

การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกที่สะท้อนเอกลักษณ์พื้นถิ่นสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ณัฐวรรตน์ ขจัดภัย^{1*} พิชัย สดภิบาล² อุดมศักดิ์ สาริบุตร³

The design of the memorial gift sets that reflects endemic for Nakhon Ratchasima

Rajabhat University.

Nutwarat Khajadpai^{1*} Pichai Sodhiban² Udomsak Saributr³

¹ปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

²อาจารย์ประจำสาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายในคณะครุศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

¹Graduate Students, Department of Industrial Product Design, Faculty of Industrial Education, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok

²Lecturer Faculty of Industrial Education, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok

* Corresponding author E-mail address : nutwarat@hotmail.com

บทคัดย่อ

การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกที่สะท้อนเอกลักษณ์พื้นถิ่นสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัย(1)เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เครื่องมือการวิจัยประกอบด้วย (1) แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นเพื่อเป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาใช้วิธีแปรผลด้วยค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (2) แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและด้านการตลาด ที่มีต่อรูปแบบของชุดผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึก และ ลวดลายกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ สรุปโดยค่าร้อยละในเรื่องของรูปทรงและในรูปแบบของค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในเรื่องของลวดลายกราฟิก (3) แบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ สรุปผลโดยใช้ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการสรุปรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึก ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเบื้องต้นด้วยแบบสอบถามที่ถามถึงความต้องการเบื้องต้นในเรื่องของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และ เรื่องของรูปแบบที่จะสื่อสะท้อนเอกลักษณ์ และความเป็นพื้นถิ่นของความเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาได้อย่างชัดเจน โดยผู้วิจัยได้รวบรวมผลเพื่อหาชุดผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมต่อองค์กรมากที่สุดซึ่งผลที่ได้คือ ชุดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร คิดเป็นร้อยละ 43 อยากให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ร้อยละ 73 และอยากให้เป็นดอกไม้ประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ร้อยละ 43 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกทั้งด้านรูปแบบและลวดลายกราฟิกผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและด้านการตลาดมีความคิดเห็นต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์และรูปแบบกราฟิกด้านความสวยงามอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$) ด้านการวางตำแหน่งกราฟิกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) ด้านลักษณะเฉพาะถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) ชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากหุ่นจำลองนั้นผลิตมาจากดินพอร์ซเลนมีน้ำหนักเบามีการดูดซึมน้ำน้อยมากหรือแทบจะไม่มีเลย มีเนื้อเงางาม ลวดลายใช้แบบรูปลอกสติ๊กเกอร์นำมาปิดทับบนผลิตภัณฑ์แล้วจึงนำไปเผาที่อุณหภูมิ 700 องศาเซลเซียส เป็นการพิมพ์งานชนิดบนเคลือบ ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกโดยแยกเป็นด้านการใช้งานได้แก่ ความทนของสินค้า คุณภาพของสินค้ามีขนาดที่เหมาะสมในการใช้งาน มีความสะดวกในการขนย้าย และเหมาะที่จะเป็นของที่ระลึกของฝาก ซึ่งระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) ด้านหน้าที่ ด้านการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความสวยงามเหมาะสม สามารถสื่อถึงมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาได้ ขนาดมีความเหมาะสมกับพื้นที่ในการจัดจำหน่าย สามารถแสดงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตมีความเหมาะสมด้านราคาอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 4.26$)

คำสำคัญ : การออกแบบ ของที่ระลึก มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เอกลักษณ์องค์กร

Abstract

The design of the memorial gift reflects endemic for Nakhon Ratchasima Rajabhat University . Investigators have determined the purpose of the research (1) to investigate the identity of Nakhon Ratchasima Rajabhat University (2) to design a series of memorial for Nakhon Ratchasima Rajabhat University (3) to evaluate the satisfaction of the production of a series of memorial for Nakhon Ratchasima Rajabhat University . Research tools include (1) the query basic information to guide the design of products, a set of rooms for Nakhon Ratchasima Rajabhat University used to interpret the mean and standard deviation (2) opinion survey of design professionals and the . market On the form of a series of commemorative graphics and design on the product. Summarized by percentage, in the shape and form of the mean. Standard deviation in terms of graphic design (3) the satisfaction of consumers that have a series of products designed to commemorate them. Results using the mean and standard deviation .The results are summarized as follows .The product forms a collection of memorabilia . Preliminary data were collected by questionnaire . Asked to basic needs in terms of products , souvenirs and the media to reflect a unique style . And the vernacular of the Nakhon Ratchasima Rajabhat University clearly. Collected by the researcher to find a product that is suitable for most organizations is which . Tableware sets . 43 percent would favor the products of Nakhon Ratchasima Rajabhat University is associated with 73 percent and wants to be a flower Nakhon Ratchasima Rajabhat University 43 percent . The product design, a set of commemorative both style and graphic design specialists and marketing with comments on the product model and graphic aesthetic at a high level ($\bar{X}$ = 4.29), the positioning graphics. at a high level ($\bar{X}$ = 4.17) and the endemic at high level ($\bar{X}$ = 4.20) sets in favor of a model that is produced from clay Porcelain is lightweight, has absorbed the water, very little or virtually . none Texture and shine . Patterned using a decal sticker to cover on the product and take it to burn at a temperature of 700 degrees Celsius is printing on the coated kind . Assessment of consumer satisfaction with the product set of souvenirs. By separate terms of use, including . Tolerance of the product . The quality of the product is the right size to use . The ease of transport. And suitable as a souvenir gift . The level of satisfaction is high ($\bar{X}$ = 4.20) at the front of the market, including a beautifully designed product suitable Can not convey the Nakhon Ratchasima Rajabhat University . Size is appropriate to the area of distribution . Display and manufacturer of unique products for a reasonable price level ($\bar{X}$ = 4.26).

Keywords : Design , Gift , Nakhon Ratchasima Rajabhat University , corporate identity .

บทนำ

ของที่ระลึกนั้นเกิดจากพฤติกรรมทำให้การเผื่อแผ่แบ่งปันเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้รับเกิด “การระลึกนึกถึงหรือคิดถึง” ซึ่งสิ่งนี้ถือเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติมนุษย์ในการอยู่ร่วมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบันที่ถือเป็นโลกแห่งการสื่อสารไม่เฉพาะแต่ในเรื่องของภาษาพูดเท่านั้น ภาษาภาพที่เป็นสื่อสัญลักษณ์ของแต่ละองค์กรหากได้นำไปแสดงบนผลิตภัณฑ์ก็จะทำให้ผู้รับเกิดการจดจำต่อองค์กรนั้นได้อย่างแม่นยำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นมหาวิทยาลัยที่มุ่งผลิตบัณฑิตและส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตอีกทั้งยังเป็นหน่วยงานที่อนุรักษ์ ส่งเสริม เผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของชาติและท้องถิ่นให้มีความเจริญรุ่งเรือง มั่นคง ด้วยเหตุปัจจัยดังตัวอย่างที่กล่าวมาจึงทำให้มีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้เข้ามามีส่วนร่วมและมุ่งให้มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ อีกทั้งยังมีโครงการความร่วมมือทางด้านการศึกษาดต่อบัณฑิตต่าง ๆ ซึ่งทำให้หลากหลายหน่วยงานได้เข้ามาประสานเชื่อมขมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และทุกครั้งทางมหาวิทยาลัยได้มอบของที่ระลึกที่มีอยู่มอบให้เพื่อเตือนความทรงจำและให้ระลึกถึงกันหรือแทนคำขอบคุณแต่ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมากลับขาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีความเป็นเอกลักษณ์หรือขาดรูปแบบที่โดดเด่นชัดเจน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนต้องใช้ทฤษฎีสานกับบริษัทขององค์กรซึ่งนำมาถึงการออกแบบเพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางมหาวิทยาลัยที่ตั้งไว้ โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกที่มีความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดมาเชื่อมโยงกับปรัชญา วิสัยทัศน์ ความต้องการเอกลักษณ์ขององค์กร อีกทั้งยังเป็นหน่วยงานที่อนุรักษ์ ส่งเสริม เผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของชาติและท้องถิ่นให้มีความเจริญรุ่งเรือง ผู้วิจัยจึงเกิดแรงบันดาลใจในการหารูปแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กรช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ รสนิยม และการนำไปเป็นแนวทางเพื่อการพัฒนาชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้มีจุดจดจำ และสามารถเสริมสร้างมูลค่า ทางเศรษฐกิจอันจะส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาเอกลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
- 2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
- 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ขั้นตอนการศึกษาเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ประกอบด้วยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล เอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
2. ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบ (IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรับปรุงสมบูรณ์พร้อมทั้งแบบร่างของผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึก (sketch design) จำนวน 9 รูปแบบ และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อสอบถามความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึก และนำแบบที่ได้รับการเลือกจำนวน 3 แบบ นำมาให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และด้านการออกแบบประเมิน



ภาพ 1 ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึก 1 2 และ 3



ภาพ 2 ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึก 4 5 และ 6



ภาพ 3 ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึก 7 8 และ 9

3. วิเคราะห์ข้อมูล ผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ หลังจากผู้เชี่ยวชาญเลือกผลิตภัณฑ์ 9 รูปแบบ คัดมาเพียง 3 รูปแบบดังภาพที่ปรากฏ



ภาพ 4 รูปแบบของการใส่กาแฟ sketch design 1 2 และ 3



ภาพ 5 รูปแบบของเหยือกใส่นม sketch design 4 5 และ 6



ภาพ 6 รูปแบบของโถน้ำตาล sketch design 7 8 และ 9



ภาพ 7 รูปแบบของแก้วกาแฟ sketch design 10 11 และ 12



ภาพ 8 รูปแบบของจานรองแก้วกาแฟ sketch design 13 และ 14

4. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและด้านการตลาดในการเลือกพิจารณารูปแบบของชุดผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกตามรายการประเมินได้ดังนี้

1. รูปแบบของการใส่กาแฟ พบว่า กาใส่กาแฟที่มีความเหมาะสม คือ กาใส่กาแฟรูปแบบที่ 3 โดยมีผู้เชี่ยวชาญเลือกจำนวน 2 ท่าน คิดเป็น 66.67 %
2. รูปแบบของเหยือกใส่นม พบว่า เหยือกใส่นมที่มีความเหมาะสม คือ เหยือกใส่นมรูปแบบที่ 1 โดยผู้เชี่ยวชาญเลือกจำนวน 3 ท่าน คิดเป็น 100%
3. รูปแบบของโถใส่น้ำตาล พบว่าโถใส่น้ำตาลที่มีความเหมาะสมคือโถใส่น้ำตาลรูปแบบที่ 1 โดยมีผู้เชี่ยวชาญเลือกจำนวน 2 ท่านคิดเป็น 66.67%
4. รูปแบบของแก้วกาแฟ พบว่าแก้วกาแฟที่มีความเหมาะสมคือ แก้วกาแฟรูปแบบที่ 3 โดยผู้เชี่ยวชาญเลือกจำนวน 2 ท่าน คิดเป็น 66.67%

5. รูปแบบจานรองแก้วกาแฟ พบว่า จานรองแก้วกาแฟที่มีความเหมาะสม คือ จานรองแก้วกาแฟแบบที่ 2 โดยมีผู้เชี่ยวชาญเลือกจำนวน 2 ท่าน คิดเป็น 66.67%

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัย

ราชภัฏนครราชสีมา ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการลำดับขั้นตอนวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

ตอนที่1 แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นเพื่อเป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ตอนที่2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบที่มีต่อรูปแบบของชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ตอนที่3 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบที่มีต่อรูปแบบของลวดลายกราฟิกบนชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญและมีประสบการณ์ทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน พร้อมนำรูปแบบชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จำนวน 3 ชุด 8 รูปแบบ ให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาประกอบกับการตอบแบบสอบถาม โดยหารูปแบบที่เหมาะสมเพียง 1 ชุด 4 รูปแบบ เพื่อนำไปออกแบบลวดลายกราฟิกบนชุดผลิตภัณฑ์ โดยรูปแบบในการสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ประเมินรูปแบบชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและรูปแบบลวดลายกราฟิกบนชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เพื่อสอบถามผู้บริโภค โดยการนำเอาชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกไปจัดวางภายในโรงแรมทับแก้ว ร้านค้าสวัสดิการ ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยรูปแบบในการสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะนำเสนออภิปรายผล

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเพื่อเป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ทำการสอบถามบุคคลทั่วไปในจังหวัดนครราชสีมาจำนวน 100 คน พบว่าอยากให้สิ่งที่สื่อสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยคือ ดอกไม้ประจำมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นดอกราชพฤกษ์ หรือดอกคูณ แสดงเป็นลวดลายกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา



ภาพ 9 ภาพแสดงลายกราฟิก รูปแบบที่ 1



ภาพ 10 ภาพแสดงลายกราฟิก รูปแบบที่ 2



ภาพ 11 ภาพแสดงลายกราฟิก รูปแบบที่ 3

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัย

ราชภัฏนครราชสีมา ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการลำดับขั้นตอนวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นเพื่อเป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบที่มีต่อรูปแบบของชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบที่มีต่อรูปแบบของลวดลายกราฟิกบนชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบซึ่งผู้เชี่ยวชาญที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญและมีประสบการณ์ทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน พร้อมนำรูปแบบชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จำนวน 3 ชุด 4 รูปแบบ ให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาประกอบกับการตอบแบบสอบถาม โดยหารูปแบบที่เหมาะสมเพียง 1 ชุด 4 รูปแบบ เพื่อนำไปออกแบบลวดลายกราฟิกบนชุดผลิตภัณฑ์ โดยรูปแบบในการสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ประเมินรูปแบบชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและรูปแบบลวดลายกราฟิกบนชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

เพื่อสอบถามผู้บริโภคโดยการนำเอาชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกไปจัดวางภายในโรงแรมห้าแฉก ร้านค้าสวัสดิการ ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาโดยรูปแบบในการสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

รายการ		จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	36	36
	หญิง	64	64
รวม		100	100
2. อายุ	น้อยกว่า 25 ปี	13	13
	25 – 34 ปี	28	28
	35 – 44 ปี	42	42
	45 – 54 ปี	11	11
	มากกว่า 55 ปี	6	6
รวม		100	100
3.อาชีพ	นักเรียน นักศึกษา	9	9
	รับราชการ รัฐวิสาหกิจ	31	31
	ลูกจ้าง พนักงาน	19	19
	ธุรกิจส่วนตัว	41	41
รวม		100	100
4.เคยซื้อผลิตภัณฑ์	เคย	100	100
	ไม่เคย	-	-
รวม		100	100
5.ท่านเคยซื้อผลิตภัณฑ์ใดมากที่สุด	แก้วกาแฟ	43	43
	ซองพลุ	7	7
	กระต่ายใส่นามบัตร	6	6
	กระเช้ารูปหัวใจ	8	8
	ที่ใส่ปากกา	11	11
	จานโซว์	7	7
	นาฬิกา	8	8
	เสื้อ	10	10
รวม		100	100
6.ความถี่ในการซื้อ	ทุกวัน	-	-
	ทุกสัปดาห์	30	30
	ทุกเดือน	48	48
	ทุกปี	22	22
รวม		100	100
7.รูปแบบการซื้อ	ซื้อเพื่อใช้เอง	30	30
	ซื้อเพื่อเป็นของที่ระลึก (ของฝาก)	63	63
	ซื้อเพื่อนำไปจำหน่าย	-	-

รายการ		จำนวน	ร้อยละ
	อื่นๆ	7	7
รวม		100	100
8. ลักษณะการซื้อ	ซื้อสินค้าปลีก	100	100
	ซื้อสินค้าส่ง	-	-
รวม		100	100
9. ซื้อเพราะเหตุใด	คุณภาพของสินค้า	22	22
	มีแหล่งจำหน่ายที่เหมาะสม	4	4
	รูปแบบสวยงาม	11	11
	ราคาคู่ค้าเหมาะสม	26	26
	มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	37	37
รวม		100	100
10. อยากให้ผลิตภัณฑ์เป็นของประเภท	เครื่องแต่งกาย	23	23
	เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร	43	43
	เครื่องใช้สำนักงาน	22	22
	ของประดับตกแต่ง	12	12
	อื่นๆ	-	-
รวม		100	100
11. อยากให้ของที่ระลึกเกี่ยวข้องกับ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา	73	73
	จังหวัดนครราชสีมา	17	17
	อื่นๆ	10	10
รวม		100	100
11(ก). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา	สถาบันไม่กลายเป็นหิน	7	7
	ดอกไม้ประจำมหาวิทยาลัยฯ	43	43
	พันธุ์พืชภายในมหาวิทยาลัยฯ	16	16
	อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ	7	7
รวม		73	73
11(ข). จังหวัดนครราชสีมา	แหล่งท่องเที่ยว	6	6
	ผ้าไหมปักธงชัย	1	1
	แมวไทยโคราช	2	2
	เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน	8	8
	อื่นๆ	-	-
รวม		17	17
11(ค). อื่นๆ	-	-	-
รวม		-	-

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 64 เพศชายร้อยละ 36 อายุระหว่าง 35-44 ปี ร้อยละ 42 อายุระหว่าง 25-34 ปี ร้อยละ 28 อายุน้อยกว่า 25 ปี ร้อยละ 13 อายุระหว่าง 45-54 ปี ร้อยละ 11 และมากกว่า 55 ปี ร้อยละ 6 อาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 41 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 31 ลูกจ้าง/พนักงาน ร้อยละ 19 นักเรียน นักศึกษาร้อยละ 9 เคยซื้อผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 100 ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมากที่สุด คือ แก้วกาแฟ ร้อยละ 43 ที่ใส่ปากการ้อยละ 11 เสื้อร้อยละ 10 นาฬิการ้อยละ 8 กระเป๋าหิ้วร้อยละ 8 ของพลูร้อยละ 7 จานโซ้วร้อยละ 7 กระต่ายใส่นามบัตรร้อยละ 6 ความถี่ในการซื้อทุกเดือนร้อยละ 48 ทุกสัปดาห์ร้อยละ 30 ทุกปีร้อยละ 22 รูปแบบการซื้อ ซื้อเพื่อเป็นของขวัญที่ระลึก(ของฝาก)ร้อยละ 63 ซื้อเพื่อใช้เองร้อยละ 30 อื่นๆร้อยละ 7 ลักษณะการซื้อ ซื้อปลีกร้อยละ 100 มูลเหตุจูงใจในการซื้อสินค้า ซื้อเพราะมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะร้อยละ 37 ราคาคุ้มค่าเหมาะสมร้อยละ 26 คุณภาพของสินค้าน้อยกว่า 22 รูปแบบสวยงามร้อยละ 11 มีแหล่งจำหน่ายที่เหมาะสมร้อยละ 4 อยากให้ผลิตภัณฑ์เป็นประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารร้อยละ 43 เครื่องแต่งกายร้อยละ 23 เครื่องใช้สำนักงานร้อยละ 22 ของประดับตกแต่งร้อยละ 12 อยากให้ของที่ระลึกเกี่ยวข้องกับกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาร้อยละ 73 อยากให้เกี่ยวข้องกับจังหวัดนครราชสีมาร้อยละ 17 อื่น ๆ ร้อยละ 10 ของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ดอกไม้ประจำมหาวิทยาลัยร้อยละ 43 พันธุ์พฤษภาทมิฬร้อยละ 16 อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยร้อยละ 7 สถาบันไม้กลายเป็นหินร้อยละ 7 ที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดนครราชสีมา เครื่องปั้นดินเผาร้อยละ 8 แหล่งท่องเที่ยวร้อยละ 6 แมวไทยโคราชร้อยละ 2 ผ้าไหมปักธงชัยร้อยละ 1

ตาราง 2 ผลประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

รายการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อของที่ระลึก	ระดับความพึงพอใจ	
	$\bar{X}$	S.D.
1. หน้าที่ด้านการใช้งาน		
1.1 ความคงทนของสินค้า	4.08	0.58
1.2 คุณภาพของสินค้า	4.10	0.61
1.3 มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน	4.09	0.63
1.4 สะดวกในการใช้งาน การเปิด ปิด	4.32	0.70
1.5 มีความสะดวกในการขนย้าย	4.37	0.67
1.6 เหมาะที่จะเป็นของขวัญที่ระลึก ของฝาก	4.39	0.64
รวม	4.23	0.67
ระดับความพึงพอใจ	ระดับมาก	

รายการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อของที่ระลึก	ระดับความพึงพอใจ	
	$\bar{X}$	S.D.
2. หน้าที่ด้านการตลาด		
2.1 ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความสวยงามเหมาะสม	4.35	0.70
2.2 สามารถสื่อถึงมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาได้	4.08	0.64
2.3 ขนาดมีความเหมาะสมกับพื้นที่ในการจัดจำหน่าย	4.12	0.60
2.4 สามารถชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบถึง ชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์	4.19	0.59
2.5 สามารถแสดงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต	4.11	0.63
2.6 มีความเหมาะสมด้านราคา	4.39	0.64
รวม	4.21	0.64
ระดับความพึงพอใจ	ระดับมาก	

ผลประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคพบว่าความคงทนของสินค้า ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.08$) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในเรื่องคุณภาพของสินค้า ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.10$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ชุดผลิตภัณฑ์มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.09$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รูปทรงสะดวกในการใช้งาน ค่าเฉลี่ย(4.32) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ขนย้ายได้สะดวกค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.32$)ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีความเหมาะสมที่จะเป็นของที่ระลึกของฝากค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.39$) ด้านการตลาดผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความสวยงาม ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.35$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ความสามารถที่สื่อถึงความเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏ ค่าเฉลี่ย($\bar{X}=4.08$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ขนาดของผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับพื้นที่ในการจัดวางจำหน่ายค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.12$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สามารถชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิดประเภทของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.18$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อสะท้อนเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.11$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีราคาที่เหมาะสมในการซื้อค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.21$) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา พบว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมายังไม่มีผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อความเป็นเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยที่ชัดเจนโดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ด้านรูปทรงและลวดลาย ข้อมูลด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลการจัดจำหน่ายข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย

ผลจากการศึกษาพบว่าสิ่งที่ต้องคำนึงในการออกแบบคือต้องมีรูปแบบของผลิตภัณฑ์และลวดลายแสดงลักษณะเฉพาะถิ่นมีความสามารถในการสื่อถึงมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาเป็นเอกลักษณ์

จากกรอบแนวคิดของ ธีระชัย สุขสด (2544, หน้า 88-91) สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกได้แก่ด้านความงามคือ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความสวยงามมาก่อนหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับอย่างมีประสิทธิภาพด้านลักษณะเฉพาะถิ่นมีรูปแบบและลวดลายที่แฝงไปด้วยลักษณะเฉพาะถิ่น บ่งบอกลักษณะของกลุ่มชนนั้น

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุดของที่ระลึกได้แก่ หน้าที่ด้านการใช้งาน อันได้แก่ความคงทนของสินค้า คุณภาพของสินค้า มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน สะดวกในการใช้งาน การเปิด-ปิด มีความสะดวกในการขนย้ายเหมาะสมที่จะเป็นของที่ระลึกของฝาก และหน้าที่ด้านการตลาดอันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความสวยงามเหมาะสมสื่อถึงมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ขนาดมีความเหมาะสมกับพื้นที่ในการจัดจำหน่าย สามารถแสดงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตมีความเหมาะสมด้านราคา

เอกสารอ้างอิง

ชัยรัตน์ อัครวาท. (2548). *ออกแบบให้โดนใจ*. กรุงเทพฯ : สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.

ธีระชัย สุขสด. (2544). *การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮาส์.

นวนน้อย บุญวงศ์. (2539). *หลักการออกแบบ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นวนน้อย บุญวงศ์. (2542). *หลักการออกแบบ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิรัช สุดสังข์. (2547). *การวิจัยออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ปาพจน์ หนูนกดี. (2553). *หลักการและกระบวนการออกแบบงานกราฟิกดีไซน์*. กรุงเทพฯ.

ประชิด ทิณบุตร. (2531). *การออกแบบกราฟิก*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

ประเสริฐ ศีลรัตน์. (2544). (ของที่ระลึก). พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮาส์.

ปรีดา พิมพ์ขาว. (2530). *เคลือบเซรามิก*. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.

พิชัย สดภิบาล. (2553). *วัสดุพื้นถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ใช้ในการผลิตครุภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

วันชัย เพ็ญมแดง. (2547). *การตกแต่งดินเผาด้วยรูปลอกเซรามิก*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮาส์.

วัฒน์ จุฑะวิภาต. (2535). *การออกแบบ*. กรุงเทพฯ : ประราธนา.

วิรุณ ตั้งเจริญ. (2545). *ออกแบบกราฟิก*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ อีแอนด์ไอคิว.