

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ย่านพันซ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีผลการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งนำเสนอเป็นลำดับตามหัวข้อวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ความเป็นมาในการจัดตั้งและบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ย่านพันซ์
 2. ความต้องการในการใช้สื่อสำหรับการส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ย่านพันซ์
 3. การออกแบบสื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ย่านพันซ์
 4. แนวทางการใช้สื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ย่านพันซ์ ให้มีประสิทธิภาพผลมากขึ้น
- รายละเอียดของผลการวิจัยแต่ละหัวข้อ มีดังนี้

1. ความเป็นมาในการจัดตั้งและบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ย่านพันซ์

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 1 เพื่อศึกษาความเป็นมาของการจัดตั้งและบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีกย่านพันซ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) โดยทำการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2558 เวลา 9.00-11.00 น. ณ พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ย่านพันซ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สรุปผลการสัมภาษณ์ ได้ดังนี้

รองศาสตราจารย์ กรีก ย่านพันซ์ (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2558) เจ้าของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีกย่านพันซ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ย่านพันซ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) ดังนี้

พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู้นพันธ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) ตั้งอยู่ เลขที่ 45 หมู่ 2 ถนนอุทอง ตำบลท่าวาสกรี อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ก่อตั้งโดย รองศาสตราจารย์ กรีก ยู้นพันธ์ ผู้ซึ่งเป็นอาจารย์ประจำสาขาวิชา วรรณกรรมสำหรับเด็ก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยนอกเหนือจากบทบาทการเป็นครูแล้ว ยังเป็นนักวาดภาพประกอบและทำหนังสือสำหรับเด็กเพื่อถ่ายทอดคติสอนใจจำนวนมาก เช่น หนังสือชื่อบอลูน กระตุ๊กกระดิกกระด็อกกระแต๊ก กระต่ายน้อยหนีแม่ เป็นต้น ที่สำคัญคือ หนังสือสำหรับเด็กเรื่องชานาไทย ได้รับรางวัลนอมา (NOMA) จากประเทศญี่ปุ่น ในปี พ.ศ. 2525 ทั้งนี้ รองศาสตราจารย์ กรีก ยู้นพันธ์ มีโอกาสได้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ของเล่นกิตาฮารา (Kitahara Tin Toy Museum) ด้วยเหตุผลนี้เอง จึงเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เกิดความคิดในการสร้างพิพิธภัณฑ์ของเล่น ขึ้นในเมืองไทย

ลักษณะทางกายภาพของอาคารพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู้นพันธ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) มีลักษณะอาคารเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าหลังใหญ่ 2 ชั้น สูงโปร่งทาสี ขาวทั้งหลัง มีประตูหน้าต่างแบบบ้านสมัยเก่าทาสีฟ้าโทนสดใส ภายในแบ่งเป็นสองชั้น เมื่อเข้าชม ด้านใน จะพบกับสิ่งของมากมายที่รองศาสตราจารย์กรีก ยู้นพันธ์ เก็บสะสมมานานกว่า 20 ปี

พื้นที่จัดแสดงสิ่งของภายในพิพิธภัณฑ์นั้น แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ (1) บริเวณชั้นล่างของ อาคาร ซึ่งจัดแสดงของเล่นไทยยุคเก่าในสมัยสุโขทัย อยุธยา และรัตนโกสินทร์ เช่น ตุ๊กตาดินเผา กระปุกออมดินเผา สิ่งของเครื่องใช้ของคนไทยยุคโบราณ อาทิ เครื่องเงิน แสตมป์ พระพุทธรูป ภาพถ่ายโบราณ เครื่องรางของขลัง เครื่องแก้วอายุนับร้อยปี ปิ่นโตเก่า วิหตุโบราณ สิ่งพิมพ์ยุคแรก ของไทย หนังสือเก่า จดหมายในยุคแรกๆที่เริ่มมีการไปรษณีย์ เป็นต้น โดยสิ่งต่างๆ เหล่านี้ ได้จัด แสดงไว้ในตู้ตัวอย่างเป็นระเบียบสวยงาม นอกจากนี้ ยังมีการจัดแสดงภาพวาดลวดลายสวยงามน่ารัก แบบการ์ตูนในหนังสือสำหรับเด็ก ซึ่งเป็นฝีมือของรองศาสตราจารย์กรีก ยู้นพันธ์ และ (2) บริเวณ ชั้นบนของอาคาร ซึ่งจัดแสดงโมเดลการ์ตูนขนาดใหญ่ เช่น อุลตราแมน ซูเปอร์แมน สไปเดอร์แมน เจ้าหนุอะตอม เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีของเล่นหายากอีกมากมายกว่า 100 รายการ รวมถึงของเล่น สมัยใหม่ พระพุทธรูป เข็มตราสัญลักษณ์ เหรียญเงินตรา สิ่งของเครื่องใช้ยุคโบราณที่มีคุณค่าต่อ ประวัติศาสตร์ในอดีต

พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู้นพันธ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) ได้ชื่อว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ติดอันดับต้นๆ ของประเทศไทย ที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาว ต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ทั้งนี้ พิพิธภัณฑ์แห่งนี้ไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนสถาน หรือ โบราณสถาน แต่เป็นแหล่งรวบรวมของเล่นและสิ่งของเครื่องใช้ย้อนยุคที่สามารถทำให้

นักท่องเที่ยวรู้สึกเหมือนได้ย้อนเวลากลับไปสู่วัยเด็ก โดยพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ เปิดให้บริการระหว่างเวลา 9.00 – 16.00 นาฬิกา ในวันอังคาร ถึงวันอาทิตย์ (หยุดทุกวันจันทร์) อัตราค่าเข้าชมพิพิธภัณฑ์ผู้ใหญ่ 50 บาท และเด็ก 20 บาท

อย่างไรก็ตาม สื่อประชาสัมพันธ์ที่พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นเกริก ยूनพันธ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) ใช้ในปัจจุบัน มีเพียง 3 ประเภท ประกอบด้วย ป้ายแขวน (Banner) โบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) และเว็บไซต์ (Website) การใช้สื่อดังกล่าวมีข้อจำกัดในแง่ประเภทของสื่อที่ควรพัฒนาให้มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ เด็กเยาวชน และพ่อแม่ ผู้ปกครองได้มากขึ้นเช่นกัน

นอกจากนี้ รองศาสตราจารย์ เกริก ยूनพันธ์ เจ้าของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นเกริก ยूनพันธ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2558) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นเกริก ยूनพันธ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) ดังนี้

บทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นเกริก ยूनพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือ การให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และสภาพความเป็นอยู่ของคนยุคก่อนในวัยต่างๆ ทั้งวัยเด็กและวัยผู้ใหญ่ โดยใช้สิ่งจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์เป็นวัสดุสื่อสารข้อมูลและบอกเล่าเรื่องราว เช่น สิ่งจัดแสดงที่เป็นของเล่นของเด็กในยุคโบราณซึ่งทำจากวัสดุคงทน เช่น โลหะ โดยวัสดุคงทนดังกล่าวสะท้อนถึงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและเทคโนโลยีการผลิต ณ เวลานั้นๆ ด้วยเหตุนี้ สิ่งจัดแสดงที่เป็นของเล่นยุคโบราณ จึงไม่ใช่เพียงวัตถุที่มีอายุเก่าแก่และให้ผู้เข้าชมได้มองดูแบบผิวเผินเท่านั้น แต่ของเล่นยุคโบราณเป็นวัตถุทรงคุณค่าที่สื่อสารข้อมูลและบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และสภาพความเป็นอยู่ในยุคก่อนได้

นอกจากนี้ ในกรณีที่มีการเข้าชมเป็นหมู่คณะ เช่น คณะครูและนักเรียนจากโรงเรียนต่างๆ ที่ประสานงานล่วงหน้า ทางพิพิธภัณฑ์ ได้จัดวิทยากรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ในเชิงประวัติศาสตร์ รวมทั้งนำหมู่คณะให้ทำกิจกรรมส่งเสริมความรู้ควบคู่กับเล่นเกมที่สร้างความสนุกสนานไปพร้อมกัน

ทั้งนี้ ในปัจจุบัน มีผู้เข้าชมกลุ่มต่างๆ เข้ามาเยี่ยมชมที่พิพิธภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาและมัธยมศึกษาที่มาเยี่ยมชมครั้งละอย่างน้อย 50 คนขึ้นไป นอกจากนี้ คนในพื้นที่ใกล้เคียงในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาก็ยังพาบุตรหลานมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ด้วย ดังนั้น เมื่อก้าวถึงบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นเกริก ยूनพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงมีความเห็นว่า พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นเกริก ยूनพันธ์เป็น

แหล่งเรียนรู้ชุมชนที่ให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และสภาพความเป็นอยู่ของคนยุคก่อนในวัยต่างๆ ทั้งวัยเด็กและวัยผู้ใหญ่โดยใช้สิ่งจัดแสดงเป็นวัตถุในการสื่อสารข้อมูลและบอกเล่าเรื่องราว ซึ่งการเป็นแหล่งเรียนรู้ดังกล่าวมีลักษณะสอดคล้องกับการจัดการศึกษาแบบนอกระบบโรงเรียนได้เช่นกัน

2. ความต้องการในการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู่นพันธ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun)

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 1 เพื่อศึกษาความต้องการในการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู่นพันธ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) โดยทำการสัมภาษณ์รองศาสตราจารย์ กรีก ยู่นพันธ์ เจ้าของพิพิธภัณฑ์ดังกล่าว เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2558 เวลา 9.00-11.00 น. ณ พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู่นพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สรุปผลการสัมภาษณ์ ได้ดังนี้

รองศาสตราจารย์ กรีก ยู่นพันธ์ เจ้าของพิพิธภัณฑ์ (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2558) กล่าวถึงสื่อเดิมที่ใช้ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู่นพันธ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) ซึ่งปัจจุบันมีสื่อเพียง 3 ประเภท ประกอบด้วย โบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) ป้ายแขวน (Banner) และเว็บไซต์ (Website)

ลักษณะของสื่อเดิมแต่ละประเภทที่ใช้ในปัจจุบัน มีดังนี้ คือ 1) โบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) ที่แจกนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู่นพันธ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) ซึ่งพิพิธภัณฑ์ออกแบบเองและจ้างร้านค้าผลิตให้ โดยเป็นภาพสี ส่วนองค์ประกอบภายในสื่อดังกล่าว คือ มีภาพถ่ายเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ข้อความเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือน และข้อมูลสถานที่ตั้งและเบอร์ติดต่อ 2) ป้ายแขวน (Banner) เป็นป้ายไว้นิลที่ติดตั้งบริเวณด้านหน้าทำการของพิพิธภัณฑ์ และบริเวณส่วนหน้าของร้านอาหาร โดยมีองค์ประกอบภายในสื่อเหมือนกับโบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) กล่าวคือ มีภาพถ่ายเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ข้อความเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือน ข้อมูลสถานที่ตั้งและเบอร์ติดต่อ และ 3) เว็บไซต์ (Website) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์โดยตรง และประกอบด้วยภาพกิจกรรม ภาพถ่ายของจัดแสดง ข้อมูลสถานที่ตั้งและเบอร์ติดต่อเช่นเดียวกับสื่อ 2 ประเภทแรก

ทั้งนี้ เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์ฯ ดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น ยังมีความไม่หลากหลาย และยังไม่สวยงามหรือดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายได้มากเท่าที่ควร ดังนั้น การรับรู้ข่าวสาร

ของกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยววัยเด็ก เยาวชน พ่อแม่ผู้ปกครอง และบุคคลทั่วไปนั้น ส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากการบอกต่อ (Word of mouth) และการพบเห็นข้อมูลของพิพิธภัณฑ์จากเว็บไซต์ ซึ่งช่องทางการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวอาจมีผลทำให้กลุ่มเป้าหมายหลักได้รับทราบข่าวสารของพิพิธภัณฑ์ฯ ได้ไม่มากหรือไม่กว้างไกลเท่าที่ควร

อย่างไรก็ตาม หากกล่าวถึงประเภทและคุณสมบัติของสื่อที่ต้องการปรับปรุงหรือพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ด้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้บรรลุเป้าหมายมากขึ้นนั้น มีความคิดเห็นว่าการเลือกสื่อประเภทที่กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้ง่าย ชัดเจน และไม่ซับซ้อน และเสนอว่า ควรออกแบบสื่อเพิ่มเติมอีก 7 ประเภท ประกอบด้วย (1) ถุงใส่สินค้าของที่ระลึกของพิพิธภัณฑ์ (Bag) (2) สติกเกอร์ตราเฉพาะของพิพิธภัณฑ์เพื่อติดขวดน้ำดื่ม (House Brand Sticker) (3) ป้ายบอกทางเข้าพิพิธภัณฑ์ (Direction Sign) (4) ป้ายโฆษณาพิพิธภัณฑ์ (Billboard) (5) ป้ายหน้าร้านอาหารภายในพิพิธภัณฑ์ (Cafeteria Sign) (6) แผ่นพับ (Pamphlet) และ (7) เสื้อที่มีตราเฉพาะของพิพิธภัณฑ์ (House Brand T-Shirt)

นอกจากนี้ รองศาสตราจารย์ กรีก ยूनพันธ์ ยังมีความเห็นว่า หากต้องออกแบบสื่อเพิ่มเติมทั้ง 7 ประเภทตามที่ระบุข้างต้น ผู้ออกแบบควรกำหนดแนวคิดหลัก (Concept) ในการออกแบบที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ (Image) “ความสนุก ความสดใส และโลกสวยจากวันวานถึงปัจจุบัน” ของพิพิธภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย (1) การเลือกใช้คู่สีตามความเหมาะสม ซึ่งได้แก่ คู่สีส้ม-ฟ้า คู่สีขาว-ดำ คู่สีแดง-ดำ คู่สีเขียว-ชมพู และคู่สีเหลือง-ฟ้า (2) การเลือกใช้ตัวการ์ตูนหลักของพิพิธภัณฑ์ตามความเหมาะสม ซึ่งได้แก่ การ์ตูนรูปช้าง นก กระต่าย และหุ่นยนต์ โดยลักษณะของตัวการ์ตูนหลักของพิพิธภัณฑ์นั้น ควรเน้นความเรียบง่าย เบาบาง และสื่อความสนุกสนาน และความน่ารักสดใส เพื่อสื่ออารมณ์แบบเด็กๆ ของตัวการ์ตูน

3. การออกแบบสื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ด้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.1 กระบวนการออกแบบผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรก

3.1.1 การวิเคราะห์สื่อเดิมของพิพิธภัณฑ์ด้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์การใช้สื่อเดิมของพิพิธภัณฑ์ด้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการวิเคราะห์ พบว่า ภายใน

กระบวนการสื่อสารด้วยสื่อเดิม 3 ประเภทของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในปัจจุบันนั้น ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก คือ 1) ผู้ส่งสาร (Sender) ซึ่งหมายถึงพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ ที่เป็นผู้จัดทำสื่อเดิม 3 ประเภท (โบรชัวร์ขนาดเล็ก ป้ายแขวน และ เว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์โดยตรง) 2) สาร (Message) ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารที่เป็นทั้งภาพและตัวอักษรที่ปรากฏในสื่อเดิมทั้ง 3 ประเภท ซึ่งนำเสนอภาพอาคารพิพิธภัณฑ์ และภาพสิ่งของจัดแสดงบางส่วน รวมทั้งข้อความที่ให้ข้อมูลสถานที่ตั้ง และเบอร์ติดต่อ และ 3) สื่อกลาง (Channel or Medium) อันได้แก่ สื่อเดิม 3 ประเภท แต่ทั้งนี้ เมื่อเทียบกับองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในทฤษฎีการสื่อสารนั้น จะพบว่า ภายในกระบวนการสื่อสารด้วยสื่อเดิมทั้ง 3 ประเภทของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในปัจจุบันยังขาดอีก 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบ “ผู้รับสาร” (Receiver) ซึ่งหมายถึง กลุ่มเด็ก เยาวชน พ่อแม่ ผู้ปกครอง และบุคคลทั่วไป ที่เดินทางเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ และองค์ประกอบ “ข้อมูลย้อนกลับจากผู้รับสาร” (Feedback)

ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่เข้าเยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่มีการรับรู้ข่าวสารและเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์จากการบอกต่อ (Word of mouth) เกี่ยวกับข้อมูลของพิพิธภัณฑ์ ไม่ใช่เดินทางเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์เพราะรับรู้ข้อมูลจากสื่อเดิมทั้ง 3 ประเภทของพิพิธภัณฑ์โดยตรง ดังนั้น ภายในกระบวนการสื่อสารด้วยสื่อเดิมทั้ง 3 ประเภทของพิพิธภัณฑ์จึงยังขาดองค์ประกอบ “ผู้รับสาร” (Receiver)

นอกจากนี้ แม้สื่อเดิมทั้ง 3 ประเภทของพิพิธภัณฑ์ฯ มุ่งสื่อสารข้อมูลเพื่อเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์เป็นหลัก แต่ยังไม่ได้กำหนดช่องทางให้กลุ่มเป้าหมายได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์หลังการเยี่ยมชมผ่านสื่อเดิมทั้ง 3 ประเภท จึงสะท้อนให้เห็นว่า สื่อเดิมของพิพิธภัณฑ์ฯ ยังไม่มีช่องทางการสื่อสารข้อมูลย้อนกลับจากผู้รับสาร (Feedback) เมื่อเป็นเช่นนี้ จึงยังไม่เกิดข้อมูลย้อนกลับจากผู้รับสาร (Feedback) อันสะท้อนมาจากการใช้สื่อเดิมดังกล่าวเช่นกัน

เมื่อพิจารณาแนวคิดเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาด ควบคู่กับการพิจารณาผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 1 ที่ดำเนินการสัมภาษณ์รองศาสตราจารย์ กรีก ยूनพันธ์ ซึ่งระบุว่า สื่อประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์ฯ มีเพียง 3 ประเภทหลัก (โบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) ป้ายแขวน (Banner) และ เว็บไซต์ (Website) ของพิพิธภัณฑ์โดยตรง) นั้น จึงกล่าวได้ว่า ช่องทางการตลาดและรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่พิพิธภัณฑ์ฯ ได้ใช้โดยผ่านสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบันนั้น ยังอยู่ในขอบเขตจำกัดอันเนื่องมาจากสื่อที่ใช้ไม่มีความหลากหลายในแง่ประเภทของ

สื่อและไม่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้มากเท่าที่ควร ซึ่งส่งผลให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์และบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีกยูนิพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ถูกจำกัดตามไปด้วย

เมื่อพิจารณาองค์ความรู้เรื่องการประเมินสารตามแนวคิดทางนิเทศศาสตร์เปรียบเทียบกับองค์ประกอบภายในสื่อเดิม 3 ประเภท (ซึ่งได้แก่ โบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) ป้ายแขวน (Banner) และ เว็บไซต์ (Website) ของพิพิธภัณฑ์โดยตรง) ที่เป็นช่องทางสื่อสารข้อมูลของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีกยูนิพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในปัจจุบันนั้น จะพบว่า ในสื่อดังกล่าวประกอบด้วย “รหัสของสาร” (Message code) ทั้ง 2 ลักษณะ คือ 1) รหัสของสารที่ใช้คำ (verbal message codes) ได้แก่ คำหรือกลุ่มคำที่เป็นภาษาเขียนเพื่อสื่อสารเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ ฯ และ 2) รหัสของสารที่ไม่ใช้คำ (non-verbal message codes) ได้แก่ ภาพกิจกรรม ภาพสิ่งจัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ ฯ และตราสัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ ฯ ที่นำมาแสดงให้เห็นเพื่อสื่อข้อมูลเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ ฯ อย่างไรก็ตาม จากผลการสัมภาษณ์รองศาสตราจารย์ กรีก ยูนิพันธ์ ที่ระบุว่า สื่อประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์ ฯ ทั้ง 3 ประเภทหลัก (โบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) ป้ายแขวน (Banner) และ เว็บไซต์ (Website) ของพิพิธภัณฑ์โดยตรง) ยังไม่สวยงามหรือดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายได้มากเท่าที่ควร ดังนั้น แม้สื่อดังกล่าวจะมีการใช้รหัสของสารทั้ง 2 ลักษณะแต่ยังต้องอาศัยหลักการออกแบบมาปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์และการจัดวางตำแหน่งของรหัสของสารทั้ง 2 ลักษณะให้มีความสวยงามและดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น

3.1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบสื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีกยูนิพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.1.2.1 จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับพิพิธภัณฑ์เด็ก โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก 5 คน ดังนี้ (1) รองศาสตราจารย์ จารุพรรณ ทรัพย์ปรง คณบดี คณะศิลปกรรมศาสตร์ และอาจารย์ ดร. ยศนันท์ เข้มเมือง อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาศิลปกรรม สัมภาษณ์ ณ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล, 16 พฤศจิกายน 2558) (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรุงยศ อรัญยะนาถ และอาจารย์ธีระ ราชพล อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศิลป์ คณะนิเทศศาสตร์ สัมภาษณ์ ณ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล, 17 พฤศจิกายน 2558) และ (3) อาจารย์ปวรรต จันท์เพ็ญ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการ

โฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ สัมภาษณ์ ณ มหาวิทยาลัยสยาม (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล, 18 พฤศจิกายน 2558) สรุปผลการสัมภาษณ์ ได้ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 5 คน กล่าวถึงแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับพิพิธภัณฑ์เด็กและสำหรับพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู้นพันธ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) สรุปได้ว่า หากเป็นการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับพิพิธภัณฑ์เด็ก ผู้ออกแบบควรคำนึงถึง “ภาพที่เข้าถึงจิตใจเด็กได้ดี” ซึ่งอาจเป็นภาพการ์ตูนหรือภาพลักษณะอื่นๆ ที่ ออกแบบจากจินตนาการที่ไม่สื่อถึงความโหดร้าย แต่สื่อถึงความสนุก ความสุข ความสวยงาม ความเพลิดเพลินที่ได้ท่องเที่ยวในโลกของจินตนาการ และแม้ว่ากลุ่มเป้าหมายหลักของพิพิธภัณฑ์ ส่วนหนึ่งจะเป็นกลุ่มพ่อแม่ผู้ปกครองหรือครูอาจารย์ที่เป็นผู้นำเด็กและเยาวชนเดินทางไปศึกษาหา ความรู้ในห้องเรียนจากพิพิธภัณฑ์เด็กก็ตาม สื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์เด็ก ก็ยังต้องออกแบบ ให้ “ดึงดูดเด็ก” เป็นเป้าหมายแรกอยู่แล้ว ทั้งนี้ หากให้ความเห็นเป็นการเฉพาะเจาะจงสำหรับแนว ทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู้นพันธ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) นั้น ผู้ออกแบบควรนำแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับ พิพิธภัณฑ์เด็กมาประยุกต์ใช้พร้อมกับผสมผสาน “ลักษณะเฉพาะ” เกี่ยวกับ แนวคิดหลัก (Concept) และภาพลักษณ์ (Image) ของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู้นพันธ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) เพื่อให้เกิดผลงานการออกแบบที่สอดคล้องกับ “ลักษณะเฉพาะ” และสามารถนำไปใช้ งานได้จริง เช่น การใช้คู่สีและตัวการ์ตูนหลักที่เป็นภาพลักษณ์ (Image) ของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่น กรีก ยู้นพันธ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) มาเป็นองค์ประกอบหลักในการ ออกแบบ เป็นต้น

3.1.2.2 จากการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อเดิมของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่น กรีก ยู้นพันธ์ ด้วยวิธีการตอบแบบสอบถามประกอบภาพตัวอย่างสื่อเดิม 3 ประเภทของพิพิธภัณฑ์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถาม คือ นักท่องเที่ยวที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์ วัยเด็ก 20 คน วัยผู้ใหญ่ 20 คน รวม ทั้งสิ้น 40 คน นั้น ผลจากแบบสอบถามสะท้อนให้เห็นถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อเดิมของ พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู้นพันธ์ และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายของ พิพิธภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้

ผู้ชมพิพิธภัณฑ์วัยเด็กจำนวน 17 คนหรือร้อยละ 85 จากทั้งหมด 20 คน อายุ ระหว่าง 8-10 ปี ศึกษาอยู่ชั้นประถมปีที่ 4-6 มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันสรุปได้ว่า คุณครูที่ โรงเรียน เป็นผู้พามาเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์แห่งนี้ โดยตนเองไม่เคยใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลเว็บไซต์

ของพิพิธภัณฑ์โดยตรงเพราะสนใจหาข้อมูลด้านอื่นมากกว่า เช่น เกม หนังสือการ์ตูน เป็นต้น เมื่อได้มาเที่ยวในพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ ก็เพิ่งจะเห็น โบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) และป้ายแขวน (Banner) ของพิพิธภัณฑ์โดยไม่เคยเห็นสื่อทั้ง 2 ประเภทก่อนหน้านี้ ดังนั้น จึงยังไม่เคยรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์แห่งนี้มาก่อน อย่างไรก็ตาม เมื่อได้เห็นสื่อ โบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) และป้ายแขวน (Banner) ของพิพิธภัณฑ์ (สื่อเดิมของพิพิธภัณฑ์) มีความคิดเห็นว่า สิ่งที่โดดเด่นในสื่อ คือ ภาพตัวการ์ตูนหุ่นยนต์ ส่วนตัวหนังสือในสื่อ นั้น ตนเองไม่ได้สนใจอ่าน เพราะมีวิทยากรมาเล่าเรื่องราวต่างๆ ให้ฟังแล้ว

ผู้ชมพิพิธภัณฑ์วัยเด็กจำนวน 3 คนหรือร้อยละ 15 จากทั้งหมด 20 คน อายุระหว่าง 8-10 ปี ศึกษาอยู่ชั้นประถมปีที่ 4-6 มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันสรุปได้ว่า พ่อแม่เป็นผู้พาเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์แห่งนี้ แต่ไม่แน่ใจว่า พ่อแม่เป็นผู้หาข้อมูลของพิพิธภัณฑ์เองหรือไม่ อย่างไรก็ตาม พ่อแม่ได้เคยเปิดเว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์ด้านของเล่นกรีก ยูนิพันธ์ ให้ตนเองดู ซึ่งตนเองมีความคิดเห็นว่า ตัวการ์ตูนในเว็บไซต์ดังกล่าวมีความน่ารัก และภาพทิวทัศน์รอบๆ อาคารพิพิธภัณฑ์แห่งนี้สวยงามเหมือนสวนสาธารณะที่พ่อแม่เคยพาไปทำให้พิพิธภัณฑ์แห่งนี้ น่าท่องเที่ยว

ผู้ชมพิพิธภัณฑ์วัยผู้ใหญ่จำนวน 15 คนหรือร้อยละ 75 จากทั้งหมด 20 คน อายุระหว่าง 30-45 ปี ประกอบกิจการส่วนตัว อาศัยในกรุงเทพมหานคร มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันสรุปได้ว่า มาเที่ยวพิพิธภัณฑ์ด้านของเล่นกรีก ยูนิพันธ์ เนื่องจากต้องการมาท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่แล้ว โดยเฉพาะวัดและตลาดน้ำ ซึ่งสถานที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์ด้านของเล่นกรีก ยูนิพันธ์ อยู่ในเส้นทางที่เป็นทางผ่านกลับกรุงเทพมหานคร ประกอบการเป็นเส้นทางที่ขับรถสะดวก จึงพาลูกหลานแวะมาท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับโบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) ป้ายแขวน (Banner) และเว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์ (สื่อเดิมของพิพิธภัณฑ์) นั้น มีความคิดเห็นว่า ตนเองไม่ได้รับแจกสื่อสิ่งพิมพ์ (โบรชัวร์ขนาดเล็ก) ของพิพิธภัณฑ์ อาจเป็นเพราะพิพิธภัณฑ์มีสถานที่ตั้งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจึงไม่จำเป็นต้องแจกสื่อสิ่งพิมพ์ในยังคนในกรุงเทพมหานคร ส่วนป้ายแขวน (Banner) ของพิพิธภัณฑ์นั้น เพิ่งได้มาเห็นเมื่อมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์เช่นเดียวกับสื่อสิ่งพิมพ์ (โบรชัวร์ขนาดเล็ก) ส่วนเว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์นั้น ตนเองเคยพบเห็นมาบ้างจากเว็บไซต์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งนี้ เมื่อเห็นโบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) ป้ายแขวน (Banner) และเว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์ (สื่อเดิมของพิพิธภัณฑ์) นั้น มีความเห็นว่า สื่อทั้ง 3 ประเภท มีภาพประกอบที่สวยงาม น่ารัก เหมาะสำหรับผู้ชมเด็กๆ ให้เข้ามาเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์ โดยเฉพาะภาพประกอบในเว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์ มีความรู้สึกว่าจะจัดแสดง

ภายในอาคารพิพิธภัณฑ์ โดยเฉพาะของเล่นและสิ่งของเครื่องใช้ยุคโบราณ มีความน่าสนใจ และทำให้ย้อนนึกถึงชีวิตวัยเด็กของตนเอง รวมทั้งอยากให้ลูกหลานไปเที่ยวพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ เพราะคิดว่าไม่ว่าจะเป็นของเล่นยุคไหน เด็กย่อมชอบและให้ความสนใจทั้งสิ้น โดยมีความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า พิพิธภัณฑ์แห่งนี้ น่าจะมีสิ่งจัดแสดงที่ให้ความรู้แก่เด็กๆ ได้มากกว่าที่จะเข้าเยี่ยมชมในเว็บไซต์เพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตาม พิพิธภัณฑ์แห่งนี้ ยังมีข้อจำกัดในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ จึงทำให้พ่อแม่ผู้ปกครองไม่ได้รับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์

ผู้ชมพิพิธภัณฑ์วัยผู้ใหญ่จำนวน 5 คนหรือร้อยละ 25 จากทั้งหมด 20 คน อายุระหว่าง 30-45 ปี ประกอบกิจการส่วนตัว 3 คน เป็นพนักงานบริษัทเอกชน 1 คน และรับราชการ 1 คน อาศัยในกรุงเทพมหานคร 3 คน และในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2 คน มีความเห็นดังนี้ คือ ผู้ชมพิพิธภัณฑ์วัยผู้ใหญ่จำนวน 2 คน พาลูกหลานมาเที่ยวพิพิธภัณฑ์ด้านของเล่นกรีกยูเนียนซ์ เนื่องจากขับรถผ่านระหว่างเดินทางไปทำงานหลายวันก่อนหน้านี และในวันหยุดจึงพาลูกหลานมาเที่ยวพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับ โบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) ป้ายแขวน (Banner) และเว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์ (สื่อเดิมของพิพิธภัณฑ์) นั้น มีความคิดเห็นว่า แม้จะเป็นคนในพื้นที่ซึ่งอาศัยอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่แล้วก็ตาม แต่ตนเองก็ไม่ได้รับแจกสื่อสิ่งพิมพ์ (โบรชัวร์ขนาดเล็ก) ส่วนป้ายแขวน (Banner) ของพิพิธภัณฑ์นั้น เพิ่งได้มาเห็นเมื่อมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์เช่นเดียวกับสื่อสิ่งพิมพ์ (โบรชัวร์ขนาดเล็ก) ส่วนเว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์นั้น ตนเองไม่ได้สนใจเข้าระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์ เพราะคิดว่าเป็นคนในพื้นที่อยู่แล้วและเดินทางผ่านพิพิธภัณฑ์แห่งนี้เป็นประจำ จึงไม่จำเป็นต้องสืบค้นข้อมูลใดๆ อย่างไรก็ตาม เมื่อได้เห็น โบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) และป้ายแขวน (Banner) ของพิพิธภัณฑ์ (สื่อเดิมของพิพิธภัณฑ์) มีความคิดเห็นว่า สื่อดังกล่าว ใช้ภาพการ์ตูนน่ารัก แต่ยังไม่น่าสนใจมากเท่าที่ควร ควรปรับการออกแบบสื่อให้น่าสนใจมากขึ้น สร้างสื่อที่หลากหลายประเภทมากขึ้น และที่สำคัญ ควรมีการเผยแพร่สื่อไปยังคนในพื้นที่และคนนอกพื้นที่ให้มากขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้ เพราะพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ เป็นแหล่งเรียนรู้ชีวิตวัยเด็กของคนรุ่นก่อนๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้ของเด็กรุ่นใหม่

3.1.3 การออกแบบผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรก

จากผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 1 ที่ดำเนินการสัมภาษณ์รองศาสตราจารย์ กรีก ยูเนียนซ์ เพื่อศึกษาความต้องการในการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ด้านของเล่นกรีก ยูเนียนซ์ (Million Toy Museum By

Krirk Yoonpun) รวมทั้งผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 1 ที่ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบสื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีกยู่นพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และผลจากแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อเดิมของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู่นพันธ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายจำนวน 40 คนดังกล่าวข้างต้น ประกอบกับการประยุกต์ใช้องค์ความรู้เกี่ยวกับหลักการออกแบบสื่อทางนิเทศศิลป์ ผู้วิจัยได้นำมาพิจารณาและใช้เป็นข้อมูลหลักในการออกแบบผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรก โดยดำเนินการออกแบบในช่วงระหว่างวันที่ 20 พฤศจิกายน ถึง วันที่ 28 ธันวาคม 2558 เพื่อเตรียมนำไปสู่การพิจารณาและทดสอบสื่อในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 2 เพื่อปรับปรุงผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรก ผู้ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ซึ่งจะดำเนินการในลำดับต่อไป

แนวทางการออกแบบผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรก ที่ผู้วิจัยดำเนินการเอง มีดังนี้

3.1.3.1 ใช้แนวคิดหลัก (Concept) ในการออกแบบให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ (Image) “ความสนุก ความสดใส และ โลกาสวยจากวันวานถึงปัจจุบัน” ของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู่นพันธ์ โดยใช้รูปการ์ตูน เส้น และสี เป็นองค์ประกอบศิลป์หลักๆ ในการออกแบบเพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ (Image) ดังกล่าว

3.1.3.2 การเลือกใช้คู่สีทุกคู่ให้เกิดความสวยงามที่ลงตัว ซึ่งประกอบด้วย คู่สีส้ม-ฟ้า คู่สีขาว-ดำ คู่สีแดง-ดำ คู่สีเขียว-ชมพู และคู่สีเหลือง-ฟ้า

3.1.3.3 การเลือกใช้ตัวการ์ตูนหลักของพิพิธภัณฑ์เป็น “องค์ประกอบเด่น” ซึ่งได้แก่ การ์ตูนรูปช้าง นก กระต่าย และหุ้ยนยนต์ โดยสร้างสรรค์ตัวการ์ตูนที่เน้นความเรียบง่ายเบาบาง เพื่อสื่อความสนุกสนาน และความน่ารักสดใส และอารมณ์แบบเด็กๆ ของตัวการ์ตูน

3.1.3.4 ออกแบบสื่อในประเภทต่างๆ ที่หลากหลายมากขึ้น จากสื่อเดิม 3 ประเภท เป็นสื่อใหม่ 7 ประเภท ดังนี้

- 1) ถุงใส่สินค้าของที่ระลึกของพิพิธภัณฑ์ (Bag)
- 2) สติกเกอร์ตราเฉพาะของพิพิธภัณฑ์เพื่อติดขวดน้ำดื่ม (House Brand Sticker)
- 3) ป้ายบอกทางเข้าพิพิธภัณฑ์ (Direction Sign)
- 4) ป้ายโฆษณาพิพิธภัณฑ์ (Billboard)
- 5) ป้ายหน้าร้านอาหารภายในพิพิธภัณฑ์ (Cafeteria Sign)
- 6) แผ่นพับ (Pamphlet)

7) เสื้อที่มีตราเฉพาะของพิพิธภัณฑ (House Brand T-Shirt)

3.2 การปรับปรุงผลงานต้นแบบเสื้อ ฉบับแรก ผู้ผลงานต้นแบบเสื้อ ฉบับสมบูรณ์

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 2 ซึ่งดำเนินการสัมภาษณ์รองศาสตราจารย์ เกริก ยूनพันธ์ เมื่อวันที่ 10 มกราคม 2559 เวลา 11.00-12.30 น. และสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายจำนวน 40 คน ในวันเดียวกัน เมื่อเวลา 13.00-16.30 น. รวมทั้งสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 2 ที่ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ระหว่างวันที่ 12-14 มกราคม 2559 ซึ่งการดำเนินการทั้งหมดข้างต้นมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับผลงานต้นแบบเสื้อ ฉบับแรกซึ่งออกแบบโดยผู้วิจัย และเพื่อทดสอบคุณภาพของผลงานต้นแบบเสื้อ ฉบับแรก ดังกล่าว โดยผู้วิจัยจะได้นำความคิดเห็นที่ได้ไปปรับปรุงและจัดทำเป็นผลงานต้นแบบเสื้อ ฉบับสมบูรณ์ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป

การสัมภาษณ์และการสอบถามความคิดเห็นดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยดำเนินการโดยใช้เกณฑ์การทดสอบสี่ที่ระบุไว้ในบทที่ 3 ประกอบด้วยเกณฑ์ 5 ด้าน คือ เกณฑ์ด้านความสวยงามของเสื้อ เกณฑ์ด้านความสะดวกในการได้รับข้อมูลจากเสื้อ เกณฑ์ด้านปริมาณข้อมูลที่ได้จากเสื้อ เกณฑ์ด้านประโยชน์จาก “สาร” (Message) ที่ปรากฏในเสื้อ และเกณฑ์ด้านความสามารถของเสื้อในการโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายให้สนใจเดินทางมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑและสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

ทั้งนี้ ผลการสัมภาษณ์รองศาสตราจารย์ เกริก ยूनพันธ์ ครั้งที่ 2 ผลจากแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายจำนวน 40 คน ครั้งที่ 2 และผลการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ครั้งที่ 2 ตามหัวข้อการทดสอบสี่ข้างต้น สามารถสรุปเป็นข้อคิดเห็น 2 ประการหลัก คือ ข้อดีของผลงานต้นแบบเสื้อ ฉบับแรก และข้อควรปรับปรุงในผลงานต้นแบบเสื้อ ฉบับแรก ดังนี้

3.2.1 ข้อดีของผลงานต้นแบบเสื้อ ฉบับแรก

3.2.1.1 ความสวยงามของเสื้อ เมื่อพิจารณาผลงานต้นแบบเสื้อ ฉบับแรกในภาพรวม ซึ่งประกอบด้วยเสื้อใหม่ 7 ประเภท ได้แก่ 1) ถุงใส่สินค้าของที่ระลึกของพิพิธภัณฑ (Bag) 2) สติกเกอร์ตราเฉพาะของพิพิธภัณฑเพื่อติดขวดน้ำดื่ม (House Brand Sticker) 3) ป้ายบอกทางเข้าพิพิธภัณฑ (Direction Sign) 4) ป้ายโฆษณาพิพิธภัณฑ (Billboard) 5) ป้ายหน้าร้านอาหารภายในพิพิธภัณฑ (Cafeteria Sign) 6) แผ่นพับ (Pamphlet) และ 7) เสื้อที่มีตราเฉพาะของพิพิธภัณฑ (House Brand T-Shirt) นั้น รองศาสตราจารย์ เกริก ยूनพันธ์ (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล ครั้งที่ 2, 10

มกราคม 2559) มีความเห็นว่า สื่อทั้ง 7 ประเภท สามารถนำเสนอคู่สีหลักของพิพิธภัณฑสถานได้อย่างมีสีสันสวยงาม สะดุดตา สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ที่พบเห็นสื่อได้ดี รวมทั้งมีแนวทางการออกแบบโดยยึดหลัก “การออกแบบสื่อต่างประเภท บนแนวคิดหลักแบบเดียวกัน” (One concept for various media type design) ซึ่งทำให้ผู้พบเห็นสื่อทั้ง 7 ประเภทเกิดความจดจำในภาพลักษณ์ (Image) “ความสนุก ความสดใส และ โลกสวยจากวันวานถึงปัจจุบัน” ของพิพิธภัณฑสถานของเล่นกรีก ยूनพันธ์” ได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยส่วนใหญ่ทั้งวัยเด็กและวัยผู้ใหญ่รวมกัน จำนวน 31 คน หรือร้อยละ 77.5 จากจำนวนทั้งสิ้น 40 คน มีความคิดเห็นว่า สื่อทั้ง 7 ประเภทมีความสวยงาม สะดุดตามากกว่าสื่อเดิมของพิพิธภัณฑสถาน นอกจากนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล ครั้งที่ 2, 12-14 มกราคม 2559) มีความเห็นสอดคล้องกันว่า โดยภาพรวมแล้ว ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรกที่ออกแบบโดยผู้วิจัย มีความสวยงามทั้งในแง่ของการใช้คู่สีรูปทรงของตัวการ์ตูน และการจัดตำแหน่งขององค์ประกอบต่างๆ ภายในผลงาน

3.2.1.2 ความสะดวกในการได้รับข้อมูลจากสื่อ รองศาสตราจารย์ กรีก ยूनพันธ์ (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล ครั้งที่ 2, 10 มกราคม 2559) มีความเห็นว่า สื่อทั้ง 7 ประเภท ประกอบด้วยข้อความที่เป็นตัวอักษรและภาพที่มีการจัดวางองค์ประกอบอย่างเหมาะสม จึงทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายมีความสะดวกในการรับข้อมูลข่าวสารของพิพิธภัณฑสถาน เช่น ตัวหนังสืออ่านง่าย ภาพการ์ตูนสวยงามน่ารักและสื่อสารท่าทางที่เข้าใจได้ง่าย ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเข้าใจภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑสถานได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล ครั้งที่ 2, 12-14 มกราคม 2559) มีความเห็นสอดคล้องกันว่า โดยภาพรวมแล้ว ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรกที่ออกแบบโดยผู้วิจัย มีความลงตัวในการจัดองค์ประกอบของภาพ ดังนั้น จึงมีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นและรับข้อมูลจากสื่อได้สะดวกภายในระยะเวลาอันสั้น

3.2.1.3 ปริมาณข้อมูลที่ได้จากสื่อ รองศาสตราจารย์ กรีก ยूनพันธ์ (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล ครั้งที่ 2, 10 มกราคม 2559) มีความเห็นว่า สื่อทั้ง 7 ประเภท สามารถนำเสนอข้อความที่เป็นตัวอักษรและภาพในขนาดและจำนวนที่เหมาะสม กล่าวคือ มีการเลือกใช้ภาพการ์ตูนหลักของพิพิธภัณฑสถานซึ่งได้แก่ การ์ตูนรูปช้าง นก หุ่นยนต์ และกระต่าย เป็นองค์ประกอบหลักในสื่อทั้ง 7 ประเภทในขนาดที่ไม่ใหญ่ไม่เล็กจนเกินไป รวมทั้งใช้ข้อความที่เป็นตัวอักษรจำนวนที่เหมาะสมไม่แน่นจนเกินไป ทำให้มีพื้นที่ว่าง เกิดภาพที่สวยงาม ซึ่งทำให้ผลงานโดยรวมมีขนาดที่เหมาะสมต่อการมองเห็นของผู้พบเห็นในวัยต่างๆ โดยเฉพาะผู้พบเห็นที่เป็นกลุ่มเด็ก กลุ่มเยาวชน และกลุ่มผู้ใหญ่จะสามารถมองเห็นภาพและตัวอักษรได้ชัดเจน และทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารได้ในเวลาอันสั้น ในขณะที่

ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล ครั้งที่ 2, 12-14 มกราคม 2559) มีความเห็นว่า จากการพิจารณาผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรกในภาพรวม ผู้วิจัยได้จัดวางตัวอักษรและภาพในปริมาณที่พอเหมาะ ไม่ใช่ตัวอักษรหรือภาพในจำนวนที่มากเกินไป ทำให้ผู้พบเห็นสื่อเหล่านั้นสามารถรับรู้ข้อความที่เป็นตัวอักษรและข้อความที่สื่อสารผ่านภาพได้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ฯ ได้เป็นอย่างดี นอกจากความเหมาะสมของปริมาณตัวอักษรและภาพที่ปรากฏในสื่อทั้ง 7 ประเภทแล้ว ผู้วิจัย ได้ออกแบบสื่อถึง 7 ประเภท ดังนั้น หากพิจารณาในแง่ความครอบคลุมของประเภทสื่อ จะพบว่า ผู้วิจัยได้ออกแบบผลงานต้นแบบสื่อที่มีความหลากหลายในด้านประเภทของสื่อ ซึ่งทำให้พิพิธภัณฑ์ฯ สามารถนำไปติดตั้งและแจกจ่ายในสถานที่ที่หลากหลายตามลักษณะและขนาดของสื่อแต่ละประเภท รวมทั้งทำให้ครอบคลุมพื้นที่การประชาสัมพันธ์บทบาทและภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ฯ ได้กว้างขวางขึ้น

3.2.1.4 ประโยชน์จาก “สาร” (Message) ที่ปรากฏในสื่อ รองศาสตราจารย์ เกริก ยूनพันธ์ (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล ครั้งที่ 2, 10 มกราคม 2559) มีความเห็นว่า จากการพิจารณา “สาร” (Message) ทั้ง 2 ลักษณะ คือ 1) รหัสของสารที่ใช้คำ (verbal message codes) ซึ่งได้แก่ คำหรือกลุ่มคำที่เป็นภาษาเขียนเพื่อสื่อสารกิจกรรมและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ และ 2) รหัสของสารที่ไม่ใช้คำ (non-verbal message codes) ได้แก่ ภาพกิจกรรมและสัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ที่ปรากฏในผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรกในภาพรวมนั้น ผู้วิจัยได้เลือกใช้ตัวอักษรเพื่อส่ง “สาร” (Message) เกี่ยวกับบทบาทและภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ได้อย่างสวยงาม นอกจากนี้ ยังนำเสนอ “สาร” (Message) ที่สั้นกระชับได้ใจความ ที่เอื้อประโยชน์ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งจัดแสดงและกิจกรรมของพิพิธภัณฑ์ได้ในระดับหนึ่ง ส่วนการเลือกภาพมาใช้จัดวางบนสื่อทั้ง 7 ประเภทนั้น ในภาพรวมแล้ว เป็นภาพของตัวการ์ตูนตามแนวคิดหลัก (Concept) ของพิพิธภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการสร้างภาพลักษณ์ (Image) “ความสุข ความสดใส และโลกสวยจากวันวานถึงปัจจุบัน” ของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นเกริก ยूनพันธ์ ดังนั้นสื่อดังกล่าวจึงเอื้อประโยชน์ให้กลุ่มเป้าหมายได้เกิดความเพลิดเพลินที่ได้เห็นสื่ออันสวยงามและมีพฤติกรรมเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์โดยสมัครใจได้ในเวลาเดียวกัน ส่วนผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล ครั้งที่ 2, 12-14 มกราคม 2559) มีความเห็นว่า ในภาพรวมสื่อใหม่ทั้ง 7 ประเภทที่ออกแบบโดยผู้วิจัย สามารถสื่อสารข้อมูลที่จำเป็นต่อการเชิญชวนกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาท่องเที่ยวและศึกษาริเวศวิถีชีวิตของคนในยุคก่อนได้ในระดับหนึ่ง

3.2.1.5 ความสามารถของสื่อในการโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายให้สนใจเดินทางมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์และสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม รองศาสตราจารย์ เกริก ยूनพันธ์ (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล

บุคคล ครั้งที่ 2, 10 มกราคม 2559) มีความเห็นว่า หากพิจารณาผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรกในภาพรวม มีความเห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย น่าจะสนใจอ่านข้อความทั้งที่เป็นตัวอักษรและภาพจากสื่อที่ออกแบบ โดยผู้วิจัยมากขึ้นเมื่อเทียบกับสื่อดั้งเดิมที่พิพิธภัณฑ์ฯ เป็นผู้จัดทำเองก่อนหน้านี้ เนื่องจากผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรกในภาพรวม มีการใช้สีสันสวยงาม และมีจุดเด่นของตัวการ์ตูนและตัวอักษรที่น่าสนใจ และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ (Image) “ความสนุก ความสดใส และโลกสวยจากวันวานถึงปัจจุบัน” ของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในวัยผู้ใหญ่ จำนวน 17 คน หรือร้อยละ 85 จากจำนวนทั้งสิ้น 20 คน มีความคิดเห็นว่าสื่อทั้ง 7 ประเภทมีความสวยงามน่ารัก หากได้รับแจก (เช่น แผ่นพับ) หรือได้พบเห็นสื่อตามจุดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (เช่น ป้ายบอกทางของพิพิธภัณฑ์) ก็จะช่วยให้พ่อแม่ผู้ปกครองได้ทราบว่ามีแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับเด็กๆ และมีแนวโน้มจะนำลูกหลานเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับของเล่นและเครื่องมือเครื่องใช้ของคนยุคก่อนมากขึ้น ในขณะที่ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล ครั้งที่ 2, 12-14 มกราคม 2559) มีความเห็นว่า ในภาพรวมสื่อใหม่ทั้ง 7 ประเภทที่ออกแบบโดยผู้วิจัย สามารถสื่อสารข้อมูลที่โน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายให้สนใจเดินทางมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์และสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม เนื่องจากสื่อถูกออกแบบให้มีความน่ารักสวยงามและเรียบง่าย ซึ่งทำให้พ่อแม่ผู้ปกครองสนใจพาลูกหลานในวัยเด็กมาท่องเที่ยวมากขึ้นนอกเหนือจากการพาลูกหลานไปเที่ยวตามห้างสรรพสินค้า

3.2.2 ข้อควรปรับปรุงในผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรกเพื่อพัฒนาสู่ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์

รองศาสตราจารย์ เกริก ยूनพันธ์ (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล ครั้งที่ 2, 10 มกราคม 2559) นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายวัยผู้ใหญ่ และผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล ครั้งที่ 2, 12-14 มกราคม 2559) มีข้อเสนอแนะให้ผู้วิจัยทำการปรับปรุงผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรก ดังนี้

3.2.2.1 รองศาสตราจารย์ เกริก ยूनพันธ์ (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล ครั้งที่ 2, 10 มกราคม 2559) ขอให้ปรับตัวการ์ตูน “รูปนก” ในสื่อทุกประเภท โดยขอให้ปรับขนาด “เงาสะท้อนในลูกตาที่เป็นวงกลมสีขาว” ให้มีพื้นที่สีขาวเล็กลง ทั้งนี้ เพื่อให้ลูกตาของนกมีความสดใสมากขึ้น โดยผู้วิจัยนำข้อเสนอแนะนี้ ไปแก้ไขปรับปรุง และนำเสนอไว้ในผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว

3.2.2.2 นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายวัยผู้ใหญ่ จำนวน 15 คน หรือร้อยละ 75 จากจำนวนทั้งสิ้น 20 คน มีความคิดเห็นในทิศทางเดียวกับผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล

ครั้งที่ 2, 12-14 มกราคม 2559) โดยมีข้อเสนอแนะให้ผู้วิจัยทำการปรับปรุงผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรก โดยเพิ่มการออกแบบสื่อ อีก 2 ประเภท คือ ให้ออกแบบสื่อยึดคอกวี และสื่อยึดมีปก นอกเหนือจากเดิมที่ออกแบบเพียงสื่อยึดคอกกลม ทั้งนี้ เนื่องจาก พ่อแม่ผู้ปกครองที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ มีแนวโน้มเลือกซื้อสื่อยึดแบบสื่อคอกวี และสื่อมีปกหรือเรียกว่า สื่อโปโล มากกว่าสื่อยึดคอกกลม เนื่องจากเมื่อสวมใส่สื่อมีปกจะช่วยให้ผู้สวมใส่ที่ชอบความเรียบร้อยสง่างามดูมีความเป็นทางการมากกว่าการสวมใส่สื่อคอกกลม นอกจากนี้เมื่อสวมใส่สื่อคอกวี จะช่วยอำพรางรูปร่างสำหรับคนรูปร่างท้วมได้ดีกว่าสื่อคอกกลม โดยผู้วิจัยนำข้อเสนอแนะนี้ ไปแก้ไขปรับปรุง และออกแบบเพิ่มเติม รวมทั้งนำเสนอไว้ในผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว

3.2.3 การพิจารณาขั้นสุดท้ายสู่ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์

ผู้วิจัยได้นำข้อคิดเห็นของรองศาสตราจารย์ เกริก ยู่นพันธ์ (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล ครั้งที่ 2, 10 มกราคม 2559) นักท่องเที่ยวในกลุ่มเป้าหมายวัยผู้ใหญ่ และผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล ครั้งที่ 2, 12-14 มกราคม 2559) ไปปรับปรุงผลงานต้นแบบสื่อ เพื่อให้ผลงานมีความสมบูรณ์มากขึ้น โดยได้นำผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับที่พัฒนาครั้งสุดท้าย ไปนำเสนอต่อรองศาสตราจารย์ เกริก ยู่นพันธ์ อีกครั้งเมื่อวันที่ 19 มกราคม 2559 และรองศาสตราจารย์ เกริก ยู่นพันธ์ ได้ตรวจสอบผลงานต้นแบบ ฉบับที่พัฒนาครั้งสุดท้าย เปรียบเทียบกับข้อเสนอในการปรับปรุงสื่อตามข้อ 3.2.2 ข้างต้น โดยรองศาสตราจารย์ เกริก ยู่นพันธ์ ได้ให้ความเห็นชอบต่อผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับที่พัฒนาครั้งสุดท้าย และให้ถือว่าเป็นผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ที่ออกแบบและปรับปรุงโดยผู้วิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการส่งมอบแผ่นบันทึกผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ (DVD) แด่รองศาสตราจารย์ เกริก ยู่นพันธ์ เมื่อวันที่ 19 มกราคม 2559 เพื่อให้รองศาสตราจารย์ เกริก ยู่นพันธ์ นำไปใช้เป็นงานต้นแบบในกระบวนการผลิตสื่อตามแต่จะเห็นสมควรต่อไป

ภาพผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ที่พัฒนาขั้นสุดท้าย ปรากฏดังนี้

3.2.3.1 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทถุงใส่สินค้าของที่ระลึกของพิพิธภัณฑ (Bag) 2 ขนาด คือ 1) ถุงขนาดเล็กเมื่อผลิตและใช้งานจริงจะมีขนาด 210 x 297 มิลลิเมตร หรือเท่ากับกระดาษขนาด A4 และ 2) ถุงขนาดใหญ่เมื่อผลิตและใช้งานจริงจะมีขนาด 420 x 594 มิลลิเมตร หรือเท่ากับกระดาษขนาด A4 จำนวน 2 แผ่นต่อกัน



ภาพประกอบ 2 ผลงานต้นแบบสื่อ จบบัสมบูรณ์ ประเภทถุงใส่สินค้าของที่ระลึก
ของพิพิธภัณฑ์ (Bag)

3.2.3.2 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทสติ๊กเกอร์ตราเฉพาะของพิพิธภัณฑ์เพื่อติดขวดน้ำดื่ม (House Brand Sticker) 2 แบบ คือ 1) เน้นตัวการ์ตูนที่เป็น “นก” และ 2) เน้นตัวการ์ตูนที่เป็น “กระต่าย” โดยการผลิตเพื่อใช้งานจริงจะมีขนาดตามขวดน้ำที่ต้องการผลิต

Design 1



Design 2



ภาพประกอบ 3 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทสติ๊กเกอร์ตราพิพิธภัณฑ์ติดขวดน้ำดื่ม (House Brand Sticker)

3.2.3.3 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายบอกทางเข้าพิพิธภัณฑ์ (Direction Sign) 2 แบบ คือ 1) เน้นสีขาว คำ และสีส้ม และ 2) เน้นสีส้ม ฟ้ายาว เหลือง และเมื่อผลิตและใช้งานจริงจะมีขนาดกว้าง 65 เซนติเมตร ยาว 100 เซนติเมตร



ภาพประกอบ 4 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายบอกทางเข้าพิพิธภัณฑ์ (Direction Sign)

3.2.3.4 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายโฆษณาพิพิธภัณฑ์ (Billboard) 2 แบบ คือ 1) เน้นตัวอักษรที่เป็นชื่อพิพิธภัณฑ์เป็นหลัก และ 2) เน้นตัวการ์ตูนรูปกระต่ายเป็นหลัก เมื่อผลิตและใช้งานจริงจะมีขนาดแนวตั้ง 2.0 เมตร แนวนอน 1.5 เมตร



ภาพประกอบ 5 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายโฆษณาพิพิธภัณฑ์ (Billboard)

3.2.3.5 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายหน้าร้านอาหารภายในพิพิธภัณฑ์ (Cafeteria Sign) เมื่อผลิตและใช้งานจริงจะมีขนาดความยาว 2.0 เมตร ความกว้าง 80 เซ็นติเมตร





ภาพประกอบ 6 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายหน้าร้านอาหารภายในพิพิธภัณฑ์
(Cafeteria Sign)

3.2.3.6 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทแผ่นพับ (Pamphlet) เมื่อ
ผลิตและใช้งานจริงในลักษณะพับครึ่งตามแบบแผ่นพับ จะมีขนาด 10 x 18 เซ็นติเมตร



ภาพประกอบ 7 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทแผ่นพับ (Pamphlet) ด้านนอก

พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่น

เป็นอาคาร 2 ชั้นสีฟ้า ชั้นบน นิทรรศการงาน สะสมเกี่ยวกับวิถีไทย มีอายุหลายร้อยปี ประเภท ได้แก่ เครื่องกระเบื้อง เครื่องแก้ว ข้าวของเครื่องใช้ เงินตรา เครื่องเงิน เครื่องถม เครื่องเงิน งานลงยา เครื่องประดับ งานแกะสลัก งาช้าง งานประดับมุก เครื่องดนตรีโบราณ เครื่องเล่นและเครื่องรางของขลัง

ชั้นล่าง นิทรรศการงานสะสมเกี่ยวกับของเล่นโบราณ มีอายุ 50-150 ปี ได้แก่ ของเล่นไม้ ดิน ตะกั่ว สังกะสี เซลลูลอยด์ เหล็ก และพลาสติก ผลิตภัณฑ์ประหลาดเยอรมนี ญี่ปุ่น อังกฤษ ฝรั่งเศส จีน อเมริกา และไทย

อาคารพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่น
 สถาปนิก : อ.ศ.ดร. จิตจรุณานิช
 วิศวกร : พรพจน์ สืบคนธาภิรักษ์
 ออกแบบตกแต่ง : รศ.ภก.วิ. คุณพันธ์
 เปิดดำเนินการวันแรก วันพุธที่ 8 ตุลาคม พ.ศ. 2551





ของเล่นหายากหลายชนิด



ที่นี่มีร้านอาหารของพิพิธภัณฑ์



พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่น



ของขวัญในพิพิธภัณฑ์



พิกัดร้านอุปกรณ์

Million Toy Museum By Kirk Yoonpun is in a blue building with two storeys.
On the ground floor: There is an exhibition that shows about collecting ancient toys aged 50-150 years which made from wood, soil, lead, zinc, celluloid, iron and plastic. They were created in German, Japan, England, France, China, United States of America and Thailand.
On the second floor: There is an exhibition that shows about Thai lifestyle over hundred years old such as Porcelain, Glassware, Equipment, Currency, Silverware, Filling machine, Lacquer ware, Enamel work, Decoration, Sculpture, Ivory, Marquetry work, Psalter, Plaything and Amulet talisman.

ที่ตั้ง : 45 หมู่ 2 ต.ท่าศาลา อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา 13000 (แยกโรงเรียนประจักษ์)
 การเดินทาง : ทางรถยนต์ กรุงเทพมหานคร ถนนสายเอเชีย ทางรถไฟ : กรุงเทพฯ-อยุธยา
 วันเวลา : เปิดทุกวัน วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 9.00-16.00 น.
 โทรศัพท์ : 081-8905782 , 086-3344581 , 035-328949 โทรสาร : 02-2766588, 035-328950
 ค่าเข้าชม : เด็ก 20 บาท ผู้ใหญ่ 50 บาท หมู่คณะผู้ใหญ่ ท่านละ 30 บาท
 Website : www.milliontoymuseum.com

ภาพประกอบ 8 ผลงานต้นแบบเสื้อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทแผ่นพับ (Pamphlet) ด้านใน

3.2.3.7 ผลงานต้นแบบเสื้อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทเสื้อที่มีตราเฉพาะของพิพิธภัณฑ์ (House Brand T-Shirt) แบบคอวี และแบบมีปก (เสื้อโปโล) เมื่อผลิตและใช้งานจริงจะมีขนาดตามมาตรฐานเสื้อทั่วไป



ภาพประกอบ 9 ผลงานต้นแบบเสื้อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทเสื้อที่มีตราสินค้าเฉพาะของพิพิธภัณฑ์ (House Brand T-Shirt) ใช้ภาพการ์ตูนรูปนก เป็นหลัก แบบเสื้อยืดคอวี



ภาพประกอบ 10 ผลงานต้นแบบเสื้อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทเสื้อที่มีตราสินค้าเฉพาะของพิพิธภัณฑ์
(House Brand T-Shirt) ใช้ภาพการ์ตูนรูปนก เป็นหลัก แบบเสื้อยืดมีปก



ภาพประกอบ 11 ผลงานต้นแบบเสื้อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทเสื้อที่มีตราสินค้าเฉพาะของพิพิธภัณฑ์
(House Brand T-Shirt) ใช้ภาพการ์ตูนรูปกระต่าย เป็นหลัก แบบเสื้อยืดคอวี



ภาพประกอบ 12 ผลงานต้นแบบเสื้อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทเสื้อที่มีตราสินค้าเฉพาะของพิพิธภัณฑ์ (House Brand T-Shirt) ใช้ภาพการ์ตูนรูปกระต่าย เป็นหลัก แบบเสื้อยืดมีปก

4. แนวทางการใช้สื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ ลานของเล่นกรีก ยูนิพันธ์

4.1 การกำหนดแนวทางการใช้สื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ลานของเล่นกรีก ยูนิพันธ์

หลังจากผู้วิจัยได้จัดทำผลงานต้นแบบเสื้อ ฉบับสมบูรณ์ที่พัฒนาขั้นสุดท้ายเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ลานของเล่นกรีก ยูนิพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น สรุปได้ดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 1 สรุปแนวทางการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของ
พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์

ประเภทสื่อ	แนวทางการใช้สื่อ	
	สถานที่นำเสนอสื่อ	ระยะเวลานำเสนอสื่อ
แผ่นพับ (Pamphlet)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ควรจัดแผ่นพับ (Pamphlet) ไว้อย่างน้อย 200 ชุดไว้ที่หน่วยราชการและส่วนงานประชาสัมพันธ์ภายในสำนักงานตัวแทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดใกล้เคียง เพื่อแจกแก่บุคคลต่างๆ ที่เข้ามาท่องเที่ยวหรือติดต่อธุระต่างๆ กับหน่วยงานเหล่านั้น 2. ควรจัดส่งแผ่นพับ (Pamphlet) อย่างน้อย 20 ชุด ไปยังโรงเรียนและสถาบันการศึกษาทุกระดับในทุกจังหวัดของไทย เพื่อขอความร่วมมือให้ช่วยแจกสื่อดังกล่าวอย่างทั่วถึง 	ควรนำเสนอสื่อแผ่นพับ (Pamphlet) อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี
ป้ายบอกทางเข้าพิพิธภัณฑ์ (Direction Sign) และป้ายโฆษณาพิพิธภัณฑ์ (Billboard)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ควรติดตั้งป้ายโฆษณาพิพิธภัณฑ์ (Billboard) ในบริเวณทางเข้า-ออก ของหน่วยราชการและสำนักงานตัวแทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดใกล้เคียงอย่างน้อย 1 ป้าย และติดตั้งในบริเวณหน้าพิพิธภัณฑ์อย่างน้อย 1 ป้าย 2. ประสานขออนุญาตจากสำนักงานในพื้นที่ในการขอติดตั้งป้ายบอกทางเข้าพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ (Direction Sign) ในบริเวณริมถนนที่เป็นเส้นทางสู่สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และบริเวณก่อนถึงสถานที่ตั้งพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ประมาณ 5-10 กิโลเมตร 	ควรนำเสนอสื่อประเภทป้ายบอกทางเข้าพิพิธภัณฑ์ (Direction Sign) และป้ายโฆษณาพิพิธภัณฑ์ (Billboard) ควบคู่กับแผ่นพับ (Pamphlet) อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

<p>ป้ายหน้าร้านอาหาร ภายในพิพิธภัณฑ (Cafeteria Sign)</p>	<p>ควรติดตั้งป้ายหน้าร้านอาหารภายใน พิพิธภัณฑ (Cafeteria Sign) ทั้งในบริเวณ ก่อนรถลิฟท์เข้าประตูพิพิธภัณฑ และ ด้านหน้าร้านอาหาร โดยติดตั้งอย่างเป็น เอกเทศ แยกจากป้ายชื่อพิพิธภัณฑ เพื่อให้ ป้ายหน้าร้านอาหาร มีความโดดเด่นและ ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ขับรถผ่านด้านหน้า พิพิธภัณฑซึ่งกำลังหาร้านอาหาร โดยจะ ทำให้เกิดผลพลอยได้เมื่อนักท่องเที่ยว แวะรับประทานอาหารเสร็จแล้ว นักท่องเที่ยวจะแวะเข้าชมพิพิธภัณฑด้วย</p>	<p>ควรนำเสนอสื่อประเภทป้ายหน้า ร้านอาหารของพิพิธภัณฑ (Cafeteria Sign) ในพื้นที่ที่โดดเด่นและ นำเสนออย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี</p>
<p>สื่อที่เกี่ยวข้องกับการ ประชาสัมพันธ์ผ่านการ ซื้อสินค้า 3 ประเภท ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ถุงใส่สินค้าของ ที่ระลึกของพิพิธภัณฑ (Bag) 2) สติกเกอร์ตราเฉพาะ ของพิพิธภัณฑเพื่อติด ขวดน้ำดื่ม (House Brand Sticker) 3) เสื้อที่มีตราสินค้า เฉพาะของพิพิธภัณฑ (House Brand T-Shirt) 	<p>ควรนำเสนอสื่อที่เป็นสินค้าทั้ง 3 ประเภทนี้ ในร้านจำหน่ายของที่ระลึกภายในพิพิธภัณฑ และฝากจำหน่ายในร้านของที่ระลึกตาม สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญอื่นๆ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา</p>	<p>ควรนำเสนอสื่อประเภททั้ง 3 ประเภทนี้ควบคู่กับแผ่นพับ (Pamphlet) เมื่อนักท่องเที่ยวมีการ ซื้อสินค้า โดยให้นำเสนออย่าง ต่อเนื่องตลอดทั้งปี</p> <p><u>หมายเหตุ</u> : ควรผลิตสื่อทั้ง 3 ประเภทให้มีจำนวนที่เพียงพอและ ผลิตด้วยความประณีต สวยงามและ มีคุณภาพ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวใน เทศกาลต่างๆ ตามโครงการของ ภาครัฐที่รณรงค์ให้คนไทยและ ต่างชาติสนใจท่องเที่ยวในเมืองไทย ให้มากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อให้สื่อทั้ง 3 ประเภทเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยสร้าง ความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวใน รูปแบบที่แตกต่างจากสถานที่ ท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา</p>

4.2 การรับรองประโยชน์และคุณค่าด้านการใช้งานได้จริง (Practical use) ของผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์

จากการที่รองศาสตราจารย์ เกริก ยู่นพันธ์ ได้ให้ความเห็นชอบต่อผลงานต้นแบบสื่อฉบับที่พัฒนาครั้งสุดท้าย และให้ถือว่าเป็นผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ที่ออกแบบและปรับปรุงโดยผู้วิจัย ดังนั้น ผู้วิจัยได้ทำการส่งมอบแผ่นบันทึกผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ (DVD) พร้อมกับสรุปแนวทางการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู่นพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น เพื่อนำไปเป็นต้นแบบในการผลิตสื่อทั้ง 7 ประเภทในขั้นตอนของการว่าจ้างบริษัทผู้ผลิตสื่อต่อไป



ภาพประกอบ 13 ผู้วิจัยมอบแผ่นบันทึกข้อมูล (DVD) ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ และสรุปแนวทางการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู่นพันธ์ ให้แก่รองศาสตราจารย์ เกริก ยู่นพันธ์ ในวันที่ 19 มกราคม 2559

นอกจากนี้ รองศาสตราจารย์ เกริก ยู่นพันธ์ ได้ลงนามรับรองประโยชน์และคุณค่าด้านการใช้งานได้จริง (Practical use) ของผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ที่ปรับปรุงและออกแบบโดยผู้วิจัย โดยปรากฏในภาคผนวก ก