

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีบทสรุปการดำเนินงานวิจัย สรุปผลการวิจัย ประเด็นอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สรุปการดำเนินงานวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย มีดังนี้

1.1.1 เพื่อศึกษาความเป็นมาในการจัดตั้งและบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์

1.1.2 เพื่อศึกษาความต้องการในการใช้สื่อสำหรับการส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์

1.1.3 เพื่อพัฒนาสื่อสำหรับการส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์

1.1.4 เพื่อเสนอแนวทางการใช้สื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิเคราะห์สื่อเดิม 3 ประเภท และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคล รวมทั้งสิ้น 46 คน

1.2.2 เครื่องมือการวิจัย ประกอบด้วย แนวคำถามปลายเปิด(Open – ended questions) ที่ใช้สำหรับการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informant interview) แบบสอบถาม และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับภูมิหลัง และความเป็นมาในการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์

1.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บและรวบรวมได้ จะนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ตามแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ

2. สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอเสนอสรุปผลการศึกษาตามหัวข้อที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

2.1 ความเป็นมาในการจัดตั้งและบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู้นพันธ์

พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู้นพันธ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) ตั้งอยู่เลขที่ 45 หมู่ 2 ถนนอุทอง ตำบลท่าวาสกรี อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ก่อตั้งโดยรองศาสตราจารย์ กรีก ยู้นพันธ์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาวรรณกรรมสำหรับเด็ก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทั้งนี้ จุดเริ่มต้นที่ทำให้รองศาสตราจารย์ กรีก ยู้นพันธ์ เกิดความคิดในการสร้างพิพิธภัณฑ์ของเล่นขึ้นในเมืองไทย คือ การได้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ของเล่น คิตาฮารา (Kitahara Tin Toy Museum) ในประเทศญี่ปุ่น

พื้นที่จัดแสดงสิ่งของภายในพิพิธภัณฑ์นั้น แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ บริเวณชั้นล่างและชั้นบนของอาคาร โดยสิ่งจัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ประกอบด้วยสิ่งของตั้งแต่ยุคโบราณที่รองศาสตราจารย์กรีก ยู้นพันธ์ เก็บสะสมมานานกว่า 20 ปี โดยสิ่งจัดแสดงประเภทหลักๆ เช่น ของเล่น เครื่องมือเครื่องใช้ รูปภาพ พระพุทธรูป หุ่นจำลองตัวละครหลักจากภาพยนตร์การ์ตูน เป็นต้น

พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู้นพันธ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) ได้ชื่อว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ติดอันดับต้นๆ ของประเทศไทย ที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวตลอดทั้งปี

บทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู้นพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือ การให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และสภาพความเป็นอยู่ของคนยุคก่อนในวัยต่างๆ ทั้งวัยเด็กและวัยผู้ใหญ่ โดยใช้สิ่งจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์เป็นวัสดุสื่อสารข้อมูลและบอกเล่าเรื่องราว

2.2 ความต้องการในการใช้สื่อสำหรับการส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู้นพันธ์

ปัจจุบัน (ปี พ.ศ. 2558-2559) สื่อประชาสัมพันธ์ที่พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยู้นพันธ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun) ใช้ในปัจจุบัน มีเพียง 3 ประเภท ประกอบด้วย ป้ายแขวน (Banner) โบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) และเว็บไซต์ (Website) การใช้สื่อดังกล่าวมีข้อจำกัดในแง่ประเภทของสื่อที่ควรพัฒนาให้มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่ง ได้แก่ เด็ก เยาวชน และพ่อแม่ ผู้ปกครองได้มากขึ้นเช่นกัน

ลักษณะของสื่อเดิมที่ใช้ในปัจจุบันทั้ง 3 ประเภทดังกล่าวข้างต้นนั้น พิพิธภัณฑ์ ออกแบบเองและจ้างร้านค้าผลิตให้ โดยเป็นภาพสี ส่วนองค์ประกอบภายในสื่อดังกล่าว คือ 1) โบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) มีภาพถ่ายเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ข้อความเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือน ข้อมูลสถานที่ตั้งและเบอร์ติดต่อ 2) ป้ายแขวน (Banner) เป็นป้ายไววนิลที่ติดตั้งบริเวณด้านหน้าทำการของพิพิธภัณฑ์ และบริเวณส่วนหน้าของร้านอาหาร โดยมีองค์ประกอบภายในสื่อเหมือนกับโบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) กล่าวคือ มีภาพถ่ายเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ข้อความเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือน ข้อมูลสถานที่ตั้งและเบอร์ติดต่อ และ 3) เว็บไซต์ (Website) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์โดยตรง และมีองค์ประกอบภายในสื่อเหมือนกับโบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) และป้ายแขวน (Banner)

ทั้งนี้ เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์ดังกล่าวข้างต้น ยังมีความไม่หลากหลาย และยังไม่สวยงามหรือดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายได้มากเท่าที่ควร ดังนั้น การรับรู้ข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยววัยเด็ก เยาวชน พ่อแม่ผู้ปกครอง และบุคคลทั่วไปนั้น ส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากการบอกต่อ (Word of mouth) และการพบเห็นข้อมูลของพิพิธภัณฑ์จากเว็บไซต์ ซึ่งช่องทางการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวอาจมีผลทำให้กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้รับทราบข่าวสารของพิพิธภัณฑ์ได้ไม่มากหรือไม่กว้างไกลเท่าที่ควร

หากต้องปรับปรุงหรือพัฒนาสื่อเพิ่มเติมเพื่อการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ ก็ควรเลือกสื่อประเภทที่กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้ง่าย ชัดเจน และไม่ซับซ้อน จึงมีสรุปว่า 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)

สำหรับแนวทางในการออกแบบสื่อเพิ่มเติมทั้ง 7 ประเภทตามที่ระบุไว้ข้างต้นนั้น ผู้ออกแบบควรกำหนดแนวคิดหลัก (Concept) ในการออกแบบที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ (Image) “ความสุข 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 ควรเน้น

ความเรียบง่าย เบบาง และสื่อความสนุกสนาน ความน่ารักสดใส เพื่อสื่ออารมณ์แบบเด็กๆ ของตัวการ์ตูน

2.3 การพัฒนาสื่อสำหรับการส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์

2.3.1 กระบวนการออกแบบผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรก

2.3.1.1 การวิเคราะห์สื่อเดิมของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ สื่อเดิมของพิพิธภัณฑ์ดังกล่าว มีเพียง 3 ประเภท คือ 1) โบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) 2) ป้ายแขวน (Banner) และ 3) เว็บไซต์ (Website) ทั้งนี้ เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์ดังกล่าว ยังมีความไม่หลากหลายในแง่ประเภทของสื่อ และยังไม่สวยงามหรือดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายได้มากเท่าที่ควร ดังนั้น การรับรู้ข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยววัยเด็ก เยาวชน พ่อแม่ผู้ปกครอง และบุคคลทั่วไปนั้น ส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากการบอกต่อ (Word of mouth) และการพบเห็นข้อมูลของพิพิธภัณฑ์จากเว็บไซต์ ซึ่งช่องทางการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวอาจมีผลทำให้กลุ่มเป้าหมายหลักได้รับทราบข่าวสารของพิพิธภัณฑ์ได้ไม่มากหรือไม่กว้างไกลเท่าที่ควร

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร จะพบว่า สื่อเดิมของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในปัจจุบันนั้น ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก คือ 1) ผู้ส่งสาร (Sender) ซึ่งหมายถึงพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ ที่เป็นผู้จัดทำสื่อเดิมทั้ง 3 ประเภท 2) สาร (Message) ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารที่เป็นทั้งภาพและตัวอักษรที่ปรากฏในสื่อเดิมทั้ง 3 ประเภท และ 3) ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อกลาง (Channel or Medium) อันได้แก่ สื่อเดิม 3 ประเภท แต่ทั้งนี้ เมื่อเทียบกับองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในทฤษฎีการสื่อสารนั้น จะพบว่า กระบวนการสื่อสารของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในปัจจุบันยังขาดอีก 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านผู้รับสาร (Receiver) และองค์ประกอบข้อมูลย้อนกลับจากผู้รับสาร (Feedback) ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ที่เข้าเยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารและเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์จากการบอกต่อ (Word of mouth) มากกว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อเดิมทั้ง 3 ประเภท ดังนั้น ผู้เข้าเยี่ยมชมดังกล่าวจึงยังไม่ใช่ “ผู้รับสาร (Receiver)” โดยตรงจากการใช้สื่อเดิมทั้ง 3 ประเภท นอกจากนี้ สื่อเดิมทั้ง 3 ประเภท ยังไม่ได้กำหนดช่องทางให้ที่เข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์หรือกลุ่มเป้าหมายได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์หลังการเยี่ยมชมผ่านสื่อเดิมทั้ง 3 ประเภท ดังนั้น จึงยังไม่เกิดข้อมูลย้อนกลับจากผู้รับสาร (Feedback) อันสะท้อนมาจากการใช้สื่อเดิมดังกล่าว

เมื่อพิจารณาแนวคิดเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาด ควบคู่กับการพิจารณาผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) จะพบว่า ช่องทางการตลาดและรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่พิพิธภัณฑ์ได้ใช้โดยผ่านสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบันนั้น ยังอยู่ในขอบเขตจำกัด อันเนื่องมาจากสื่อที่ใช้ไม่มีความหลากหลายในแง่ประเภทของสื่อและไม่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้มากเท่าที่ควร ซึ่งส่งผลให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์และบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยูนิพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ถูกจำกัดตามไปด้วย

เมื่อพิจารณาองค์ความรู้เรื่องการประเมินสารตามแนวคิดทางนิเทศศาสตร์ เปรียบเทียบกับองค์ประกอบภายในสื่อเดิม 3 ประเภทของพิพิธภัณฑ์ 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 และตราสัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ ที่นำมาแสดงให้เห็นเพื่อสื่อข้อมูลเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม สื่อเดิมของพิพิธภัณฑ์ทั้ง 3 ประเภท ยังไม่สวยงามหรือดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายได้มากเท่าที่ควร จึงต้องอาศัยใช้หลักการออกแบบมาปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์และจัดวางตำแหน่งของรหัสของสารทั้ง 2 ลักษณะ ให้มีความสวยงามและดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น

2.3.1.2 แนวทางการออกแบบสื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยูนิพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ที่ดำเนินการสัมภาษณ์รองศาสตราจารย์ กรีก ยูนิพันธ์ และผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้ง 5 ท่าน รวมทั้งความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว สรุปได้ว่า การออกแบบสื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยูนิพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรให้ความสำคัญกับประเด็นต่อไปนี้ 1) การออกแบบโดยใช้ภาพที่เข้าถึงจิตใจเด็กได้ดีด้วยการสื่อถึงความสนุก ความสุข ความสวยงาม ความเพลิดเพลินที่ได้ท่องเที่ยวในโลกของจินตนาการ และ 2) ผสมผสานแนวคิดหลัก (Concept) ภาพลักษณ์ (Image) ของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยูนิพันธ์ (Million Toy Museum By Krirk Yoonpun)

2.3.1.3 การออกแบบผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรก ผู้วิจัยใช้แนวทางการออกแบบ ดังนี้

- 1) ใช้แนวคิดหลัก (Concept) ในการออกแบบให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ (Image) “ความสนุก ความสดใส และโลกสวยจากวันวานถึงปัจจุบัน” ของพิพิธภัณฑสถานของเล่นกรีก ยูนิพันธ์
- 2) เลือกใช้คู่สีหลักตามภาพลักษณ์ (Image) ของพิพิธภัณฑสถานทุกคู่สีให้เกิดความสวยงามที่ลงตัว ได้แก่ คู่สีส้ม-ฟ้า คู่สีขาว-ดำ คู่สีแดง-ดำ คู่สีเขียว-ชมพู และคู่สีเหลือง-ฟ้า
- 3) เลือกใช้ตัวการ์ตูนหลักของพิพิธภัณฑสถานเป็น “องค์ประกอบเด่น” ซึ่งได้แก่ การ์ตูนรูปช้าง นก กระต่าย และหุ่นยนต์ โดยสร้างสรรค์ตัวการ์ตูนที่เน้นความเรียบง่าย เบาบาง และสื่อความสนุกสนาน ความน่ารักสดใส เพื่อสื่ออารมณ์แบบเด็กๆ ของตัวการ์ตูน
- 4) ออกแบบสื่อในประเภทต่างๆ ที่หลากหลายมากขึ้น จากสื่อเดิม 3 ประเภท เป็นสื่อใหม่ 7 ประเภท ประกอบด้วย (1) ถุงใส่สินค้าของที่ระลึกของพิพิธภัณฑสถาน (Bag) (2) สติกเกอร์ตราเฉพาะของพิพิธภัณฑสถานเพื่อติดขวดน้ำดื่ม (House Brand Sticker) (3) ป้ายบอกทางเข้าพิพิธภัณฑสถาน (Direction Sign) (4) ป้ายโฆษณาพิพิธภัณฑสถาน (Billboard) (5) ป้ายหน้าร้านอาหารภายในพิพิธภัณฑสถาน (Cafeteria Sign) (6) แผ่นพับ (Pamphlet) และ (7) เสื้อที่มีตราเฉพาะของพิพิธภัณฑสถาน (House Brand T-Shirt)

2.3.2 การปรับปรุงผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรกสู่ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์

2.3.2.1 การใช้ข้อดีของผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรก ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ดังนี้

- 1) ความสวยงามที่มีอยู่แล้วทั้งในแง่ของการใช้คู่สี รูปทรงของตัวการ์ตูน และการจัดตำแหน่งขององค์ประกอบต่างๆ ภายในผลงาน
- 2) ความสะดวกในการได้รับข้อมูลจากสื่อ โดยผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรกที่ออกแบบโดยผู้วิจัย มีความลงตัวในการจัดองค์ประกอบของภาพ จึงมีส่วนทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถมองเห็นและรับข้อมูลจากสื่อได้สะดวกภายในระยะเวลาอันสั้น
- 3) ปริมาณข้อมูลที่ได้จากสื่อ ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรกที่ออกแบบโดยผู้วิจัยสามารถนำเสนอข้อความที่เป็นตัวอักษรและภาพในขนาดและจำนวนที่อย่างเหมาะสม
- 4) ประโยชน์จาก “สาร” (Message) ที่ปรากฏในสื่อ ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรกที่ออกแบบโดยผู้วิจัยสามารถสื่อสารข้อมูลที่จำเป็นต่อการเชิญชวนกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาท่องเที่ยวและศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในยุคก่อนได้ในระดับหนึ่ง
- 5) ความสามารถของสื่อในการโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายให้สนใจเดินทางมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถานและสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรกที่ออกแบบ

โดยผู้วิจัย เป็นผลงานการออกแบบที่มีความน่ารักสวยงามและเรียบง่าย ซึ่งทำให้พ่อแม่ผู้ปกครองสนใจพาลูกหลานในวัยเด็กมาท่องเที่ยวมากขึ้นนอกเหนือจากการพาลูกหลานไปเที่ยวตามห้างสรรพสินค้า

2.3.2.2 ข้อควรปรับปรุงในผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรกเพื่อพัฒนาสู่ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ สรุปได้ดังนี้

1) ขอให้ปรับตัวการ์ตูน “รูปนก” ในสื่อทุกประเภท โดยขอให้ปรับขนาด “เงาสะท้อนในลูกตาที่เป็นวงกลมสีขาว” ให้มีพื้นที่สีขาวเล็กลง ทั้งนี้ เพื่อให้ลูกตาของนกมีความสดใสมากขึ้น

2) การออกแบบสื่อเพิ่มอีก 2 ประเภท คือ ออกแบบสื่อยืดคอกวี และสื่อยืดมีปก นอกเหนือจากเดิมที่ออกแบบเพียงสื่อยืดคอกกลม เนื่องจากพ่อแม่ผู้ปกครองที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่มีแนวโน้มเลือกซื้อสื่อยืดคอกวีและสื่อยืดแบบมีปกหรือเรียกว่า สื่อโปโล มากกว่าสื่อยืดคอกกลม

2.3.3 การพิจารณาขั้นสุดท้ายสู่ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ที่พัฒนาขั้นสุดท้าย โดยรองศาสตราจารย์ เกริก ยूनพันธ์ ได้ให้ความเห็นชอบต่อผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับที่พัฒนาครั้งสุดท้าย และให้ถือว่าเป็นผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ที่ออกแบบและปรับปรุงโดยผู้วิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการส่งมอบแผ่นบันทึกผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ (DVD) ให้แก่รองศาสตราจารย์ เกริก ยूनพันธ์ เมื่อวันที่ 19 มกราคม 2559 เพื่อให้รองศาสตราจารย์ เกริก ยूनพันธ์ นำไปใช้เป็นงานต้นแบบในกระบวนการผลิตสื่อตามแต่จะเห็นสมควรต่อไป

ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประกอบด้วย 1) ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทถุงใส่สินค้าของที่ระลึกของพิพิธภัณฑ (Bag) 2 ขนาด (210 x 297 มิลลิเมตร และ 420 x 594 มิลลิเมตร) 2) ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทสติ๊กเกอร์ตราเฉพาะของพิพิธภัณฑเพื่อติดขวดน้ำดื่ม (Sticker) 2 แบบ (แบบที่ 1 เน้นตัวการ์ตูนที่เป็น “นก” และแบบที่ 2 เน้นตัวการ์ตูนที่เป็น “กระต่าย”) โดยการผลิตเพื่อใช้งานจริงจะมีขนาดตามขวดน้ำที่ต้องการผลิต 3) ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายบอกทางเข้าพิพิธภัณฑ (Direction Sign) 2 แบบ (แบบที่ 1 เน้นสีขาว ดำ และส้ม และแบบที่ 2 เน้นสีส้ม ฟ้ำ ขาว เหลือง) เมื่อผลิตและใช้งานจริงจะมีขนาดกว้าง 65 เซนติเมตร ยาว 100 เซนติเมตร 4) ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายโฆษณาพิพิธภัณฑ (Billboard) 2 แบบ (แบบที่ 1 เน้นตัวอักษรที่เป็นชื่อพิพิธภัณฑเป็นหลัก และ

แบบที่ 2 เน้นตัวการ์ตูนรูปกระต่ายเป็นหลัก) และเมื่อผลิตและใช้งานจริงจะมีขนาดแนวตั้ง 2.0 เมตร แนวนอน 1.5 เมตร 5) ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายหน้าร้านอาหารภายในพิพิธภัณฑ (Cafeteria Sign) เมื่อผลิตและใช้งานจริงจะมีขนาดความยาว 2.0 เมตร ความกว้าง 80 เซนติเมตร 6) ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทแผ่นพับ (Pamphlet) เมื่อผลิตและใช้งานจริงโดยพับครึ่งตามแบบของแผ่นพับ จะมีขนาด 10 x 18 เซนติเมตร และ 7) ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทเสื้อที่มีตราเฉพาะของพิพิธภัณฑ (House Brand T-Shirt) แบบคอวี และแบบมีปก (เสื้อโปโล) เมื่อผลิตและใช้งานจริงจะมีขนาดตามมาตรฐานเสื้อทั่วไป

2.4 แนวทางการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์

ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการใช้สื่อทั้ง 7 ประเภทเพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น โดยระบุ 1) สถานที่นำเสนอสื่อที่เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท ซึ่งประกอบด้วยสถานที่ต่อไปนี้ หน่วยราชการและส่วนงานประชาสัมพันธ์ภายในสำนักงานตัวแทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดใกล้เคียง บริเวณริมถนนที่เป็นเส้นทางสู่สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา บริเวณก่อนถึงสถานที่ตั้งพิพิธภัณฑ ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ ประมาณ 5-10 กิโลเมตร รวมทั้งในร้านจำหน่ายของที่ระลึกภายในพิพิธภัณฑ และร้านของที่ระลึกตามสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญอื่นๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 2) ระยะเวลาในการนำเสนอสื่อ โดยเน้นการนำเสนอสื่อทุกประเภทอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี (รายละเอียดตามตารางในบทที่ 4)

3. อภิปรายผล

3.1 ผลการวิจัยที่ระบุว่า จุดเริ่มต้นที่ทำให้รองศาสตราจารย์ กรีก ยूनพันธ์ เกิดความคิดในการสร้างพิพิธภัณฑของเล่นขึ้นในเมืองไทย คือ การได้เข้าชมพิพิธภัณฑของเล่นคิตาฮารา (Kitahara Tin Toy Museum) ในประเทศญี่ปุ่น นั้น สอดคล้องกับฐานคติของทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (Cultural Diffusion Theory) สำนักอเมริกัน (American School) นำโดยวิสเลอร์ (Clark Wissler) และ โกวเบอร์ (Alfred Kroeber) ซึ่งเชื่อว่า วัฒนธรรมจะแพร่กระจายจากจุดกำเนิด ไปตามพื้นที่ต่างๆ เท่าที่วัฒนธรรมนั้นจะแพร่กระจายไปได้ในเขตภูมิศาสตร์เดียวกันและยุคสมัยใกล้เคียงกัน (นิยพรรณ วรรณศิริ, 2540 : 94-100)

3.2 ผลการวิจัยที่ระบุว่า พิพิธภัณฑ์ด้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์เป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนที่ให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และสภาพความเป็นอยู่ของคนยุคก่อนในวัยต่างๆ ทั้งวัยเด็กและวัยผู้ใหญ่โดยใช้สิ่งจัดแสดงเป็นวัตถุในการสื่อสารข้อมูลและบอกเล่าเรื่องราว ซึ่งการเป็นแหล่งเรียนรู้ดังกล่าวมีลักษณะสอดคล้องกับการจัดการศึกษาแบบนอกระบบโรงเรียนได้เช่นกัน นั้น ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ตามที่จิรา จงกล (2532: 21) ได้กล่าวถึงบทบรรยายเรื่อง The museum and its functions ของ Douglas A, Allan ในหนังสือ The Organization of Museums : Practical Advice ซึ่งองค์การ UNESCO ได้ตีพิมพ์ในปี พ.ศ. 2503 โดยได้จำแนกหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ไว้หลายข้อ ซึ่งหน้าที่ข้อหนึ่ง คือ หน้าที่ให้การศึกษ (Museum Education) โดยพิพิธภัณฑ์มีบทบาทหน้าที่ในการให้การศึกษแก่คนทุกระดับ ทุกประเภทและทุกวัย โดยปัจจุบันการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์จะต้องให้ทั้งความรู้และความเพลิดเพลินอย่างเหมาะสมแก่ทุกคนในทุกระดับการศึกษา พิพิธภัณฑ์จึงต้องมีกิจกรรมและบริการด้านการศึกษแก่เด็กเยาวชน และประชาชน ที่สำคัญ ในปัจจุบัน พิพิธภัณฑ์ได้เน้นหนักในหน้าที่การจัดกิจกรรมการศึกษาแก่ชุมชนมากขึ้น

3.3 ผลการวิจัยที่ระบุว่า ภายในกระบวนการสื่อสารที่ใช้สื่อเดิมของพิพิธภัณฑ์ด้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในปัจจุบัน ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก คือ 1) ผู้ส่งสาร (Sender) 2) สาร (Message) และ 3) สื่อกลาง (Channel or Medium) ซึ่งยังขาดอีก 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบผู้รับสาร (Receiver) และองค์ประกอบข้อมูลย้อนกลับจากผู้รับสาร (Feedback) นั้น เป็นผลการศึกษาที่สะท้อนให้เห็นถึงสิ่งที่ควรปรับปรุงในกระบวนการสื่อสารของพิพิธภัณฑ์ ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบกระบวนการสื่อสารของสมิต สัจฉกร (2547) ที่ระบุว่า การติดต่อสื่อสารควรมีองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ คือ ผู้ส่งสาร (Source or Sender) สาร (Message) สื่อกลาง (Channel or Medium) ผู้รับสาร (Receiver) และข้อมูลย้อนกลับจากผู้รับสาร (Feedback)

3.4 ผลการวิจัยที่ระบุว่า พิพิธภัณฑ์ด้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ต้องการให้มีการจัดทำสื่อเพิ่มเติมอีก 7 ประเภท จากเดิมมีเพียง 3 ประเภท โดยผู้วิจัยได้ออกแบบสื่อเพิ่มเติมอีก 7 ประเภทตามความต้องการของพิพิธภัณฑ์ ประกอบด้วย 1) ถุงใส่สินค้าของที่ระลึกของพิพิธภัณฑ์ (Bag) 2) สติกเกอร์ตราเฉพาะของพิพิธภัณฑ์เพื่อติดขวดน้ำดื่ม (House Brand Sticker) 3) ป้ายบอกทางเข้าพิพิธภัณฑ์ (Direction Sign) 4) ป้ายโฆษณาพิพิธภัณฑ์ (Billboard) 5)

ป้ายหน้าร้านอาหารภายในพิพิธภัณฑ (Cafeteria Sign) 6) แผ่นพับ (Pamphlet) และ 7) เสื้อที่มีตราเฉพาะของพิพิธภัณฑ (House Brand T-Shirt) นั้น สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) ของบาร์ทลัทด์ (Barnlund, 2008: 30) ที่เห็นว่า การสื่อสารความหมายที่มีประสิทธิภาพ ควรใช้ช่องทางหลายช่องทาง

3.5 ผลการวิจัยที่ระบุว่า รองศาสตราจารย์เกริก ยूनพันธ์ ขอให้ปรับตัวการ์ตูน “รูปนก” ในสื่อทุกประเภท โดยขอให้ปรับขนาด “เงาสะท้อนในลูกตาที่เป็นวงกลมสีขาว” ให้มีพื้นที่สีขาวเล็กลง ทั้งนี้ เพื่อให้ลูกตาของนกมีความสดใสมากขึ้นนั้น เมื่อพิจารณาผลการวิจัยส่วนนี้เทียบเคียงกับองค์ความรู้เรื่องการประเมินสารตามแนวคิดทางนิเทศศาสตร์ (สกันธ์ ภู่งามดี อ้างถึงในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชสกันธ์ ภู่งามดี, 2548: 58-59) ในประเด็นลักษณะหลักของรหัสของสาร (message codes) จะพบว่า ภาพตัวการ์ตูน “รูปนก” จัดว่าเป็น “ข้อมูลภาพ” ที่มีลักษณะเป็น “รหัสของสารที่ไม่ใช่คำ” (non-verbal message codes) อันหมายถึง ภาพและเครื่องหมายที่นำมาแสดงให้เห็นเพื่อสื่อความหมายของสารให้สมบูรณ์ซึ่งเป็นไปตามลักษณะหลักของรหัสของสาร (message codes) ดังกล่าว

3.6 ผลการวิจัย ที่ระบุถึงข้อดีของผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรกที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ในส่วนที่ระบุว่า ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรกนั้น มีปริมาณข้อมูลที่เหมาะสมกับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ผลดังกล่าวนี้ เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ วิโอ โกลด์ฮาร์เบอร์ และเยท (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2555) ที่พบว่า การได้รับข่าวสารมากเกินไปจะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในการติดต่อสื่อสารเช่นเดียวกับการได้รับปริมาณข่าวสารน้อยเกินไป

3.7 ผลการวิจัย ที่ระบุถึงข้อดีของผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรกที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ในส่วนที่ระบุว่า ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรกนั้น มีความสวยงามทั้งในแง่ของการใช้คู่สี รูปทรงของตัวการ์ตูน และการจัดตำแหน่งขององค์ประกอบต่างๆ ภายในผลงาน แนวทางการออกแบบของผู้วิจัยดังกล่าวมานี้ สอดคล้องกับแนวคิดพื้นฐานของการออกแบบของสุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2542: 26) ที่ระบุว่า องค์ประกอบมูลฐานของการออกแบบ คือ การจัดองค์ประกอบศิลป์ (Composition) ซึ่งหมายถึงการจัดกระทำต่อส่วนประกอบของงานออกแบบเพื่อให้เกิดคุณค่าทางศิลปะและความงาม โดยการจัดองค์ประกอบศิลป์เป็นหัวใจหลักของงานออกแบบ

3.8 จากข้อเสนอของผู้วิจัย ที่นำเสนอแนวทางการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่กำหนดระยะเวลานำเสนอสื่อโดยระบุให้นำเสนอสื่อทั้ง 7 ประเภทอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปีนั้น สอดคล้องกับหลักสำคัญในการสื่อสารตามแนวคิดของวิจิตร อาวะกุล (2525) ที่ได้กล่าวถึง องค์ประกอบที่ทำให้การสื่อสารบรรลุเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ โดยองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่ง คือ ความบ่อยและความสม่ำเสมอต่อเนื่อง (Continuity and Consistency) ทั้งนี้ เนื่องจากการสื่อข่าวสารจะได้ผล จะต้องส่ง “สาร” (Message) บ่อยและติดต่อกันหรือมีการย้ำหรือซ้ำ เพื่อเตือนความทรงจำ หรือเปลี่ยนทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย

4. ข้อเสนอแนะ

4.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย

4.1.1 หน่วยงานที่มีบทบาทเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนแห่งอื่นๆ นอกเหนือจากพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อาทิเช่น ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนที่ตั้งอยู่ในวัด โรงเรียนพุทธศาสนวันอาทิตย์ ศูนย์ฝึกอาชีพต่างๆ ที่บริหารงานโดยหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน รวมทั้งองค์กรพัฒนาเอกชน หรือ องค์กรไม่แสวงผลกำไร หรือที่เรียกว่า องค์กร NGO นั้น ควรพิจารณานำผลการวิจัยฉบับนี้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทและภาพลักษณ์ขององค์กรให้มากขึ้น

4.1.2 ภาคเอกชน ควรพิจารณานำแนวทางการพัฒนาสื่อที่ปรากฏในงานวิจัยฉบับนี้ไปเป็นแนวทางในการให้ความช่วยเหลือแก่สังคม ภายใต้แผนงานความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ซึ่งอาจดำเนินการโดยสนับสนุนงบประมาณ หรือเป็นผู้แนะนำการผลิตสื่อแก่องค์กรทางสังคมที่ทำงานด้านการศึกษาในระบบโรงเรียนและศูนย์การเรียนรู้นอกห้องเรียน

4.1.3 หน่วยงานภาครัฐ ควรประยุกต์ใช้แนวทางการพัฒนาสื่อที่ปรากฏในงานวิจัยฉบับนี้ ไปเป็นแนวทางในการเสนอแนะแผนพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานย่อยที่ทำงานด้านการศึกษาในระบบโรงเรียนและศูนย์การเรียนรู้นอกห้องเรียน

4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

4.2.1 ควรทำการศึกษาวิจัยเพื่อต่อ ยอดผลการวิจัยฉบับนี้ โดยเน้นการออกแบบและสร้างสรรค์สื่อแบบครบวงจรภายใต้แผนการณรงค์ทางการโฆษณา (Advertisement Campaign) ที่มุ่งศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อของพิพิธภัณฑสถานของเล่นเกริก ย่านพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในเชิงลึกและรอบด้าน นับจากช่วงเวลาที่ผลการวิจัยฉบับนี้สิ้นสุดลง (ประมาณต้นปี พ.ศ. 2559) จากนั้น ทำการออกแบบผลงานต้นแบบสำหรับสื่อทุกประเภทตามแนวคิดแผนการณรงค์ทางการโฆษณา (Advertisement Campaign) เพื่อแก้ปัญหาด้านสื่อและส่งเสริมบทบาทรวมทั้งภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑสถานดังกล่าวต่อไป

4.2.2 ควรทำการศึกษาวิจัยในแนวคิดเดียวกับข้อ 4.2.1 แต่เปลี่ยนหน่วยงานในการศึกษาวิจัย อาจเป็นองค์กร (เช่น ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนที่จัดตั้งอยู่ภายในวัด โรงเรียนพุทธศาสนาวันอาทิตย์ ศูนย์ฝึกอาชีพต่างๆ ที่บริหารงานโดยหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน รวมทั้งองค์กรไม่แสวงผลกำไร หรือ องค์กร NGO) ที่มีบทบาทด้านการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียนและศูนย์การเรียนรู้นอกห้องเรียนที่มีปัญหาด้านการใช้สื่อในปัจจุบัน ทั้งนี้ เพื่อให้นักวิชาการได้มีบทบาทในการช่วยแก้ปัญหาด้านสื่อควบคู่กับการส่งเสริมบทบาทและภาพลักษณ์ขององค์กรเหล่านั้น โดยมีข้อมูลเชิงวิชาการรองรับ