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิในด้านการออกแบบ ด้านพิพิธภัณฑสถาน การตลาด จึงทำการปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ให้มีความเหมาะสมในการจัดจำหน่ายในพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) และสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบขึ้นเพื่อตรวจสอบการใช้งาน ความสวยงามของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท โดยมีสินค้า 5 รายการ ดังนี้

1. “Ben - Bennie” เซตกระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย
2. “Beranie” ผ้าพันคอ ขนาด 100x100 ซม.
3. “Bamblue” ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน
4. “Birds in Blue” โคมไฟตั้งโต๊ะ
5. “Bulbul” กรอบรูปสำหรับใส่รูปภาพ ขนาด 5x7 นิ้ว

1. “Ben - Bennie” เซตกระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย

**Ben - Bennie**

เซตกระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย พิเศษของพิพิธภัณฑ์ฯ มี 2 ขนาด คือ 1. ถุงผ้ารูปทรงเบสิค ลูกด้าที่มาเยี่ยมชม พิพิธภัณฑ์ฯ สามารถซื้อเพิ่มเป็นกระเป๋าอีกใบ เพื่อใส่ของซื้อฝากประเภทขนมหรือผลไม้อบแห้ง ซึ่งถือเป็นการเพิ่มยอดขายการซื้อของฝากประเภทอื่นๆ อีกด้วย 2. กระเป๋าใส่ซองอเนกประสงค์ใส่เครื่องเขียน หรือเครื่องสำอางค์ได้ตามความเหมาะสม

คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ลวดลาย แบบที่ 5 และ 6 ควรนำมาผสมผสาน 2 ลวดลายเข้าด้วยกัน เพื่อให้มีรู้สึกถึงความ เป็นเงินมากขึ้น



**Ben**  
กระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย  
ลวดลายสีน้ำเงินผสมลาย  
ฐานสีน้ำเงินลายดอก  
สีฟ้า สีเขียว และสีเหลือง  
ขนาด : 34x25 cm



**Bennie**  
กระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย  
1. ลวดลายสีน้ำเงินผสมลาย  
ลายดอกสีน้ำเงิน สีฟ้า สีเขียว  
และสีเหลือง  
วัสดุ : ผ้าดิบทอสีขาว  
ขนาด : 20x11.5 cm

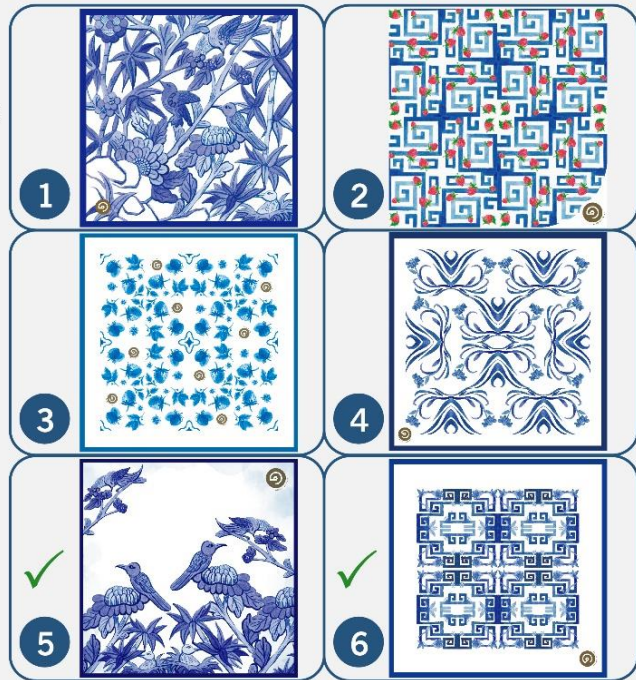


## 2. “Beranie” ผ้าพันคอ ขนาด 100x100 ซม.

### Beranie

ผ้าพันคอ Silk Satin Spandex  
คุณภาพดี พิมพ์ลวดลายพิเศษเฉพาะ  
พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)  
Mood & Tone : Blue & White

คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ  
ด้านการออกแบบ  
ลวดลาย แบบที่ 5 และ 6 ควรนำมา  
ผสมผสาน 2 ลวดลาย เข้าด้วยกัน  
เพื่อให้รู้สึกถึงความเป็นเงินมากขึ้น  
และไม่จำเป็นต้องสร้างลวดลายที่มี  
มุมมองเป็นแนวตั้งอย่างเดียว  
เรื่องเนื้อผ้าควรเลือกเนื้อผ้าพิมพ์ลาย  
คุณภาพดี หนานุ่ม เหมาะกับการ  
ซื้อฝาก หรือใช้งานเอง





### 3. “Bamblue” ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน

#### Bamblue

ที่จัดวางเครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน รูปทรงกะทัดรัด เน้นฟังก์ชันการใช้งานเป็นหลัก เช่น การเสียบปากกา การจัดวางลวดเสียบกระดาษ เป็นต้น

แบบที่ 4 คือแบบที่ผ่านความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญในระดับมากที่สุด มีคำแนะนำคือ

- ควรเพิ่มอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ฯ เข้าไปด้วย
- เรื่องของการวางโทรศัพท์มือถือควรจัดวางช่องให้เหมาะสม เพราะอาจทำให้โทรศัพท์มือถือวางแล้วหงายหลังได้



#### Bamblue

ที่จัดเก็บอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน ดีไซน์เพื่อรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย ได้รับแรงบันดาลใจจากรูปลักษณ์เร็วไม้

วัสดุ : ไม้เมเบิล, อะคริลิก

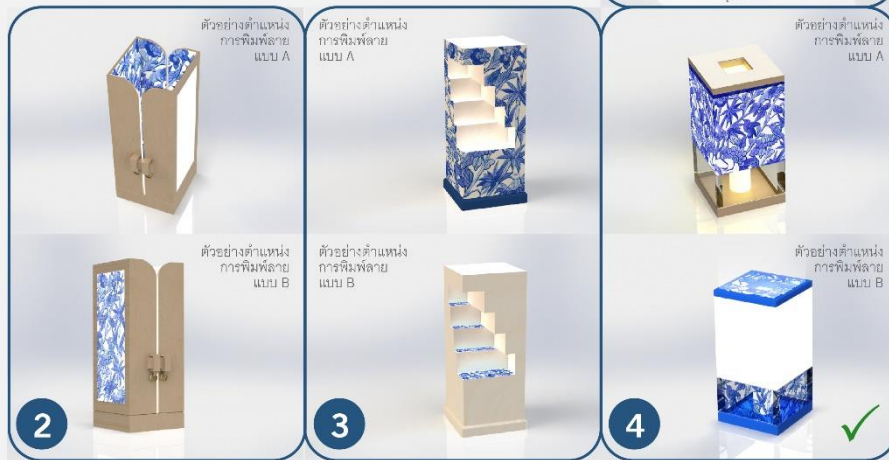
ขนาด : 15x15x4 cm



4. “Birds in Blue” โคมไฟตั้งโต๊ะ

**Birds in Blue**

โคมไฟตั้งโต๊ะ ใช้ระดับตกแต่งห้อง รูปทรงเรียบง่าย แต่แฝงไปด้วยลวดลายเฉพาะของพิพิธภัณฑ์ฯ สร้างบรรยากาศอบอุ่น ด้วยแสงไฟ Warm White LED แบบที่ 4 พิมพ์ลายแบบ B คือแบบที่ผ่านความเห็นชอบของผู้เชี่ยวชาญในระดับมากที่สุด แต่ขอให้มีมิติระวังเรื่องการกำหนดขนาดของโคมไฟ - ขนาดกับการขนย้ายจากการเดินทาง - ขนาดกับการใช้งานจริง





## 5. “Bulbul” กรอบรูปสำหรับใส่รูปภาพ ขนาด 5x7 นิ้ว

### Bulbul

กรอบรูปที่ระลึก  
ที่มีรูปแบบลวดลายเฉพาะ  
พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑  
(ฝาง) สำหรับใส่รูปภาพ  
ขนาด 5 x 7 นิ้ว  
เน้นความเรียบง่าย  
สบายตา



แบบที่ 4 คือแบบที่นำไปพัฒนาต่อ โดยการเพิ่มลวดลาย  
และปรับให้มีความบาง เพื่อให้เหมาะกับการซื้อกลับ



### Bulbul

กรอบรูปตั้งโต๊ะ สำหรับใส่รูปภาพ ขนาด 5x7 นิ้ว  
ลวดลายต้นไม้อะคริลิกที่ได้ต้นแบบจากลายประดับ  
บนประติมากรรมพิพิธภัณฑ์โรงงานที่ ๑ (ฝาง)  
วัสดุ : อะคริลิกสีขาว, อะคริลิกใส  
ขนาด : 18x23x5 cm

### 4.3 ขั้นตอนที่ 3 ผลการสังเคราะห์ การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจซึ่งมีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวพืชรักษ์ภัณฑโรรงานหลวงที่ ๑ (ผาง) และพนักงานบริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ตั้งแต่ วันที่ 8-14 เมษายน 2563 ระยะเวลาเก็บข้อมูล 1 สัปดาห์

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

สรุปผลความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกแต่ละชิ้น โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนจาก 1. มีความสวยงามและสื่อถึงพืชรักษ์ภัณฑโรรงานหลวงที่ ๑ (ผาง) 2. มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม 3. มีความสะดวกในการพกพา 4. มีความเหมาะสมในการซื้อใช้เอง หรือซื้อฝากผู้อื่น 5. มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพืชรักษ์ภัณฑโรรงานหลวงที่ ๑ (ผาง) ซึ่งเรียงลำดับผลความพึงพอใจ ดังนี้



ภาพที่ 50 เรียงลำดับผลความพึงพอใจสินค้าที่ผู้วิจัยทำการออกแบบ

ที่มา : อนุรักษ์ เล้าสุวรรณ

อันดับที่ 1 “Ben - Bennie” เซตกระเป๋าผ้าดิบบิมพ์ลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.72 อยู่ในระดับมาก

อันดับที่ 2 “Beranie” ผ้าพันคอ ขนาด 100x100 ซม. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.75 อยู่ในระดับมาก

อันดับที่ 3 “Bamblue” ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.93 อยู่ในระดับมาก

อันดับที่ 4 “Birds in Blue” โคมไฟตั้งโต๊ะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.94 อยู่ในระดับมาก

อันดับที่ 5 “Bulbul” กรอบรูปสำหรับใส่รูปภาพ ขนาด 5x7 นิ้ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.03 อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 47 แสดงผลความพึงพอใจ “Ben - Bennie” เซตกระเป๋าดิบบิมพ์ลาย

แสดงผลความพึงพอใจ “Ben - Bennie” เซตกระเป๋าดิบบิมพ์ลาย	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
มีความสวยงามและสื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.33	0.76	มาก
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	4.57	0.62	มากที่สุด
มีความสะดวกในการพกพา	4.54	0.65	มากที่สุด
มีความเหมาะสมในการซื้อใช้เอง หรือซื้อฝากผู้อื่น	4.46	0.80	มาก
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.51	0.75	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.48	0.72	มาก

จากตารางที่ 47 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลความพึงพอใจ “Ben - Bennie” เซตกระเป๋าดิบบิมพ์ลาย พบว่า มีความสวยงามและสื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด, มีความสะดวกในการพกพา อยู่ในระดับมากที่สุด, มีความเหมาะสมในการซื้อใช้เอง หรือซื้อฝากผู้อื่น อยู่ในระดับมาก, มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมากที่สุด และผลความพึงพอใจ “Ben - Bennie” เซตกระเป๋าดิบบิมพ์ลาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.48$ ) (S.D. = 0.72)

ตารางที่ 48 แสดงผลความพึงพอใจ “Beranie” ผ้าพันคอ ขนาด 100x100 ซม.

แสดงผลความพึงพอใจ “Beranie” ผ้าพันคอ ขนาด 100x100 ซม.	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
มีความสวยงามและสื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.30	0.84	มาก
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	4.12	0.71	มาก
มีความสะดวกในการพกพา	4.49	0.60	มาก

ตารางที่ 48 ผลความพึงพอใจ “Beranie” ผ้าพันคอ ขนาด 100x100 ซม. (ต่อ)

แสดงผลความพึงพอใจ “Beranie” ผ้าพันคอ ขนาด 100x100 ซม.	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีความเหมาะสมในการซื้อใช้เอง หรือซื้อฝากผู้อื่น	4.43	0.78	มาก
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.34	0.81	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.34	0.75	มาก

จากตารางที่ 48 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลความพึงพอใจ “Beranie” ผ้าพันคอ ขนาด 100x100 ซม.พบว่า มีความสวยงามและสื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับมาก, มีความสะดวกในการพกพา อยู่ในระดับมาก, มีความเหมาะสมในการซื้อใช้เอง หรือซื้อฝากผู้อื่น อยู่ในระดับมาก, มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจ “Beranie” ผ้าพันคอ ขนาด 100x100 ซม. อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.34$ ) (S.D. = 0.75)

ตารางที่ 49 แสดงผลความพึงพอใจ “Bamblue” ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน

แสดงผลความพึงพอใจ “Bamblue” ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีความสวยงามและสื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.04	0.86	มาก
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	4.11	0.89	มาก
มีความสะดวกในการพกพา	3.76	1.05	มาก
มีความเหมาะสมในการซื้อใช้เอง หรือซื้อฝากผู้อื่น	4.13	0.96	มาก
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์ ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.23	0.91	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.06	0.93	มาก

จากตารางที่ 49 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลความพึงพอใจ “Bamblue” ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน พบว่า มีความสวยงามและสื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับมาก, มีความสะดวกในการพกพา อยู่ในระดับมาก, มีความเหมาะสมในการซื้อใช้เอง หรือซื้อฝากผู้อื่น อยู่ในระดับมาก, มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจ “Bamblue” ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.06$ ) (S.D. = 0.93)

ตารางที่ 50 แสดงผลความพึงพอใจ “Birds in Blue” โคมไฟตั้งโต๊ะ

แสดงผลความพึงพอใจ “Birds in Blue” โคมไฟตั้งโต๊ะ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีความสวยงามและสื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.30	0.85	มาก
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	4.20	0.84	มาก
มีความสะดวกในการพกพา	3.38	1.14	ปานกลาง
มีความเหมาะสมในการซื้อใช้เอง หรือซื้อฝากผู้อื่น	4.05	0.98	มาก
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	4.21	0.88	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.03	0.94	มาก

จากตารางที่ 50 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลความพึงพอใจ “Birds in Blue” โคมไฟตั้งโต๊ะ พบว่ามีความสวยงามและสื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับมาก, มีความสะดวกในการพกพา อยู่ในระดับปานกลาง, มีความเหมาะสมในการซื้อใช้เอง หรือซื้อฝากผู้อื่น อยู่ในระดับมาก, มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจ “Birds in Blue” โคมไฟตั้งโต๊ะ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.03$ ) (S.D. = 0.94)

ตารางที่ 51 แสดงผลความพึงพอใจ “Bulbul” กรอบรูปสำหรับใส่รูปภาพขนาด 5x7 นิ้ว

แสดงผลความพึงพอใจ “Bulbul” กรอบรูปสำหรับใส่รูปภาพขนาด 5x7 นิ้ว	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
มีความสวยงามและสื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	3.82	1.02	มาก
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	3.68	1.03	มาก
มีความสะดวกในการพกพา	3.34	1.16	ปานกลาง
มีความเหมาะสมในการซื้อใช้เอง หรือซื้อฝากผู้อื่น	3.75	1.00	มาก
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	3.90	0.94	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.70	1.03	มาก

จากตารางที่ 51 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลความพึงพอใจ “Bulbul” กรอบรูปสำหรับใส่รูปภาพขนาด 5x7 นิ้ว พบว่า มีความสวยงามและสื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก, มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม อยู่ในระดับมาก, มีความสะดวกในการพกพา อยู่ในระดับปานกลาง มีความเหมาะสมในการซื้อใช้เอง หรือซื้อฝากผู้อื่น อยู่ในระดับมาก, มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัด



จำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) อยู่ในระดับมาก และผลความพึงพอใจ “Bulbul” กรอบรูปสำหรับใส่รูปภาพขนาด 5x7 นิ้ว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.70) (S.D.=1.03)



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

แนวทางศึกษาและออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) และสำรวจความต้องการผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์ฯ และทำการประเมินความพึงพอใจที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. การอภิปรายผลในการทำงานวิจัย
3. ข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) และความต้องการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่จัดจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์ฯ ซึ่งทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในหน่วยงานนั้น และนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ทำให้ผู้วิจัยได้รับทราบถึงข้อมูลความต้องการต่างๆ เพื่อนำข้อมูลมาเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ซึ่งถือเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงการศึกษาด้านอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป และเป็นสถานที่รวบรวมและจัดแสดงแนวพระราชดำริในการพัฒนาที่ยั่งยืน ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ผลจากการศึกษาด้านสถานภาพ พบว่าแนวทางศึกษาและออกแบบของที่ระลึกที่จัดจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์ฯ มีความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 70 ช่วงอายุ 21 - 30 ปี ร้อยละ 60 สถานภาพโสด ร้อยละ 83 ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และลูกจ้าง ร้อยละ 30 ช่วงเงินเดือน 15,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 43 เดินทางมาพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ด้วยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 73 ในการศึกษาข้อมูลเพื่อการออกแบบและพัฒนาของที่ระลึกที่จัดจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์ฯ ของกลุ่มเป้าหมายพบว่า มีการตัดสินใจในการเลือกซื้อของที่ระลึกจากที่มีขายเฉพาะที่พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) คิดเป็นร้อยละ 70 มีสัญลักษณ์ความเป็นโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) คิดเป็นร้อยละ 53 นิยมซื้อของนำไปใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 73 ให้ความสนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน ร้อยละ 40 เครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน ร้อยละ 27 และของใช้แฟชั่น ร้อยละ 23 ตามลำดับ

ผลจากการสัมภาษณ์จากผู้ปฏิบัติหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ ตำแหน่งผู้จัดการร้านค้าพิพิธภัณฑ์ พบว่ามีความต้องการเพิ่มทางเลือกสินค้าใหม่ๆ ที่ต่างออกไปจากเดิม มีเรื่องราวเป็นซีรี่ส์ เป็นแบบเฉพาะหรือมีลวดลายเฉพาะสำหรับชายที่พิพิธภัณฑ์ฯ แห่งนี้ ซึ่งกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา และวัยทำงานที่มาศึกษาดูงานกับหน่วยงาน ข้อมูลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในร้านค้าพิพิธภัณฑ์เดิมนั้น เป็นสินค้าประเภทแฟชั่น เช่น หมวก สายรัดข้อมือริชแบรนด์ กระเป๋า และสินค้าชิ้นเล็ก เช่น พวงกุญแจ เข็มกลัด สติกเกอร์ เป็นต้น จากการสังเกตดูภายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์ พบว่าสินค้าเดิมมีความคล้ายคลึงกับสินค้าที่ขายอยู่ที่พิพิธภัณฑ์อื่นๆ แต่ยังคงเอกลักษณ์ร่วมกันของสินค้าแต่ละประเภท

ผลสรุปแนวทางที่นำมาใช้เป็นข้อกำหนดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากข้อมูลแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ลงศึกษาจากพื้นที่จริง สิ่งทีกลุ่มเป้าหมาย และทางพิพิธภัณฑ์ ต้องการ คือ เป็นสินค้าที่มีประโยชน์ใช้สอย เป็นแบบเฉพาะหรือมีลวดลายพิเศษสำหรับการจัดจำหน่ายที่พิพิธภัณฑ์ฯ เท่านั้น เพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ ควรถ่ายทอดเอกลักษณ์เฉพาะผ่านสินค้าของที่ระลึกที่จัดจำหน่าย และสร้างภาพจำให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ระลึกนึกถึงพิพิธภัณฑ์ โดยสินค้าแต่ละประเภทยังควรมีรูปแบบเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเพิ่มทางเลือกสินค้าใหม่ๆ ที่ต่างออกไปจากเดิม เพื่อตอบสนองความหลากหลายทางการใช้งาน

เมื่อได้ข้อกำหนดในการออกแบบแล้วจึงนำแบบเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการออกแบบ ด้านการตลาด ด้านพิพิธภัณฑ์ และขอคำแนะนำในการพัฒนาแบบสินค้าที่ระลึกเพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการจัดจำหน่ายต่อไป ซึ่งเลือกนำเสนอ สินค้าของที่ระลึกทั้งหมด 3 ประเภท ดังนี้

1. ของแต่งบ้าน กลุ่มโคมไฟตั้งโต๊ะ 4 แบบ และกลุ่มกรอบรูป 4 แบบ
2. เครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียน 4 แบบ
3. สินค้าแฟชั่น กลุ่มผ้าพันคอ 6 แบบ และกลุ่มถุงผ้า กระเป๋าใส่เครื่องเขียน หรือใส่

ของขนาดเล็ก 6 แบบ

โดยขอคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อคัดเลือกสินค้าแต่ละชนิดเหลืออย่างละ 1 แบบ เพื่อทำการผลิตจริง มีแนวคิดในการออกแบบ (Concept) สินค้าที่ระลึกทั้ง 3 ประเภท ให้เป็นสินค้าพิเศษเฉพาะ เน้นความเรียบง่าย และมีกลิ่นอายความเป็นจีน ใช้โทนสีขาวและสีน้ำเงินสไตล์เครื่องลายคราม ออกมาเป็นสินค้าพิเศษหนึ่งซีรี่ส์

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์ฯ แล้วจึงทำการออกแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของพิพิธภัณฑ์ขึ้นมาใหม่ ซึ่งได้แรงบันดาลใจจากลวดลายเชิงสัญลักษณ์จีนที่มีความหมายเป็นมงคลสามารถพบเห็นลวดลายนี้ได้ภายในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) เช่น ลายประแจเงิน หรือลายตะขอเกี่ยวทรัพย์ ลายต้นไผ่ที่ให้ความหมายเรื่องอายุยืนยาว หรือลายนกกกระเรียนซึ่งมีความหมายว่าความยั่งยืนมีวาสนายศถาบรรดาศักดิ์ การนำลวดลายจากเครื่องลายคราม หรือลวดลาย

ของประตูแบบจีน ที่ใช้ประดับตกแต่งสถานที่ พิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) และโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) มาทำการออกแบบลวดลายโดยใช้ เทคนิคการลงสีน้ำ เลือกลงสีน้ำเงิน ตาม CI (Corporate identity) ของพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ซึ่งได้ให้ความหมายว่าสีน้ำเงิน สื่อถึงพิพิธภัณฑสถานฯ จึงเลือกสร้างลวดลายออกมาเป็นชุดๆ และให้เข้ากันกับสินค้าที่ระลึกแต่ละประเภท

ก่อนการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้นำคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิในด้านการออกแบบ ด้านพิพิธภัณฑสถานฯ ด้านการตลาด มาปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบขึ้นเพื่อตรวจสอบการใช้งาน เพื่อดูความสวยงามของผลิตภัณฑ์ ในแต่ละประเภท จากนั้นจึงเก็บข้อมูลความพึงพอใจต่อผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายที่พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง) โดยใช้แบบสอบถามแบบปรนัย ประกอบภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้พัฒนาตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเป็นช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโรค Covid-19 และต้องรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) เพื่อป้องกันโรค ผู้วิจัยจึงเลือกสอบถามผ่านทางแบบสอบถามออนไลน์เว็บไซต์ Google Form โดยใช้ระยะเวลา 2 สัปดาห์ มีผู้เข้ามาตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 110 คน มีผลความพึงพอใจจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ เรียงลำดับได้ดังนี้

1. “Ben - Bennie” เซตกระเป๋าผ้าดิบพิมพ์ลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.72 อยู่ในระดับมาก
2. “Beranie” ผ้าพันคอ ขนาด 100x100 ซม. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.75 อยู่ในระดับมาก
3. “Bamblue” ที่จัดวางอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.93 อยู่ในระดับมาก
4. “Birds in Blue” โคมไฟตั้งโต๊ะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.94 อยู่ในระดับมาก
5. “Bulbul” กรอบรูปสำหรับใส่รูปภาพ ขนาด 5x7 นิ้ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.03 อยู่ในระดับมาก

จากการตั้งสมมติฐานการวิจัยผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑสถานโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ที่ผู้วิจัยทำการออกแบบได้ผลในภาพรวมโดยกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

นอกจากนี้ความมุ่งหมายของผู้วิจัยคาดหวังให้การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกนี้จะเป็นแนวคิด ในการถ่ายทอดเอกลักษณ์หรือนำสิ่งที่เป็นรูปธรรมภายนอก มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบลวดลาย ลงสู่สินค้าที่ระลึกเพื่อเป็นจุดเด่น ให้กับสินค้านั้นๆ จนเกิดเป็นสินค้าที่ระลึกที่มีเสน่ห์ น่าสนใจ ต่างจากสินค้าที่ระลึกในรูปแบบเดิม อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าในตัวสินค้าแต่ละประเภทอีกด้วย ทั้งยังถือเป็นทางเลือกใหม่ให้กับกลุ่มลูกค้าได้มีโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าอีกด้วย

## 5.2 การอภิปรายผลในการทำงานวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกของผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับประโยชน์ใช้สอยของการใช้งานสินค้าที่ระลึก โดยมีความเป็นสินค้าที่มีความร่วมสมัย นำมาใช้งานได้ ในปัจจุบัน และมีลวดลายสีสันเฉพาะของสินค้าก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ดรุชา รัตนดำรงอักษร ในหัวข้อเรื่อง การพัฒนาประสิทธิภาพบริการของร้านค้าปลีกงานหัตถกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ และผลการวิจัยของ จิราภรณ์ ชาวศรี (2556: 82) ในหัวข้อเรื่องการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยว จังหวัดพัทลุง โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับประโยชน์ใช้สอยของสินค้าที่ระลึกมากที่สุด อีกทั้งยังนิยมซื้อสินค้าที่ระลึกเพื่อนำไปใช้เองในชีวิตประจำวันซึ่งตรงกับ อภิญญา ศักดาศิริรัตน์ ดรุชา รัตนดำรงอักษร และ พารินทร์ ธรรมหมื่นยอง (2559: 279) การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกจากธุรกิจค้าปลีกของนักท่องเที่ยวในย่านท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่

ในด้านการออกแบบสินค้าที่ระลึกกลุ่มลูกค้ำให้ความสำคัญกับความงามควบคู่กับสอดคล้องกับ สอดแทรกเนื้อหาแนวคิดและแรงบันดาลใจลงในผลิตภัณฑ์ที่ระลึก และมีการใช้งานที่ทันสมัยสามารถใช้ได้จริงมากกว่าการตั้งโชว์เพียงอย่างเดียว สอดคล้องกับ ปณิตดา มนุรรัชฎา (2555: 102) เรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีวิเศษสยาม

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ในครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ดังนี้

1. เพื่อใช้เป็นแนวทางและวิธีคิด เพื่อนำไปสร้างสรรค์ต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่น
2. ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายควรศึกษาประวัติความเป็นมาของสถานที่นั้นๆ ก่อนเพื่อเกิดความรู้ความเข้าใจในการออกแบบอย่างเหมาะสม สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจน และให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้ำและเป็นไปตามบริบทของสถานที่จัดจำหน่าย
3. การเลือกใช้วัสดุในการทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ควรคำนึงถึง ขนาด การถอดประกอบ น้ำหนักในการเคลื่อนย้ายสินค้า ความแข็งแรงในการใช้งานเป็นหลัก และควรเลือกใช้วัสดุธรรมชาติหรือที่มีการผลิตจากแหล่งชุมชนใกล้เคียง เช่น การเลือกนำผ้าฝ้ายทอมือมาเป็นวัสดุหลักในการผลิตผ้าพันคอ และประยุกต์การพิมพ์ลวดลายเข้าไปด้วยเทคนิคที่ทันสมัย เพื่อให้ได้สินค้าที่ระลึกที่มีความงามแบบผสมผสานทั้งจากวัสดุ และลวดลายที่ออกแบบขึ้นมาใหม่
4. การออกแบบลวดลายสินค้าของที่ระลึก การเลือกใช้โทนสี การกำหนดขนาดของลวดลาย มีผลต่อความสวยงาม ดังนั้นขั้นตอนการออกแบบก่อนผลิตสินค้าจริงควรสร้างหุ่นจำลอง (Model) ขนาดเท่าจริง เพื่อดูความสวยงามและปรับปรุงแบบ แทนการทำหุ่นจำลองย่อส่วน



5. ในการสั่งผลิตสินค้าจริง ควรทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบขึ้นมาก่อนเพื่อดูความสวยงาม ตรวจสอบการใช้งาน หรือตรวจสอบปัญหาระหว่างการผลิต ปัญหาระหว่างการขนส่ง เพื่อเป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกก่อนการสั่งผลิตตามจำนวนจริง

6. ควรศึกษาปัจจัยต่างๆ อย่างรอบด้าน เช่น การเลือกวัสดุและกรรมวิธีการผลิต การเลือกซัพพลายเออร์ที่ผลิต การขนส่ง และคำนวณปริมาณความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำมาประเมินราคาต้นทุน การผลิตในเชิงพาณิชย์หากยอดสินค้ามีจำนวนมาก ยิ่งทำให้ราคาในการผลิตต่อชิ้น ต่อครั้งมีราคาที่ถูกลง

7. งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรม การซื้อของฝากของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปศึกษาดูงานที่พิพิธภัณฑ์ ซึ่งควรมีการศึกษาเฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับการรับรู้และความเข้าใจในบริบทพิพิธภัณฑ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยว



## รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 - 2560. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.
- จิตรา กอนันทเกียรติ. (2540). ความรู้เรื่องเงินจากผู้เฒ่า. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.
- จิราภรณ์ ขาวศรี. (2556). พฤติกรรมการซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยว จังหวัดพัทลุง. วารสารการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 9(2), 66-84.
- บริษัท ดอยคำ จำกัด. (2562). พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ฝาง). เข้าถึงเมื่อ 3 มิถุนายน 2562, เข้าถึงจาก <https://www.doikham.co.th>
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2526). การออกแบบ. กรุงเทพฯ: วัฒนาสาร.
- อภิญา ตักดาศิริรัตน์ ดร. รัตนา อักษร และพารินทร์ ธรรมหมื่นยอง. (2559). การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกจากธุรกิจค้าปลีกของนักท่องเที่ยว ในย่านท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยพายัพอีสเทอร์น, 10(2), 272-281.
- ชุต นิมเสมอ. (2531). องค์ประกอบศิลปะ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- นวนน้อย บุญวงษ์. (2542). หลักการออกแบบ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยานันต์ ประสารราชกิจ. (2543). ทฤษฎีสีและการออกแบบตกแต่งภายใน. กรุงเทพฯ: บริษัท พรักหวาน กราฟฟิก จำกัด.
- ธวัชไชย ปานดำรงค์. (2553). การศึกษาลวดลายศิลปกรรมจีน. วารสารอารยธรรมศึกษาโขง-สาละวิน, 1(2), 15-28.
- ปนัดดา มนุรัชฎา. (2555). การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานการเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ดร. รัตนา อักษร. (2558). การพัฒนาประสิทธิภาพบริการของร้านค้าปลีกงานหัตถกรรมในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่, 16(1), 83-98.
- วิบูลย์ ลีสุวรรณ. (2532). ศิลปะหัตถกรรมไทย. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2541). การหาค่าเฉลี่ย เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยกับเกณฑ์ค่าประเมินค่าเฉลี่ย. กรุงเทพฯ: สุริยสาส์น.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สุริยสาส์น.
- ประเสริฐ ศิลรัตน์. (2531). ของที่ระลึก. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วรรณิ สหสมโชค. (2549). ออกแบบเฟอร์นิเจอร์. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น).



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก  
เอกสารทางราชการ

ที่ ศธ 6806/ ๔๓๐



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
22 ถนนบรมราชชนนี ดลิ่งชั้น  
กรุงเทพฯ 10170

กุมภาพันธ์ 2561

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูล ศึกษาดูงานและถ่ายภาพ

เรียน ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

ด้วย นางสาวณัฐพร เล่าสุวรรณ นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)” มีความประสงค์จะขอข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการตอบแบบสอบถาม สัมภาษณ์ ระหว่างวันที่ 22-23 กุมภาพันธ์ 2561 และขอเข้าศึกษาดูงานโดยการลงพื้นที่ และถ่ายภาพ ณ พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประกอบทำวิทยานิพนธ์และนำไปสู่งานการออกแบบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ขอข้อมูลทั่วไปของพิพิธภัณฑ์ จำนวนผู้เข้าชม
2. ขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เข้าชมโดยการตอบแบบสอบถาม
3. ขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์โดยการตอบแบบสัมภาษณ์
4. ขอเข้าศึกษาดูงานโดยการลงพื้นที่และถ่ายภาพบริเวณโดยรอบพิพิธภัณฑ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นางสาวณัฐพร เล่าสุวรรณ หมายเลขโทรศัพท์ 083-441-4532 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัตวงวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ดลิ่งชั้น

โทรศัพท์ 0-2849-7502

โทรสาร 0-2849-7503

ปณิธานบัณฑิตวิทยาลัย “มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา”





ที่ อว 8606/ ๖๖๑

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
22 ถนนบรมราชชนนี ตลิ่งชัน  
กรุงเทพฯ 10170

๑ ธันวาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา

อาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ด้วย นางสาวณัฐพร เล้าสุวรรณ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการออกแบบ  
ผลิตภัณฑ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้สร้างเครื่องมือวิจัยประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง  
“การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์โรงงาน  
หลวงที่ ๑ (ฝาง)” มีความประสงค์จะเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้  
ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ  
อนุเคราะห์แก่นักศึกษา เพื่อนักศึกษาจะได้นำข้อเสนอแนะที่ได้ไปปรับปรุงคุณภาพเครื่องมือการวิจัยให้มีความ  
เหมาะสมต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

*ช.ธิดา นิสิต*

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นิสิตคัย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ตลิ่งชัน

โทรศัพท์ 0-2849-7502

โทรสาร 0-2849-7503

ปณิธานบัณฑิตวิทยาลัย “มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา”



ที่ อว 8606/ 3๒๕๐

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
22 ถนนบรมราชชนนี ตลิ่งชัน  
กรุงเทพฯ 10170

๙ ธันวาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณสุกัญญา ศรีสุทธียากร

รองผู้จัดการใหญ่ (ด้านบริหาร) บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด

ด้วย นางสาวณัฐพร เล้าสุวรรณ นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้สร้างเครื่องมือวิจัยประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)” มีความประสงค์จะเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษา เพื่อนักศึกษาจะได้นำข้อเสนอแนะที่ได้ไปปรับปรุงคุณภาพเครื่องมือการวิจัยให้มีความเหมาะสมต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

*ศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นิรดีศัย*

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นิรดีศัย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ตลิ่งชัน

โทรศัพท์ 0-2849-7502

โทรสาร 0-2849-7503



ที่ อว 8606/ 3192

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
22 ถนนบรมราชชนนี ตลิ่งชัน  
กรุงเทพฯ 10170

๙ ธันวาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณสุจรรยา คงฉวี ผู้จัดการแผนกออกแบบสื่อและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ฝ่ายบริหารงานออกแบบ  
บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด

ด้วย นางสาวณัฐพร เล้าสุวรรณ นักศึกษาระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ  
ผลิตภัณฑ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้สร้างเครื่องมือวิจัยประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง  
“การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์โรงงาน  
หลวงที่ ๑ (ฝาง)” มีความประสงค์จะเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้  
ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ  
อนุเคราะห์แก่นักศึกษา เพื่อนักศึกษาจะได้นำข้อเสนอแนะที่ได้ไปปรับปรุงคุณภาพเครื่องมือการวิจัยให้มีความ  
เหมาะสมต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นิรัตติศัย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ตลิ่งชัน

โทรศัพท์ 0-2849-7502

โทรสาร 0-2849-7503

ปณิธานบัณฑิตวิทยาลัย “มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา”



ที่ อว 8606/ ๓๖๓

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
22 ถนนบรมราชชนนี ตำบลจตุจักร  
กรุงเทพฯ 10170

๑ ธันวาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณณพดล วงศ์สุน ผู้จัดการแผนกงานข้อมูลและวิชาการ และรักษาการผู้จัดการแผนกพิพิธภัณฑสถาน  
ฝ่ายชุมชนสัมพันธ์ บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด

ด้วย นางสาวณัฐพร เล้าสุวรรณ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการออกแบบ  
ผลิตภัณฑ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้สร้างเครื่องมือวิจัยประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง  
“การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์โรงงาน  
หลวงที่ ๑ (ฝาง)” มีความประสงค์จะเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้  
ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ  
อนุเคราะห์แก่นักศึกษา เพื่อนักศึกษาจะได้นำข้อเสนอแนะที่ได้ไปปรับปรุงคุณภาพเครื่องมือการวิจัยให้มีความ  
เหมาะสมต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นิรัติศัย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ตำบลจตุจักร

โทรศัพท์ 0-2849-7502

โทรสาร 0-2849-7503

ปณิธานบัณฑิตวิทยาลัย “มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา”





แบบสัมภาษณ์ คุณประณต ใจดี ตำแหน่งเจ้าหน้าที่มวชนสัมพันธ์  
ประจำพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

1. ความคาดหวังของเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ที่มีต่อผู้มาเยี่ยมชมมีอะไรบ้าง

---

---

2. การประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ นอกจากทาง Facebook ยังมีทางใดอีก

---

---

3. คนส่วนใหญ่ที่มาเยี่ยมชมรู้ข้อมูล / รู้จักที่นี่ได้อย่างไร

---

---

4. ไฮไลท์ / ส่วนที่สำคัญของพิพิธภัณฑ์ที่คนชอบ สนใจ พุดถึง ยินชมนานหรือยืนอ่านนาน มากที่สุด

---

---

5. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รีเควสสิ่งใดเป็นพิเศษ / สิ่งที่ต้องการจากพิพิธภัณฑ์

---

---

6. เอกลักษณ์และจุดเด่นพิพิธภัณฑ์คืออะไร

---

---

7. รอบที่นักท่องเที่ยวเข้าชมเยอะสุดเป็นรอบกี่โมง / คนเยอะสุดวันใด

---

---

แบบสัมภาษณ์ คุณพัทธนันท์ บุญเป็ง  
ตำแหน่งผู้จัดการร้านค้า พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หลางที่ ๑ (ผาง)

1. ราคาของที่ระลึก / อะไรในพิพิธภัณฑสถานชาติ

-----

2. กำลังการซื้อที่ขึ้นต่อคน

-----

3. แนวโน้มการใช้สินค้าที่ซื้อไป / ใช้เพราะมีวาระพิเศษของดอยคำ ?

-----

4. คำถามที่พบบ่อยจากลูกค้า

-----

5. สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจากของที่ระลึก

-----

6. ของที่ระลึกส่วนใหญ่ ผู้ชาย/ผู้หญิง นิยมซื้ออะไร

-----

7. ผู้หญิง/ผู้ชายซื้อบ่อยกว่ากัน

-----

8. ลูกค้าซื้อของ ซื้อเพราะอะไร ราคา ? เรื่องราวความเป็นมา ? เขาต้องการอะไรเป็นพิเศษ ?

-----

9. ลูกค้าถามหาสินค้าอื่นๆ หรือสิ่งใดพิเศษนอกจากสินค้าดอยคำ

-----

10. ความคิดเห็นส่วนตัวของผู้จัดการร้านค้าพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หลางที่ ๑ (ผาง) เรื่องต้องการพิเศษเกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึก

-----

**แบบสอบถามเพื่อใช้ในการศึกษาในระดับปริญญาโท**  
**มหาวิทยาลัยศิลปากร หลักสูตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในหัวเรื่อง**  
**การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว**  
**ในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)**

โดยแบบสอบถามนี้ จะเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาให้กับแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ที่ผู้วิจัยได้มองเห็นส่วนที่จะช่วยสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ รวมทั้งออกแบบให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่มาท่องเที่ยว โดยผลการสำรวจที่ได้จากแบบสอบถามนี้ จะไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น กลับเป็นผลดีที่จะช่วยกันในการพัฒนาประเทศทางหนึ่งด้วย ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ข้อมูลในครั้งนี้ นางสาวณัฐพร เล่าสุวรรณ

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

- 1) เพศ  ชาย  หญิง  อื่นๆ
- 2) อายุ / age  
 น้อยกว่า 20 ปี  21-30 ปี  31-40 ปี  41-50 ปี  51-60 ปี  60 ปีขึ้นไป
- 3) สถานภาพสมรส / Marital status  
 โสด  สมรส
- 4) อาชีพ / Career  
 ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ  พนักงานบริษัทเอกชน, ลูกจ้าง  ธุรกิจส่วนตัว  
 นักออกแบบ, สถาปนิก, ศิลปิน  ประกอบอาชีพอิสระ  นักเรียน, นักศึกษา
- 5) รายได้ต่อเดือน (บาท) / Salary per month (Baht)  
 น้อยกว่า 15,000 บาท ลงมา  15,001 – 25,000 บาท  25,001 – 35,000 บาท  
 35,001 – 45,000 บาท  45,001 – 55,000 บาท  55,001 – 65,000 บาท  
 มากกว่า 65,001 บาท ขึ้นไป  ไม่มีรายได้
- 6) การมาท่องเที่ยวที่นี้ท่านเดินทางมาอย่างไร  
.....
- 7) จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาในครั้งนี้  
 กลุ่มครอบครัว.....คน  กลุ่มเพื่อน.....คน  คณะทัวร์ ประมาณ.....คน  
 อื่นๆ.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเฉพาะเพื่อนำมาพัฒนาในการออกแบบ

1) ส่วนนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ที่ผู้บริโภคร่วมเป้าหมายประทับใจ  
(กรุณาใส่ตัวเลขที่ชอบมากที่สุดเป็นอันดับ 1 และชอบรองลงมาเป็น 2,3,4...ตามลำดับ)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ห้องเกรินน้ำ                     | <input type="checkbox"/> ลานอเนกประสงค์                            |
| <input type="checkbox"/> กำเนิดโครงการหลวง                | <input type="checkbox"/> กำเนิดโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง) |
| <input type="checkbox"/> บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด |  |

2) สิ่งใดที่ท่านมองเห็นว่าจะแสดงเป็นสัญลักษณ์ของตัวแทนพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ได้ดีที่สุด  
(กรุณาใส่ตัวเลขที่ชอบมากที่สุดเป็นอันดับ 1 และชอบรองลงมาเป็น 2,3,4...ตามลำดับ)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> วัฒนธรรมจื๋นยูนนาน                 | <input type="checkbox"/> หมายเลข ๑ สื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)  |
| <input type="checkbox"/> ในหลวงรัชกาลที่ ๙                  | <input type="checkbox"/> พืชผลที่นำมาแปรรูปเป็นสินค้า เช่น สตรอว์เบอร์รีสด |
| <input type="checkbox"/> กลุ่มชาติพันธุ์                    | <input type="checkbox"/> เครื่องจักรที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ฯ                |
| <input type="checkbox"/> รูปลักษณ์อาคาร, หน้าจั่วพิพิธภัณฑ์ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ .....                                       |

3) เหตุผลที่ท่านต้องการซื้อของที่ระลึกที่ได้จาก พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

(ตอบได้หลายข้อโดยใส่เครื่องหมาย / ลงในช่อง )

- เป็นสิ่งที่มีขายเฉพาะที่พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)
- ต้องการให้มีโลโก้ของพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)
- มีสัญลักษณ์ความเป็นโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๑ (ฝาง)
- มีประโยชน์ใช้สอย
- มีขนาดเล็ก พกพาง่าย
- มีประวัติความเป็นมา

4) ถ้าท่านจะเลือกซื้อของที่ระลึก ท่านจะเลือกมองสินค้าประเภทใดก่อน

(กรุณาใส่ตัวเลขที่ชอบมากที่สุด 3 อันดับแรก โดยใส่เลข 1 ที่ชอบมากที่สุด 2 และ 3 รองลงมาตามลำดับ)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ประเภทเครื่องใช้สำนักงาน | <input type="checkbox"/> ประเภทเครื่องประดับ |
| <input type="checkbox"/> ประเภทของเล่น            | <input type="checkbox"/> ประเภทของตกแต่งบ้าน |
| <input type="checkbox"/> ประเภทของใช้แฟชั่น       | <input type="checkbox"/> อื่นๆ .....         |

หมายเหตุ ในกลุ่มประเภทของอาหารผู้วิจัยไม่ได้ทำการสำรวจที่จะทำการพัฒนาขึ้นสำหรับครั้งนี้

5) แสดงลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท เครื่องเขียน อุปกรณ์สำนักงาน (Desktop Accessories)

(กรุณาใส่ตัวเลขที่ชอบมากที่สุด 3 อันดับแรก โดยใส่เลข 1 ที่ชอบมากที่สุด 2 และ 3 รองลงมาตามลำดับ)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ลินซ์กั้นวางของอเนกประสงค์        | <input type="checkbox"/> ชุดสำหรับใส่อุปกรณ์เครื่องเขียน   |
| <input type="checkbox"/> ที่วางโทรศัพท์มือถือ              | <input type="checkbox"/> กระดานตั้งพร้อมที่ติดกระดาษโพสอิท |
| <input type="checkbox"/> ที่รองแก้วมีหลายฟังก์ชันการใช้งาน | <input type="checkbox"/> ชุดกระดาษต้นไม้ประดับบนโต๊ะทำงาน  |
| <input type="checkbox"/> อุปกรณ์เครื่องเขียน               | <input type="checkbox"/> อื่นๆ .....                       |

6) แสดงลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท เครื่องประดับ (Jewelry)

(กรุณาใส่ตัวเลขที่ชอบมากที่สุด 3 อันดับแรก โดยใส่เลข 1 ที่ชอบมากที่สุด 2 และ 3 รองลงมาตามลำดับ)

- |                                      |                                     |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> แหวน        | <input type="checkbox"/> กำไลข้อมือ |
| <input type="checkbox"/> สร้อยคอ     | <input type="checkbox"/> เข็มกลัด   |
| <input type="checkbox"/> ต่างหู      | <input type="checkbox"/> กิ๊พติดผม  |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ ..... |                                     |

7) แสดงลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท ของเล่น (Toy & Stuffs)

(กรุณาใส่ตัวเลขที่ชอบมากที่สุด 3 อันดับแรก โดยใส่เลข 1 ที่ชอบมากที่สุด 2 และ 3 รองลงมาตามลำดับ)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ของเล่นไม้เสริมพัฒนาการ | <input type="checkbox"/> แผ่นไม้จิ๊กซอว์เรื่องราวพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) |
| <input type="checkbox"/> ชุดตุ๊กตาเกาะขอบแก้ว    | <input type="checkbox"/> พวงกุญแจตุ๊กตา  |
| <input type="checkbox"/> ชุดของเล่นโมเดลกระดาษ   | <input type="checkbox"/> ของเล่นพื้นบ้านทำจากวัสดุพื้นถิ่น                       |
| <input type="checkbox"/> ของเล่น DIY             | <input type="checkbox"/> อื่นๆ .....   |

8) แสดงลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท ของแต่งบ้าน (Home Decorative)

(กรุณาใส่ตัวเลขที่ชอบมากที่สุด 3 อันดับแรก โดยใส่เลข 1 ที่ชอบมากที่สุด 2 และ 3 รองลงมาตามลำดับ)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ชุดประดับตกแต่งผนัง (Wall Art) | <input type="checkbox"/> เขิงเทียน                   |
| <input type="checkbox"/> ชุดกระดาษเพาะปลูกต้นไม้        | <input type="checkbox"/> บ้ายสำหรับแขวนพวงกุญแจ      |
| <input type="checkbox"/> โคมไฟตั้งโต๊ะ                  | <input type="checkbox"/> โมบายล์, เครื่องแขวนมีเสียง |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ .....                    |  |

9) แสดงลำดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท สินค้าแฟชั่น (Fashion & Accessories)

(กรุณาใส่ตัวเลขที่ชอบมากที่สุด 3 อันดับแรก โดยใส่เลข 1 ที่ชอบมากที่สุด 2 และ 3 รองลงมาตามลำดับ)

- |   |                                      |                                 |                                   |                                   |                                  |
|---|--------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เสื้อคอปก              | <input type="checkbox"/> เสื้อยืด    | <input type="checkbox"/> กางเกง | <input type="checkbox"/> ริสแบนด์ | <input type="checkbox"/> หมวกแก๊ป | <input type="checkbox"/> หมวกปีก |
| <input type="checkbox"/> กระเป๋าใส่เครื่องเขียน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ ..... |                                 |                                   |                                   |                                  |



10) งบประมาณที่ท่านคาดการณ์ว่าจะใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกในการมาเที่ยวครั้งนี้

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 100 บาท | <input type="checkbox"/> 101 - 300 บาท   |
| <input type="checkbox"/> 301 - 500 บาท   | <input type="checkbox"/> 501 - 800 บาท   |
| <input type="checkbox"/> 801 - 1000 บาท  | <input type="checkbox"/> 1000 - 2000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 2000 ขึ้นไป     | <input type="checkbox"/> อื่นๆ .....     |

11) ของที่ระลึกที่ท่านซื้อจะนำไปเป็นของฝากหรือไม่ (ตอบได้หลายข้อโดยใส่เครื่องหมาย✓ลงในช่อง  )

- |                                      |                                      |   |                                     |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> นำไปใช้เอง  | <input type="checkbox"/> ฝากครอบครัว | <input type="checkbox"/> ฝากเพื่อนร่วมงาน | <input type="checkbox"/> ฝากผู้อื่น |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ ..... |                                      |   |                                     |

12) ท่านคาดการณ์ว่าจะซื้อของที่ระลึกเป็นปริมาณกี่ชิ้น

- |                                      |                                 |                                 |                                 |                                 |                                |                                |
|--------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 ชิ้น      | <input type="checkbox"/> 2 ชิ้น | <input type="checkbox"/> 3 ชิ้น | <input type="checkbox"/> 4 ชิ้น | <input type="checkbox"/> 6 ชิ้น | <input type="checkbox"/> 1 โหล | <input type="checkbox"/> 2 โหล |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ ..... |                                 |                                 |                                 |                                 |                                |                                |

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากให้ชื้อแนะนำ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## แบบสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิ จากเว็บไซต์ Google Forms

แบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญ\_เพื่อใช้ในการศึกษาในระดับปริญญาโท หลักสูตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ในหัวเรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

โดยแบบสอบถามนี้เป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาให้กับแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ที่ผู้วิจัยได้มองเห็นส่วนที่จะช่วยสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ รวมทั้งออกแบบให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่มาท่องเที่ยว โดยผลการสำรวจที่ได้จากแบบสอบถามนี้จะไม่มีการทบทวนใดๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น กลับเป็นผลดีที่จะช่วยกันในการพัฒนาประเทศทางหนึ่งด้วย ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ข้อมูลในครั้งนี้ นางสาวณัฐพร เล่าสุวรรณ

ข้อมูลผู้เชี่ยวชาญ

คำอธิบาย (ระบุหรือไม่ก็ได้)

ชื่อ-นามสกุล \*

ข้อความคำตอบสั้นๆ

อาชีพ/ตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญ \*

ข้อความคำตอบสั้นๆ

บริษัท/องค์กร \*

ข้อความคำตอบสั้นๆ

เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ \*

ข้อความคำตอบสั้นๆ

อีเมล \*

ข้อความคำตอบสั้นๆ

**การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก**  
**เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)**  
 Design and development of tourism's iconic souvenir for the First Royal Factory at Fang Museum.

**วัตถุประสงค์ของงานวิจัย**

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) และสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
2. เพื่อศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (198)
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่พัฒนาขึ้น

**ขอบเขตการวิจัย**

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตวิจัยดังนี้ 1. วิจัยเชิงคุณภาพ 2. ฝาง 3. พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) 4. นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. มีข้อมูลและภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)
2. มีผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
3. มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)



**พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)**

พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีการจัดแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวจังหวัดเชียงใหม่



ตัวอย่างของที่ระลึกที่พัฒนาขึ้นจากงานวิจัยในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

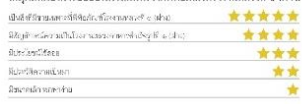
**การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก**  
**เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)**  
 Design and development of tourism's iconic souvenir for the First Royal Factory at Fang Museum.



ผลสำรวจจากกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 30 คน



**เหตุผลที่ต้องซื้อของที่ระลึกที่ได้จากพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)**



**ส่วนที่ควรพิจารณาในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)**



**ลักษณะของตัวแบบที่นักท่องเที่ยวโรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)**



**จะนำของที่ระลึกไปฝากใคร**



**ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภทเครื่องเขียน**



**ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภทเครื่องประดับ**



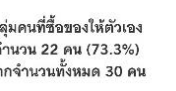
**ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภทของเล่น (Toy & Stuffs)**



**ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภทของตกแต่งบ้าน (Home Decorative)**



**ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภทแฟชั่นแฟชั่น (Fashion & Accessories)**



**รายได้ต่อเดือนของกลุ่มคนที่เลือกซื้อของฝาก**



**รายได้ต่อเดือนของกลุ่มคนที่เลือกซื้อของฝาก**



ความคิดเห็นต่อลวดลาย คอลเลคชั่น สินค้าของที่ระลึก "ผ้าพันคอ" ภายใต้แนวคิด เครื่องลายคราม Blue & White ? ผ้าพันคอ แบบที่ 1 \*



1 น้อยที่สุด      2 น้อย      3 ปานกลาง      4 มาก      5 มากที่สุด

ความสวยงาม                             

มีสัญลักษณ์  
ความเป็น  
"เครื่องลาย  
คราม Blue &  
White"                             

ผ้าพันคอ แบบที่ 2 \*



1 น้อยที่สุด      2 น้อย      3 ปานกลาง      4 มาก      5 มากที่สุด

ความสวยงาม                             

มีสัญลักษณ์  
ความเป็น  
"เครื่องลาย  
คราม Blue &  
White"

ผ้าพันคอ แบบที่ 3 \*



แบบที่ 3  
ผ้า Silk Satin Spandex  
ขนาด 100 x 100 ซม.



1 น้อยที่สุด      2 น้อย      3 ปานกลาง      4 มาก      5 มากที่สุด

ความสวยงาม                             

มีสัญลักษณ์  
ความเป็น  
"เครื่องลาย  
คราม Blue &  
White"                             

ผ้าพันคอ แบบที่ 4 \*



แบบที่ 4  
ผ้า Silk Satin Spandex  
ขนาด 100 x 100 ซม.



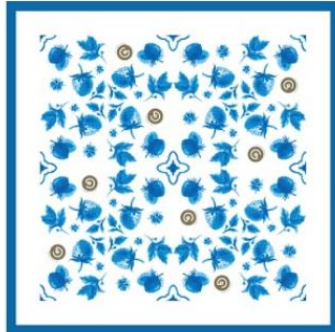
1 น้อยที่สุด      2 น้อย      3 ปานกลาง      4 มาก      5 มากที่สุด

ความสวยงาม                             

มีสัญลักษณ์  
ความเป็น  
"เครื่องลาย  
คราม Blue &  
White"



ผ้าพันคอ แบบที่ 5 \*



แบบที่ 5  
ผ้า Silk Satin Spandex  
ขนาด 100 x 100 ซม.



1 น้อยที่สุด      2 น้อย      3 ปานกลาง      4 มาก      5 มากที่สุด

ความสวยงาม                             

มีสัญลักษณ์  
ความเป็น  
"เครื่องลาย  
คราม Blue &  
White"                             

ผ้าพันคอ แบบที่ 6 \*



แบบที่ 6  
ผ้า Silk Satin Spandex  
ขนาด 100 x 100 ซม.



1 น้อยที่สุด      2 น้อย      3 ปานกลาง      4 มาก      5 มากที่สุด

ความสวยงาม                             

มีสัญลักษณ์  
ความเป็น  
"เครื่องลาย  
คราม Blue &  
White"

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ คอลเลกชัน สินค้าของที่ระลึก "ผ้าพันคอ"  
ภายใต้แนวคิด เครื่องลายคราม Blue & White ? \*

	1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด
มีประโยชน์ ใช้สอยเหมาะสม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัด จำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีขนาดเหมาะสม ในการจัด วางในร้านค้า พิพิธภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีความเป็นไปได้ทางการ ตลาด เหมาะสม กับร้านค้า พิพิธภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ "ผ้าพันคอ" (ถ้ามี)

คำตอบของคุณ

ความคิดเห็นต่อลวดลาย คอลเลคชั่น สินค้าของที่ระลึก "เซตกระเป๋า" (กระเป๋าใส่เครื่องเขียน, ถุงผ้า, กระเป๋าถือ) ภายใต้แนวคิด เครื่องลายคราม Blue & White ? เซตกระเป๋า แบบที่ 1 \*



1 น้อยที่สุด 2 น้อย 3 ปานกลาง 4 มาก 5 มากที่สุด

ความสวยงาม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีสัญลักษณ์ ความเป็น "เครื่องลาย คราม Blue & White"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

เซตกระเป๋า แบบที่ 2 \*



1 น้อยที่สุด 2 น้อย 3 ปานกลาง 4 มาก 5 มากที่สุด

ความสวยงาม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีสัญลักษณ์ ความเป็น "เครื่องลาย คราม Blue & White"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

เซตกระเป๋า แบบที่ 3 \*



1 น้อยที่สุด 2 น้อย 3 ปานกลาง 4 มาก 5 มากที่สุด

ความสวยงาม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีสัญลักษณ์ ความเป็น "เครื่องลาย คราม Blue & White"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

เซตกระเป๋า แบบที่ 4 \*



1 น้อยที่สุด 2 น้อย 3 ปานกลาง 4 มาก 5 มากที่สุด

ความสวยงาม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีสัญลักษณ์ ความเป็น "เครื่องลาย คราม Blue & White"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

เซตกระเป๋า แบบที่ 5 \*



1 น้อยที่สุด    2 น้อย    3 ปานกลาง    4 มาก    5 มากที่สุด

ความสวยงาม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีสัญลักษณ์ ความเป็น "เครื่องลาย คราม Blue & White"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

เซตกระเป๋า แบบที่ 6 \*



1 น้อยที่สุด    2 น้อย    3 ปานกลาง    4 มาก    5 มากที่สุด

ความสวยงาม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีสัญลักษณ์ ความเป็น "เครื่องลาย คราม Blue & White"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อคอลเลคชั่นสินค้าของที่ระลึก "เซตกระเป๋า" (กระเป๋าใส่เครื่องเขียน, ถุงผ้า, กระเป๋าถือ) ภายใต้แนวคิด เครื่องลายคราม Blue & White ? \*

1 น้อยที่สุด    2 น้อย    3 ปานกลาง    4 มาก    5 มากที่สุด

มีประโยชน์ ใช้สอยเหมาะสม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัด จำหน่ายในร้านค้า พืชรักกันที่ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีขนาดเหมาะสม ในการจัด วางในร้านค้า พืชรักกันที่ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีความเป็นไปได้ทางการ ตลาด เหมาะสม กับร้านค้า พืชรักกันที่ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ "เซตกระเป๋า" (ถ้ามี)

คำตอบของคุณ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ คอลเลคชั่น สินค้าของที่ระลึก "ที่ใส่อุปกรณ์เครื่องเขียน" ภายใต้แนวคิด เรียบง่าย ? \*

แบบที่ 1  
ที่ใส่อุปกรณ์เครื่องเขียน  
วัสดุ : ไม้สน, เซรามิกสี  
ขนาด : 12x12x3 ซม.

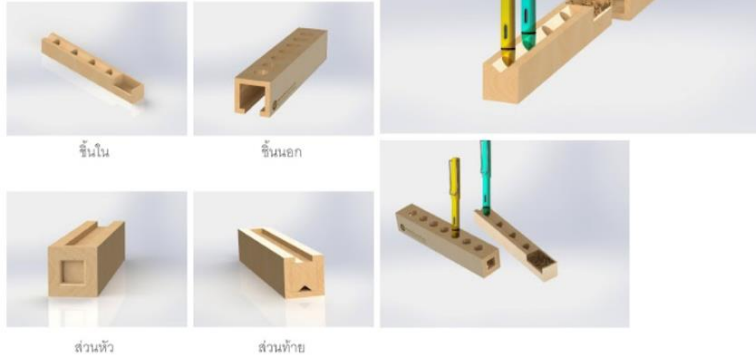


	1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด
ความสวยงาม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีประโยชน์ ใช้สอยเหมาะสม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีสัญลักษณ์ ความเป็น "เครื่องลาย คราม Blue & White"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัด จำหน่ายในร้าน ค้าปลีกภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีขนาดเหมาะสม ในการจัด วาง ในร้านค้า ปลีกภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีความเป็นไปได้ทางการ ตลาด เหมาะสม กับร้านค้า ปลีกภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



\*

แบบที่ 2  
 ที่ใส่ปากกอมือเครื่องเขียน  
 วัสดุ : ไม้สน  
 ขนาด : 3x15x4 ซม.



1 น้อยที่สุด      2 น้อย      3 ปานกลาง      4 มาก      5 มากที่สุด

ความสวยงาม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีประโยชน์ ใช้สอยเหมาะสม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีสัญลักษณ์ ความเป็น "เครื่องลาย คราม Blue & White"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัด จำหน่ายในร้านค้า พิพิธภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีขนาดเหมาะสม ในการจัด วางในร้านค้า พิพิธภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีความเป็นไปได้ทางการ ตลาด เหมาะสม กับร้านค้า พิพิธภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\*

แบบที่ 3  
ที่ใส่อุปกรณ์เครื่องเขียน  
วัสดุ : ไม้สน  
ขนาด : 5x12x5 ซม.



ชิ้น A



ชิ้น B



วางแยกชิ้น



วางเข้าเซต



1 น้อยที่สุด      2 น้อย      3 ปานกลาง      4 มาก      5 มากที่สุด

ความสวยงาม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีประโยชน์ ใช้สอยเหมาะสม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีสัญลักษณ์ ความเป็น "เครื่องลาย คราม Blue & White"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัด จำหน่ายในร้าน ค้าปลีกภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีขนาดเหมาะสม ในการจัด วางในร้านค้า ปลีกภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีความเป็นไปได้ทางการ ตลาด เหมาะสม กับร้านค้า ปลีกภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

แบบที่ 4  
 ที่ใส่อุปกรณ์เครื่องเขียน  
 วัสดุ : ไม้สน  
 ขนาด : 6x12x2 ซม.



ชั้น A



ชั้น B



ชั้น C



วางข้างชุด



1 น้อยที่สุด      2 น้อย      3 ปานกลาง      4 มาก      5 มากที่สุด

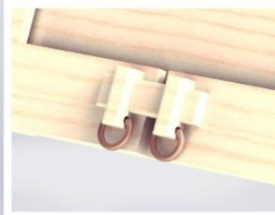
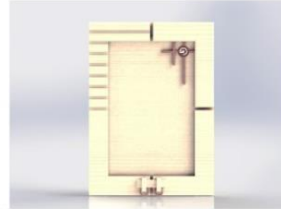
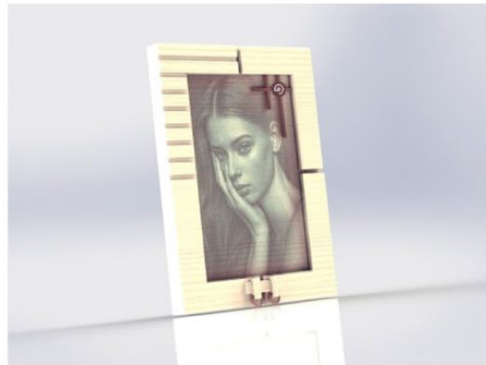
ความสวยงาม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีประโยชน์ ใช้สอยเหมาะสม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีสัญลักษณ์ ความเป็น "เครื่องลาย คราม Blue & White"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัด จำหน่ายในร้าน ค้าปลีกที่ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีขนาดเหมาะสม ในการจัด วางในร้านค้า ปลีกที่ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีความเป็นไปได้ ทางการ ตลาด เหมาะสม กับร้านค้า ปลีกที่ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ "ที่ใส่อุปกรณ์เครื่องเขียน" (ถ้ามี)

คำตอบของคุณ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ คอลเลคชั่น สินค้าของที่ระลึก "ของ  
แต่งงาน กลุ่มกรอบรูป" ? \*

แบบที่ 1  
กรอบรูปตั้งโต๊ะ  
วัสดุ : ไม้สน  
ขนาด : 5x7 นิ้ว



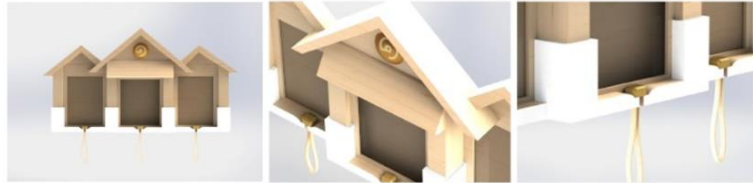
1 น้อยที่สุด      2 น้อย      3 ปานกลาง      4 มาก      5 มากที่สุด

ความสวยงาม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีประโยชน์ ใช้สอยเหมาะสม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีสัญลักษณ์ ความเป็น "เครื่องลาย คราม Blue & White"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัด จำหน่ายในร้าน ค้าปลีกภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีขนาดเหมาะสม ในการจัด วาง ในร้านค้า ปลีกภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีความเป็นไปได้ทางการ ตลาด เหมาะสม กับร้านค้า ปลีกภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\*

## แบบที่ 2

กรอบรูปพร้อมแขวนพวงกุญแจ  
สำหรับติดแต่งผนัง  
วัสดุ : ไม้สน  
ขนาด : 15x12x2.5 ซม.



1 น้อยที่สุด

2 น้อย

3 ปานกลาง

4 มาก

5 มากที่สุด

ความสวยงาม

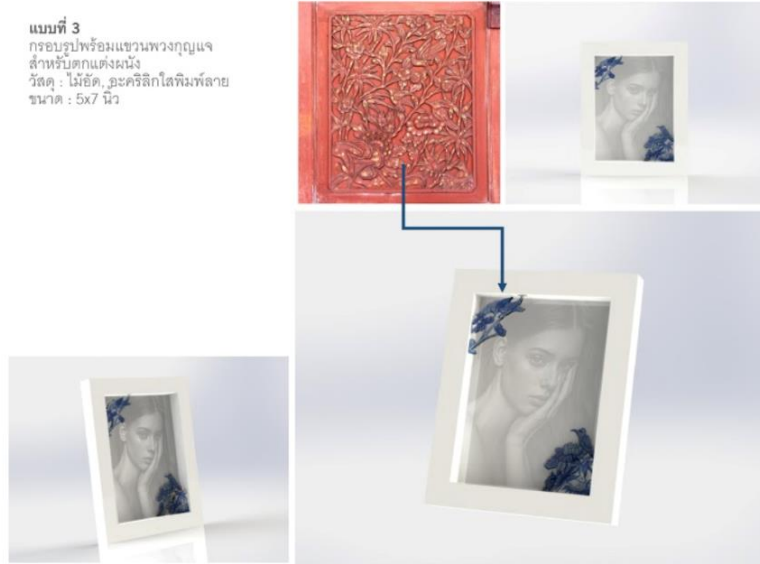
มีประโยชน์  
ใช้สอยเหมาะ  
สมมีสัญลักษณ์  
ความเป็น  
"เครื่องลาย  
คราม Blue &  
White"มีรูปแบบเหมาะ  
สม ที่จะจัด  
จำหน่ายในร้าน  
ค้าปลีกภัณฑ์  
โรงงานหลวงที่  
๑ (ฝาง)มีขนาดเหมาะ  
สม ในการจัด  
วาง ในร้านค้า  
ปลีกภัณฑ์  
โรงงานหลวงที่  
๑ (ฝาง)มีความเป็นไปได้ทาง  
การตลาด เหมาะสม  
กับร้านค้า  
ปลีกภัณฑ์  
โรงงานหลวงที่  
๑ (ฝาง)



\*

## แบบที่ 3

กรอบรูปพร้อมแขวนพวงกุญแจ  
สำหรับตกแต่งผนัง  
วัสดุ : ไม้ขัด, อะคริลิกใสพิมพ์ลาย  
ขนาด : 5x7 นิ้ว



	1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด
ความสวยงาม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีประโยชน์ ใช้สอยเหมาะสม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีสัญลักษณ์ ความเป็น "เครื่องลาย คราม Blue & White"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัด จำหน่ายในร้าน ค้าปลีกภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีขนาดเหมาะสม ในการจัด วางในร้านค้า ปลีกภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีความเป็นไปได้ทางการ ตลาดเหมาะสม กับร้านค้า ปลีกภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

แบบที่ 4  
 ที่แขวนพวงกุญแจพร้อมกรอบรูป  
 สำหรับติดตั้งผนัง  
 วัสดุ : ไม้ขัด, เชือกหนัง  
 ขนาด : 30x18x2 ซม.



1 น้อยที่สุด      2 น้อย      3 ปานกลาง      4 มาก      5 มากที่สุด

ความสวยงาม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีประโยชน์ ใช้สอยเหมาะสม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีสัญลักษณ์ ความเป็น "เครื่องลาย คราม Blue & White"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัด จำหน่ายในร้าน ค้าปลีกภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีขนาดเหมาะสม ในการจัด วางในร้านค้า ปลีกภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีความเป็นไปได้ทางการ ตลาด เหมาะสม กับร้านค้า ปลีกภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ "ของแต่งบ้าน กลุ่มกรอบรูป" (ถ้ามี)

คำตอบของคุณ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ คอลเลคชั่น สินค้าของที่ระลึก "ของ  
แต่งบ้าน กลุ่ม โคมไฟ" ? \*

แบบที่ 1  
โคมไฟอะคริลิกประดับตกแต่ง  
วัสดุ : ไม้อัด อะคริลิก หนา 10 มม.  
ขนาด : 15x12x3 ซม.



รูปทรงต้นแบบ

1 น้อยที่สุด      2 น้อย      3 ปานกลาง      4 มาก      5 มากที่สุด

ความสวยงาม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีประโยชน์ ใช้สอยเหมาะสม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีสัญลักษณ์ ความเป็น "เครื่องลาย คราม Blue & White"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัด จำหน่ายในร้าน ค้าปลีกภัณฑ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีขนาดเหมาะสม ในการจัด วางในร้านค้า ภัณฑภัณฑ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีความเป็นไปได้ทาง การตลาดเหมาะสม กับร้านค้า ภัณฑภัณฑ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\*



แบบที่ 2  
โคมไฟประดับตกแต่ง  
วัสดุ : พลาสติกโพลีโพรพิลีน,  
อะลูมิเนียม,  
ไม้, อะคริลิก  
ขนาด : 10x10x22 ซม.

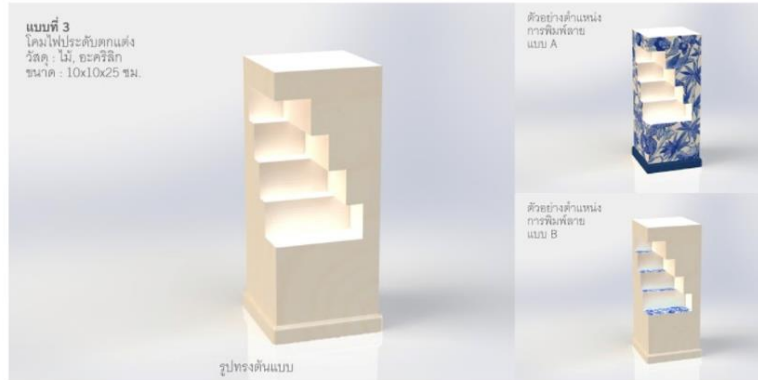
1 น้อยที่สุด      2 น้อย      3 ปานกลาง      4 มาก      5 มากที่สุด

ความสวยงาม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีประโยชน์ ใช้สอยเหมาะสม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีสัญลักษณ์ ความเป็น "เครื่องลาย คราม Blue & White"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัด จำหน่ายในร้าน ค้าปลีกภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีขนาดเหมาะสม ในการจัด วางในร้านค้า ปลีกภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีความเป็นไปได้ ทางการ ตลาด เหมาะสม กับร้านค้า ปลีกภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ตำแหน่งพิมพ์ลายที่น่าสนใจ \*

- แบบ A
- แบบ B

\*



	1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด
ความสวยงาม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีสัญลักษณ์ความเป็น "เครื่องลายคราม Blue & White"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีรูปแบบเหมาะสมที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพืชรักกันที่โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีขนาดเหมาะสมในการจัดวางในร้านค้าพืชรักกันที่โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีความเป็นไปได้ทางการตลาดเหมาะสมกับร้านค้าพืชรักกันที่โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ตำแหน่งพืชมวลที่น่าสนใจ \*

- แบบ A
- แบบ B



\*



	1 น้อยที่สุด	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 มาก	5 มากที่สุด
ความสวยงาม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีสัญลักษณ์ "ความเป็นเครื่องลายคราม Blue & White"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีรูปแบบเหมาะสมที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิกัดพื้นที่โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีขนาดเหมาะสมในการจัดวางในร้านค้าพิกัดพื้นที่โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีความเป็นไปได้ทางการตลาดเหมาะสมกับร้านค้าพิกัดพื้นที่โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ตำแหน่งพิมพ์ลายที่น่าสนใจ \*

- แบบ A
- แบบ B

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ "ช่องแต่งบ้าน กลุ่ม โคมไฟ" (ถ้ามี)

คำตอบของคุณ

ส่ง

แบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 110 คน จากเว็บไซต์ Google Forms

ส่วนที่ 1 จาก 8

## แบบสอบถามเพื่อประเมินการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อ สร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ในพิพิธภัณฑ์ โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

โดย นางสาวณัฐพร เล้าสุวรรณ นักศึกษาภาควิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ ระดับปริญญาโทบัณฑิตศึกษามณฑลพายัพ  
มหาวิทยาลัยศิลปากร

โดยแบบสอบถามนี้ จะเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาให้กับแหล่งท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ที่ผู้วิจัยได้มองเห็นส่วนที่จะช่วยสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ รวมทั้งออกแบบให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่มาท่องเที่ยว โดยผลสำรวจที่ได้จากแบบสอบถามนี้ จะไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ข้อมูลตามความคิดเห็นและความเป็นจริงมาในครั้งนี้

คำอธิบาย (ระบุหรือไม่ก็ได้)



## การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

Design and development of tourism's iconic souvenir for the First Royal Factory at Fang Museum.

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) และสำรวจความต้องการผู้บริโภค
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ

### สมมติฐานการวิจัย

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) ที่ทำการออกแบบพร้อมบรรจุภัณฑ์ และได้รับความพึงพอใจจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในระดับมาก

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลและผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)
2. ได้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกซึ่งมีความเหมาะสม และมีบรรจุภัณฑ์รองรับ
3. ได้ผลประเมินความพึงพอใจจากผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อของที่ระลึกที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ เพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)



### พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

ตั้งอยู่บ้านยาง หมู่ที่ 12 ตำบลแม่งอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ จัดตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ ในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงการศึกษาด้านอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป และเป็นสถานที่รวบรวม และจัดแสดงแนวพระราชดำริในการพัฒนาที่ยั่งยืนตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง



ตัวอย่าง สินค้าที่ระลึกที่จัดจำหน่ายอยู่ที่พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)

## ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม



คำอธิบาย (ระบุหรือไม่ก็ได้)

### เพศ / Sex \*

- ชาย
- หญิง
- อื่นๆ

### อายุ / Age \*

- น้อยกว่า 20 ปี
- 21 - 30 ปี
- 31 - 40 ปี
- 41 - 50 ปี
- 51 - 60 ปี
- 61 ปีขึ้นไป

### สถานภาพสมรส / Marital status \*

- โสด
- สมรส

**อาชีพ / Career \***

- ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัทเอกชน, ลูกจ้าง
- ธุรกิจส่วนตัว
- นักออกแบบ, สถาปนิก, ศิลปิน
- ประกอบอาชีพอิสระ
- นักเรียน, นักศึกษา
- อื่นๆ

**รายได้ต่อเดือน (บาท) / Salary per month (Baht) \***

- น้อยกว่า 15,000 บาท
- 15,001 - 25,000 บาท
- 25,001 - 35,000 บาท
- 35,001 - 45,000 บาท
- 45,001 - 55,000 บาท
- 55,001 - 65,000 บาท
- มากกว่า 65,001 บาท ขึ้นไป
- ไม่มีรายได้

ต่อจากส่วนที่ 2 ไปยังส่วนถัดไป



## แบบประเมินความพึงพอใจ ผ้าพันคอ Beranie

ผู้วิจัยมีความต้องการทราบความคิดเห็นต่อผลงาน “การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)” โดยขอความอนุเคราะห์ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม ช่วยพิจารณาเลือกคำตอบ โดยการสร้างเครื่องหมาย ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (โดยคะแนนหมายเลข 5 = พึงพอใจมากที่สุด, 4 = พึงพอใจมาก, 3 = พึงพอใจปานกลาง, 2 = พึงพอใจน้อย, 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด)

### ผ้าพันคอ Beranie



มีความสุขงามและสื่อถึงพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีความสะดวกในการพกพา \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีความเหมาะสมในการซื้อใช้เอง หรือซื้อฝากผู้อื่น \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่าย ในร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง) \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

ต่อจากส่วนที่ 3 ไปยังส่วนถัดไป



## แบบประเมินความพึงพอใจ ชุดกระเป๋า Ben-Bennie

ผู้วิจัยมีความต้องการทราบความคิดเห็นต่อผลงาน "การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)" โดยขอความอนุเคราะห์ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม ช่วยพิจารณาเลือกคำตอบ โดยการสร้างเครื่องหมาย ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (โดยคะแนนหมายเลข 5 = พึงพอใจมากที่สุด, 4 = พึงพอใจมาก, 3 = พึงพอใจปานกลาง, 2 = พึงพอใจน้อย, 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด)

### ชุดกระเป๋า Ben-Bennie



### ชุดกระเป๋า Ben-Bennie



มีความสวยงามและสื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีความสะดวกในการพกพา \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีความเหมาะสมในการซื้อใช้เอง หรือซื้อฝากผู้อื่น \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่าย ในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

ต่อจากส่วนที่ 4 ไปยังส่วนถัดไป



## แบบประเมินความพึงพอใจ ที่ใส่อุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน Bamblue

ผู้วิจัยมีความต้องการทราบความคิดเห็นต่อผลงาน “การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)” โดยขอความอนุเคราะห์ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม ช่วยพิจารณาเลือกคำตอบ โดยการสร้างเครื่องหมาย ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (โดยคะแนนหมายเลข 5 = พึงพอใจมากที่สุด, 4 = พึงพอใจมาก, 3 = พึงพอใจปานกลาง, 2 = พึงพอใจน้อย, 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด)

### ที่ใส่อุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน Bamblue



#### Bamblue

ที่จัดเก็บอุปกรณ์เครื่องเขียนบนโต๊ะทำงาน ดีไซน์เพื่อรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย ได้รับแรงบันดาลใจจากศิลปะชนเผ่าไมโซ วิวดู : ไม่นั่งเบิ้ล, อะคริลิก ขนาด : 15x15x4 cm

มีความสวยงามและสื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีความสะดวกในการพกพา \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีความเหมาะสมในการซื้อใช้เอง หรือซื้อฝากผู้อื่น \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

ต่อจากส่วนที่ 5 ไปยังส่วนถัดไป





ส่วนที่ 6 จาก 8

## แบบประเมินความพึงพอใจ กรอบรูป Bulbul

ผู้วิจัยมีความต้องการทราบความคิดเห็นต่อผลงาน “การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)” โดยขอความอนุเคราะห์ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม ช่วยพิจารณาเลือกคำตอบ โดยการสร้างเครื่องหมาย ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (โดยคะแนนหมายเลข 5 = พึงพอใจมากที่สุด, 4 = พึงพอใจมาก, 3 = พึงพอใจปานกลาง, 2 = พึงพอใจน้อย, 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด)

กรอบรูปตั้งโต๊ะ Bulbul ขนาด 5x7 นิ้ว



### Bulbul

กรอบรูปตั้งโต๊ะ สำหรับใส่รูปภาพ ขนาด 5x7 นิ้ว  
 ลวดลายต้นไม้อะคะนก ที่ได้ต้นแบบจากลายประดับ  
 บนประติมากรรมพิพิธภัณฑ์โรงงานที่ ๑ (ฝาง)  
 วัสดุ : อะคริลิกสีขาว, อะคริลิกใส  
 ขนาด : 18x23x5 cm

มีความสวยงามและสื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีความสะดวกในการพกพา \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีความเหมาะสมในการซื้อ ใช้เอง หรือซื้อฝากผู้อื่น \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่าย ในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

ต่อจากส่วนที่ 6 ไปยังส่วนถัดไป



ส่วนที่ 7 จาก 8

## แบบประเมินความพึงพอใจ โคมไฟตั้งโต๊ะ Birds in Blue

ผู้วิจัยมีความต้องการทราบความคิดเห็นต่อผลงาน “การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ในพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)” โดยขอความอนุเคราะห์ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม ช่วยพิจารณาเลือกคำตอบโดยการสร้างเครื่องหมาย ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (โดยคะแนนหมายเลข 5 = พึงพอใจมากที่สุด, 4 = พึงพอใจมาก, 3 = พึงพอใจปานกลาง, 2 = พึงพอใจน้อย, 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด)

### โคมไฟตั้งโต๊ะ Birds in Blue



มีความสุขยามและสื่อถึงพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีความสะดวกในการพกพา \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีความเหมาะสมในการซื้อใช้เอง หรือซื้อฝากผู้อื่น \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

มีรูปแบบเหมาะสม ที่จะจัดจำหน่าย ในร้านค้าพิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง) \*

	1	2	3	4	5	
น้อยที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	มากที่สุด

ต่อจากส่วนที่ 7 ไปยังส่วนถัดไป



## ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม



คำอธิบาย (ระบุหรือไม่ก็ได้)

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อพัฒนาผลงานออกแบบ (ชิ้นงานทั้งหมด)

ข้อความคำตอบแบบยาว









ภาพการสัมภาษณ์คุณแนนเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)  
เพื่อศึกษาข้อมูลบริบทของพิพิธภัณฑ์ฯ



ภาพการลงพื้นที่ร้านค้าพิพิธภัณฑ์เพื่อศึกษาข้อมูลพิพิธภัณฑ์  
จากคุณแนนเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์โรงงานหลวงที่ ๑ (ฝาง)



ภาพบรรยากาศการเข้าศึกษาดูงานจากกลุ่มนักศึกษา



ภาพบรรยากาศการเข้าศึกษาดูงานจากกลุ่มนักศึกษา





ภาพตั้งโต๊ะรอแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวด้านหน้าทางเข้าพิพิธภัณฑ์



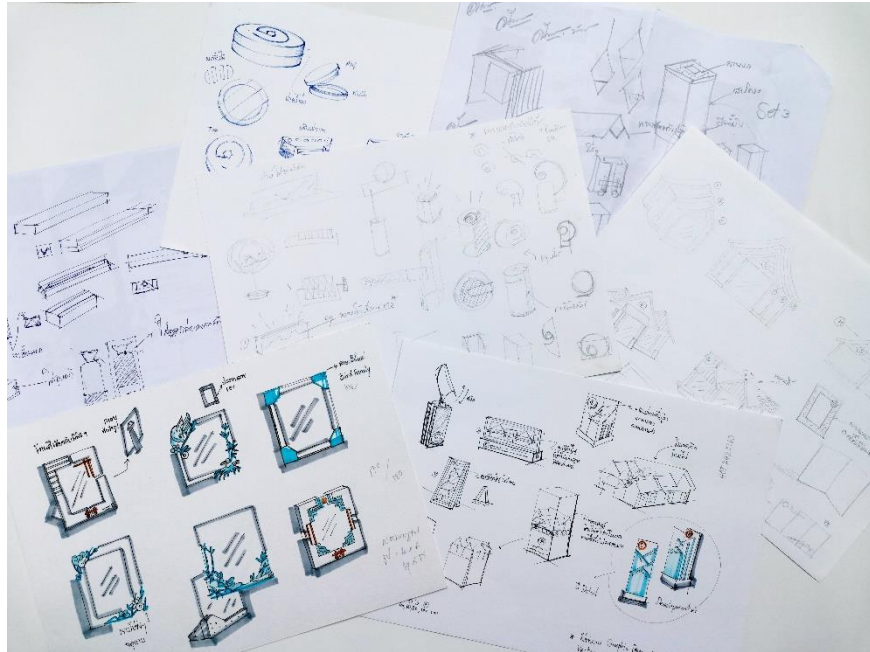
ภาพกลุ่มนักท่องเที่ยวกำลังตอบแบบสอบถาม



ภาพการสัมภาษณ์คุณปณต ใจดี เจ้าหน้าที่สัมพันธ์พิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)  
เพื่อศึกษาข้อมูลเนื้อหาพิพิธภัณฑ



ภาพการสัมภาษณ์ คุณพัทธนันท์ บุญเป็ง ตำแหน่งผู้จัดการร้านค้าพิพิธภัณฑสถานหลวงที่ ๑ (ผาง)  
เพื่อศึกษาข้อมูลสินค้าภายในร้านค้า

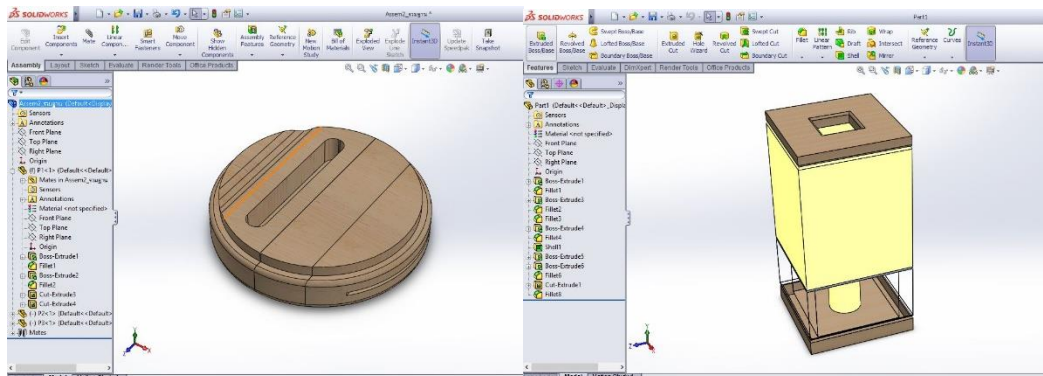


ภาพแบบร่างสินค้าที่ระลึกแต่ละประเภท

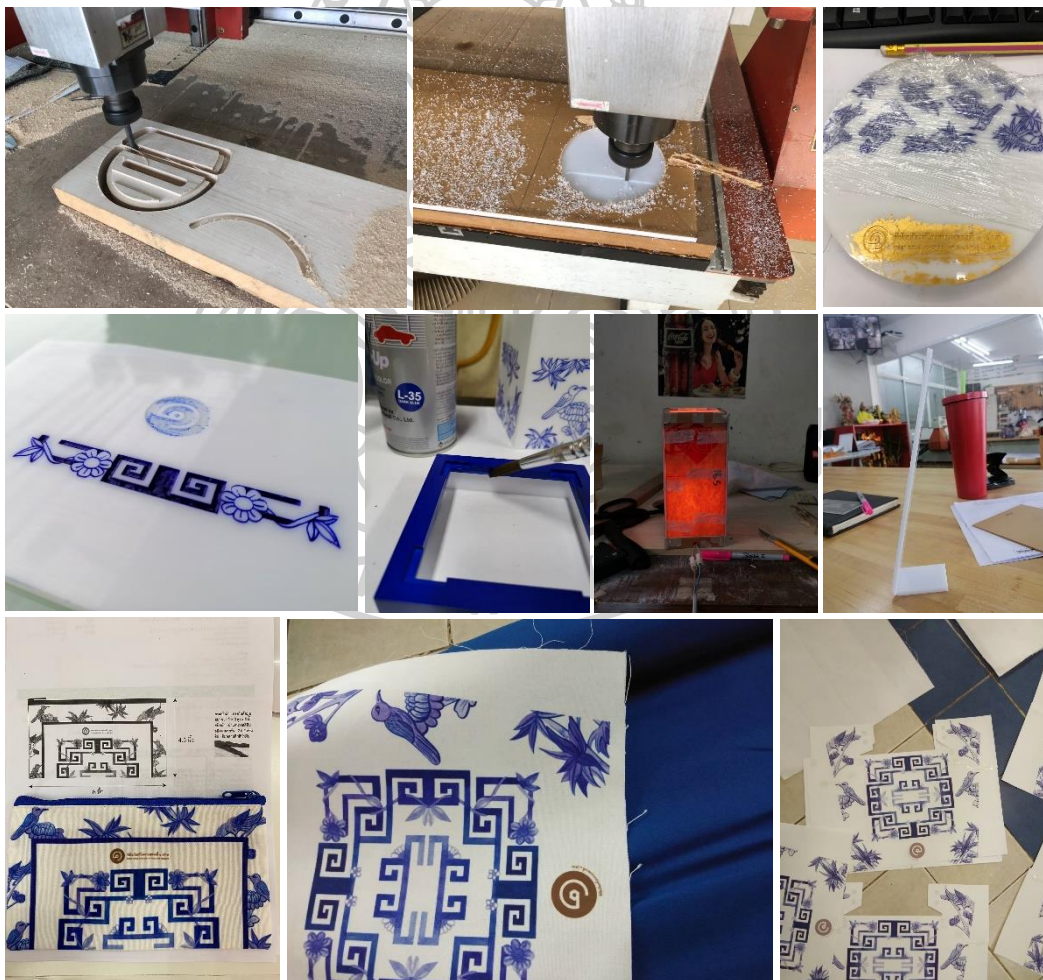


ภาพการออกแบบลวดลาย Concept Blue & White





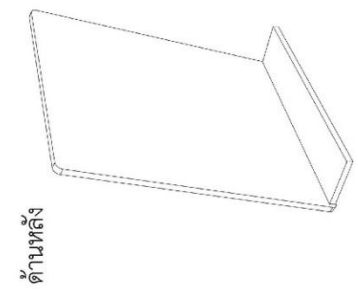
ภาพเขียนแบบด้วยโปรแกรม 3 มิติ



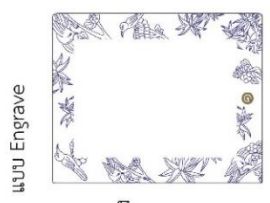
ภาพตัวอย่างขั้นตอนการผลิตสินค้าที่ระลึก



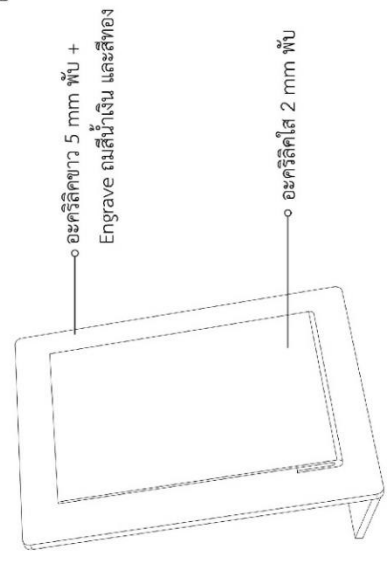




ด้านหลัง

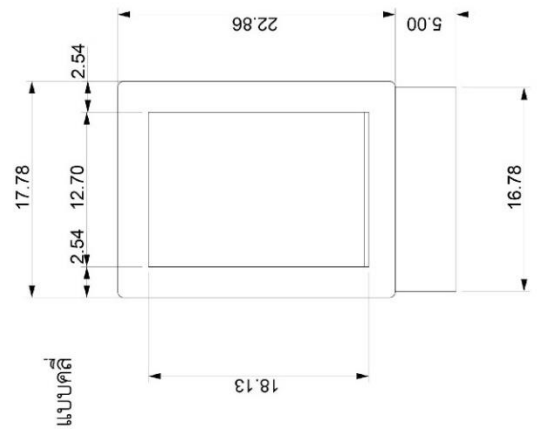


แบบ Engrave

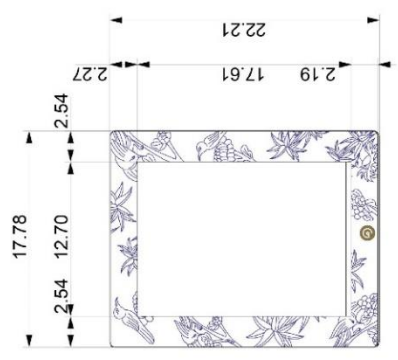


อะคริลิคขาว 5 mm พับ + Engrave ฉนวนกันเสียง และสีทอง

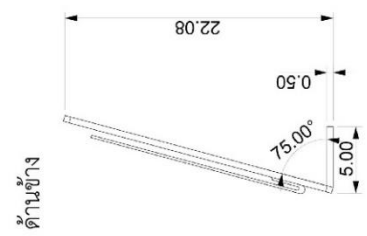
อะคริลิคใส 2 mm พับ



แบบเคลือบ

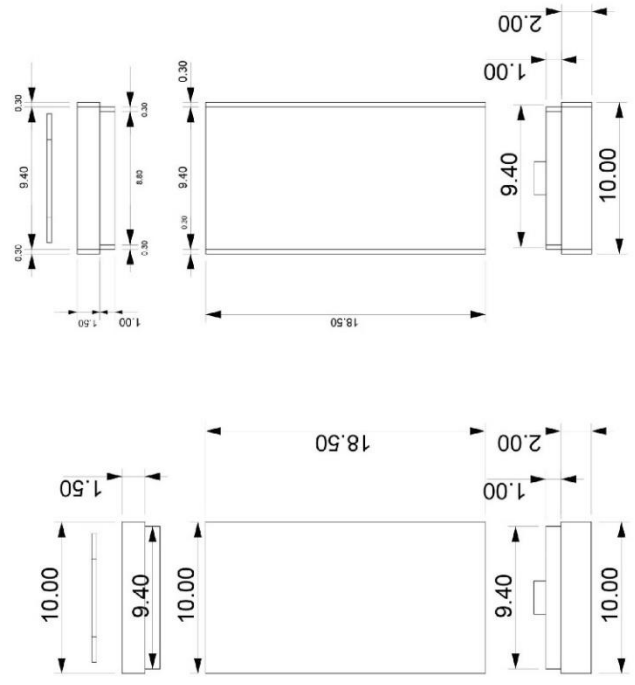
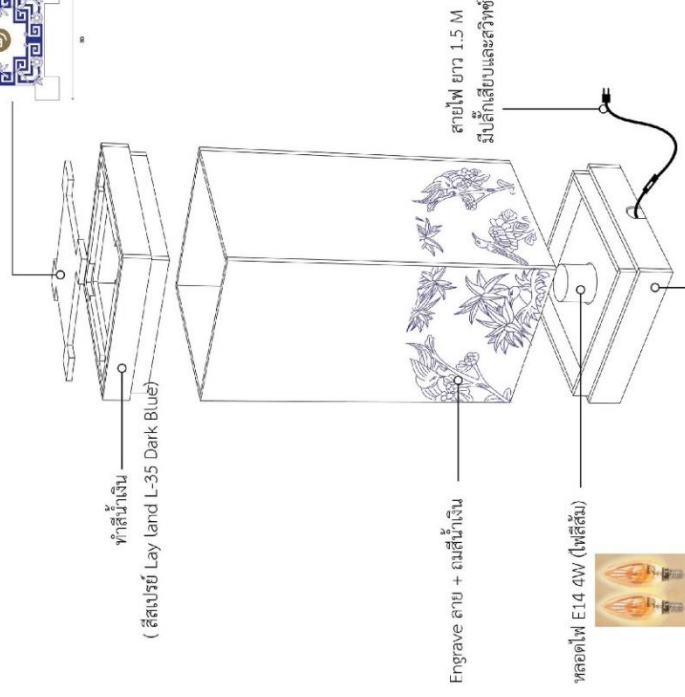


ด้านหน้า

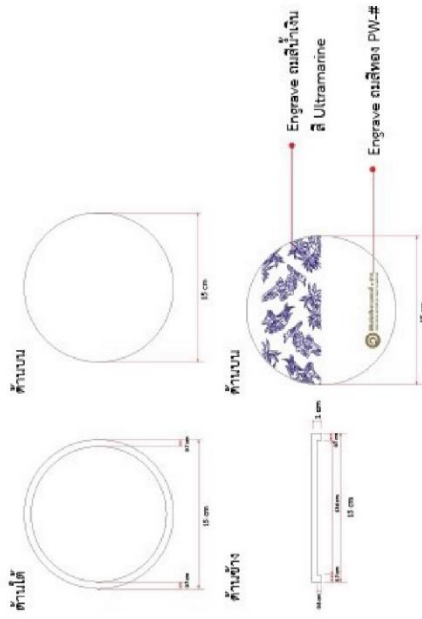


ด้านข้าง

Engrave ลาย+ฉลุน้เงินและสีทอง

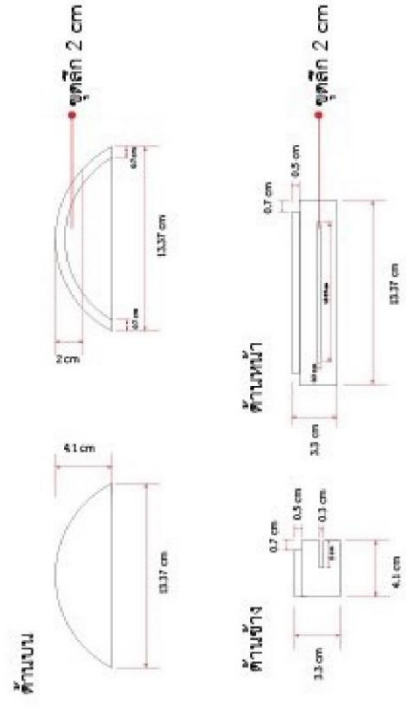


1. ผออะคริลิกขาว ทหนา 10 มม



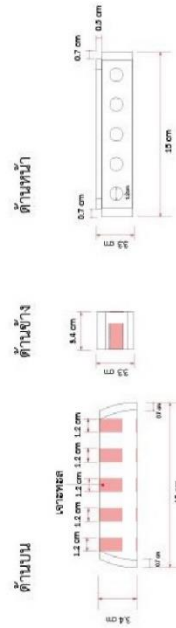
จำนวน 1 ชิ้น

2. ไม้เมเบิล ทหนา 3.3 มม



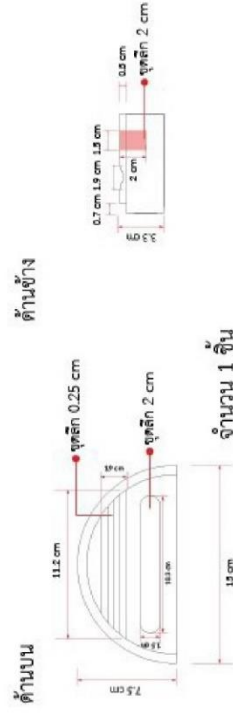
จำนวน 1 ชิ้น

3. ไม้เมเบิล ทหนา 3.3 มม

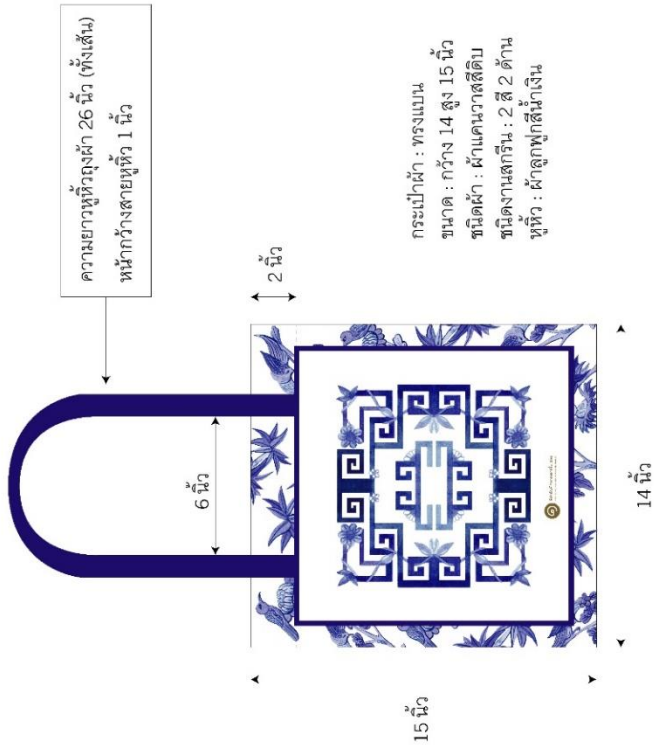


จำนวน 1 ชิ้น

4. ไม้เมเบิล ทหนา 3.3 มม



จำนวน 1 ชิ้น



กระเป๋าส้า : ทรงแบน  
ขนาด : กว้าง 14 สูง 15 นิ้ว  
ชนิดผ้า : ผ้าแคนวาสสีดิบ  
ชนิดงานเย็บ : 2 สี 2 ด้าน  
หูหิ้ว : ฝักลูกฟูกสีน้ำตาลเงิน



กระเป๋าส้า : ทรงก้นตัดมุม  
ขนาด : กว้าง 8 สูง 4.5 นิ้ว  
ชนิดผ้า : ผ้าแคนวาสสีดิบ  
ชนิดงานเย็บ : 2 สี 2 ด้าน  
ซิป : ซิปพลาสติกสีน้ำตาลเงิน





## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	น.ส.ณัฐพร เล้าสุวรรณ
วัน เดือน ปี เกิด	9 พฤษภาคม 2536
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2558 ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง) สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร พ.ศ. 2559 ศึกษาต่อปริญญาศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	126/1768 ถนนติวานนท์ ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

