

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ข้อมูลความต้องการผู้บริโภค ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามด้านการออกแบบจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องทางด้าน การออกแบบ การตอบแบบสอบถามความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนำมาวิเคราะห์แล้วนำเสนอในรูปแบบของการบรรยายและตาราง โดยเรียบเรียงแบ่งตามวัตถุประสงค์ออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผลการศึกษาแนวทางการออกแบบของที่ระลึกสำหรับศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดจันทบุรี

ขั้นตอนที่ 2 ผลการออกแบบของที่ระลึกสำหรับศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดจันทบุรี

ขั้นตอนที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดจันทบุรี

#### 4.1 ขั้นตอนที่ 1 ผลการศึกษาแนวทางการออกแบบของที่ระลึกสำหรับศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดจันทบุรี

##### 4.1.1 ผลการศึกษาอัตลักษณ์พื้นที่เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบ

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจและสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่กำหนดประเด็นการสัมภาษณ์ คือ ประวัติความเป็นมาของชุมชน จุดเด่นจุดสำคัญของพื้นที่ บริบททางสังคม อาชีพ วิถีชีวิต ขนบทำเนียมประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น สรุปได้ดังนี้

##### 1) ประวัติความเป็นมาของชุมชน

ในอดีตมีปลาพะยูน หรือที่ชาวบ้านเรียกว่าปลาหมูหรือหมููดเป็นจำนวนมากขนาดเท่าลำเรือแจว ซึ่งได้เข้ามาอาศัยกินหญ้าทะเล ซึ่งได้นำชื่อหมููดไปตั้งเป็นชื่อหมู่บ้านหมููด และวัดหมููดในปัจจุบัน และในอดีตได้เรียกพื้นที่บริเวณนี้ว่า ทุ่งกระเบน เพราะว่ามีปลากระเบนจำนวนมาก เข้ามาอาศัยและกินหญ้าทะเลในบริเวณอ่าวภายหลังจึงมีชื่อว่า อ่าวคุ้งกระเบน และการมองมุมสูงจากยอดเขาหมููดลักษณะของอ่าวก็มีลักษณะคล้ายกับปลากระเบน อ่าวคุ้งกระเบนมีความอุดมสมบูรณ์มากเป็นแหล่งอาหารให้กับสัตว์ทะเลหลากหลายชนิด

2) จุดเด่นจุดสำคัญของพื้นที่

ความเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ของอ่าวคุ้งกระเบน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด มีเส้นทางเดินชมป่าชายเลนที่เป็นทิวยาวตลอดแนวของอ่าว มีสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ หน่วยงานสาธิตการเลี้ยงสัตว์น้ำ และชายหาดสำหรับการพักผ่อน

3) บริบททางสังคม อาชีพ วิถีชีวิต

มีวิถีชีวิตการทำประมง และมีการเปลี่ยนแปลงอาชีพไปในภาคบริการทำงานตามโรงแรม รีสอร์ท บ้านพัก

4) ขนบทำเนียมประเพณี

คนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธมีขนบทำเนียมประเพณีตามแบบศาสนาพุทธโดยทั่วไป มีวัดที่อยู่ในพื้นที่ คือ วัดแหลมเสด็จ และวัดหมุด

5) ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ทักษะการทำอาชีพประมง การทำลอบปูลอบปลา การต่อเรือ ซ่อมแซมเรือ และการแปรรูปอาหารทะเล

6) ความคาดหวังในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

บ่งบอกว่าของที่ระลึกนั้นมาจากไหน มีคำว่ามีคุ้งกระเบน มีการสื่อสารกับสถานที่ถึงปลาพะยูน ปลากระเบน และพื้นที่ของอ่าวคุ้งกระเบน ไม่จำเป็นต้องหรูหรา ไม่เป็นอุตสาหกรรมมากเกินไปหรือเป็นฝีมือของคนในท้องถิ่น

สรุปการศึกษาอัตลักษณ์พื้นที่เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบ ปลาพะยูน หรือที่ชาวบ้านเรียกว่าปลาหมูหรือหมุด ปลากระเบน เส้นทางเดินชมป่าชายเลน และรูปทรงของอ่าวคุ้งกระเบนจากมุมมอง สามารถนำมาใช้ในการออกแบบ ควรบ่งบอกหรือคำว่ามีคุ้งกระเบนเพื่อเป็นการสื่อสารถึงสถานที่

#### 4.1.2 ผลการศึกษาความต้องการเพื่อเป็นแนวทางการออกแบบ

ผู้วิจัยได้ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายจากกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรและชาวบ้านชุมชน รวมทั้งผู้มาท่องเที่ยวศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดจันทบุรี โดยวิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 120 คน ทำการตอบแบบสอบถามถึงแนวทางการออกแบบและความต้องการของที่ระลึก ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

รายการ	ค่าความถี่	ค่าร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	55	45.83
หญิง	65	54.17
รวม	120	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	23	19.17
21 – 30 ปี	33	27.50
31 – 40 ปี	27	22.50
41 – 50 ปี	20	16.67
51 ปีขึ้นไป	17	14.16
รวม	120	100.00
3. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	36	30.00
พนักงานบริษัท	32	26.67
ค้าขาย	3	2.50
รับจ้างทั่วไป	6	5.00
ธุรกิจส่วนตัว	3	2.50
นักออกแบบ, สถาปนิก, ศิลปิน	1	0.83
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	31	25.83
อื่นๆ	8	6.67
รวม	120	100.00
4. รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	49	40.83
10,001 – 15,000 บาท	17	14.17
15,001 – 20,000 บาท	24	20.00
20,001 – 25,000 บาท	5	4.17
25,001 – 30,000 บาท	5	4.17
30,000 บาทขึ้นไป	20	16.66
รวม	120	100.00

จากตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.17 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 45.83 ส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี ร้อยละ 27.50 ส่วนใหญ่อาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 30.00 และส่วนใหญ่มิรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 40.83

#### ตารางที่ 4.2 ข้อมูลเหตุผลในการเลือกซื้อของที่ระลึก

เหตุผลในการเลือกซื้อของที่ระลึก	ค่าความถี่	ค่าร้อยละ
เป็นของที่ระลึกให้กับตัวเอง	33	27.50
เป็นของขวัญให้กับครอบครัว	39	32.50
เป็นของขวัญให้ผู้อื่น	47	39.16
อื่นๆ	1	0.84
รวม	120	100.00

จากตารางที่ 4.2 ข้อมูลเหตุผลในการเลือกซื้อของที่ระลึกผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเป็นของขวัญให้ผู้อื่น ร้อยละ 39.16 รองลงมา ซื้อเป็นของขวัญให้กับครอบครัว ร้อยละ 32.50

#### ตารางที่ 4.3 ข้อมูลสิ่งที่ผู้บริโภครต้องการจากของที่ระลึก

สิ่งที่ผู้บริโภครต้องการจากของที่ระลึก	ค่าความถี่	ค่าร้อยละ
มีชายเฉพาะที่อ่าวคุ้งกระเบน	16	13.34
มีสัญลักษณ์ความเป็นอ่าวคุ้งกระเบน	57	47.50
ประโยชน์ใช้สอย	12	10.00
มีขนาดเล็กพกพาสะดวก	17	14.16
มีประวัติความเป็นมา	17	14.16
อื่นๆ	1	0.84
รวม	120	100.00

จากตารางที่ 4.3 สิ่งที่ผู้บริโภครต้องการจากของที่ระลึกผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ต้องการให้มีสัญลักษณ์ความเป็นอ่าวคุ้งกระเบน ร้อยละ 47.50 รองลงมา มีขนาดเล็กพกพาสะดวก และมีประวัติความเป็นมา ร้อยละ 14.16

#### ตารางที่ 4.4 ข้อมูลสิ่งที่ผู้บริโภคร้องขอการจะเลือกซื้อของที่ระลึก

สิ่งที่ผู้บริโภคร้องขอการจะเลือกซื้อของที่ระลึก (ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้มากกว่า 1)					
รายการ	ความถี่	ค่าร้อยละ	รายการ	ความถี่	ค่าร้อยละ
เสื้อยืด	58	15.06	โมบายแขวนประดับ	19	4.93
หมวก	37	9.61	ที่รองแก้ว	7	1.81
กระเป๋าผ้า	39	10.12	ที่รองจาน	2	0.51
ผ้าคลุมไหล่	7	1.81	ผ้าปูโต๊ะ	1	0.25
ผ้าพันคอ	16	4.15	กล่องทิชชู	5	1.29
เสื้อปูกิ่ง	2	0.51	โปสเตอร์	24	6.23
หมอน	6	1.55	ภาพวาดวิว	30	7.79
ที่วางโทรศัพท์	9	2.33	ชุดแม่เหล็ก	6	1.55
กระเป๋าเครื่องเขียน	4	1.03	พวงกุญแจ	56	14.54
ที่เก็บนามบัตร	4	1.03	แก้วไม้	7	1.81
กระเป๋าเศษเงิน	6	1.55	สมุดโน้ต	18	4.67
กล่องอุปกรณ์สำนักงาน	5	1.29	บอร์ดติดกระดาษโน้ต	1	0.25
คอมพิวเตอร์	10	2.59	อื่นๆ	2	0.51
นาฬิกาติดผนัง	4	1.03	รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.4 ข้อมูลสิ่งที่ผู้บริโภคร้องขอการจะเลือกซื้อของที่ระลึก ได้แก่ เสื้อยืด ร้อยละ 15.06 พวงกุญแจ ร้อยละ 14.54 กระเป๋าผ้า ร้อยละ 10.12 หมวก ร้อยละ 9.61 ภาพวาดวิว ร้อยละ 7.79 โปสเตอร์ ร้อยละ 6.23 โมบายแขวนประดับ ร้อยละ 4.93 สมุดโน้ต ร้อยละ 4.67 ผ้าพันคอ ร้อยละ 4.15 คอมพิวเตอร์ ร้อยละ 2.59 ตามลำดับ คำถามนี้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกได้มากกว่าหนึ่ง

#### 4.1.3 สรุปแนวทางการออกแบบและข้อกำหนดในการออกแบบ

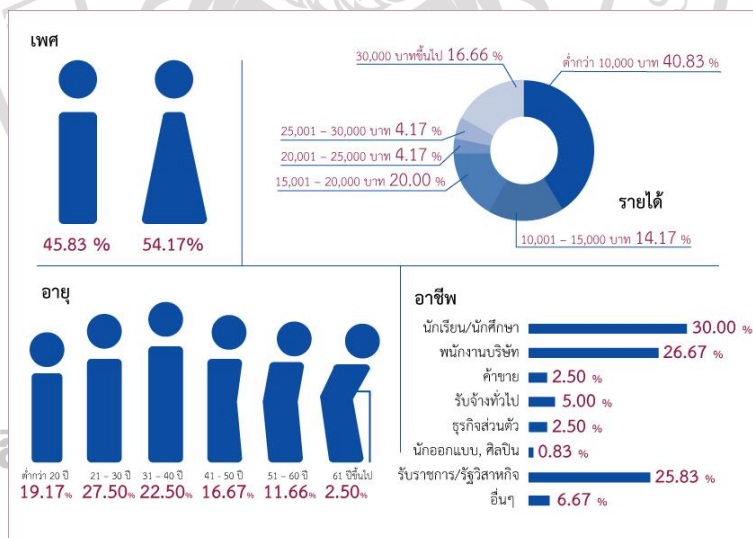
สรุปการศึกษาอัตลักษณ์พื้นที่เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบ ปลาพะยูน หรือที่ชาวบ้านเรียกว่าปลาหมูหรือหมูคุด ปลากระเบน เส้นทางเดินชมป่าชายเลน และรูปทรงของอ่าวคั้ง กระเบนจากมุมมองสูง สามารถนำมาใช้ในการออกแบบ ควรบ่งบอกหรือคำว่ามีคั้งกระเบนเพื่อเป็นการสื่อสารถึงสถานที่

ข้อกำหนดในการออกแบบ สรุปข้อมูลเหตุผลในการเลือกซื้อของที่ระลึกผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเป็นของขวัญให้ผู้อื่นและต้องการให้มีสัญลักษณ์ความเป็นอ่าวคั้ง

กระเบน สิ่งที่ผู้บริโภครต้องการจะเลือกซื้อของที่ระลึก ได้แก่ เสื้อยืด ร้อยละ 15.06 พวงกุญแจ ร้อยละ 14.54 และกระเป๋าผ้า ร้อยละ 10.12



ภาพที่ 4.1 แนวทางศึกษาอัตลักษณ์เพื่อใช้ในการออกแบบ



ภาพที่ 4.2 ข้อมูลของผู้บริโภค



ภาพที่ 4.3 ข้อมูลความต้องการและข้อกำหนดการออกแบบ

## 4.2 ขั้นตอนที 2 ผลการออกแบบของทีระลึกสำหรับศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดจันทบุรี

### 4.2.1 ผลการออกแบบ

ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของทีระลึกตามแนวทางทีได้ศึกษาค้นคว้าและการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้เลือกออกแบบผลิตภัณฑ์ของทีระลึก 3 ลำดับทีมีค่าสถิติร้อยละจากความต้องการลำดับที 1-3 จากผู้บริโภครกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ เสื้อยืด ร้อยละ 15.06 พวงกุญแจ ร้อยละ 14.54 และกระเป๋าผ้า ร้อยละ 10.12 มาเป็นข้อกำหนดในการออกแบบของทีระลึกสำหรับศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดจันทบุรี ได้ผลการออกแบบดังนี้

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



### 1. เลื่อยึด

ภาพที่ 4.4 ภาพแบบร่างเสื้อยืด

ตารางที่ 4.5 แสดงผลวิเคราะห์การออกแบบเสื้อยืด

รูปแบบ	รายละเอียด	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
A	1. มีความสวยงามน่าซื้อ	4.00	0.00	เหมาะสมมาก
	2. ลายลายเหมาะสมกับปัจจุบัน	4.00	0.00	เหมาะสมมาก
	3. มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม	4.66	0.57	เหมาะสมมากที่สุด
	4. สามารถผลิตได้ง่าย	4.66	0.57	เหมาะสมมากที่สุด
	5. บ่งบอกถึงสัญลักษณ์ความเป็นคุ้งกระเบน	4.66	0.57	เหมาะสมมากที่สุด
	6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4.00	0.00	เหมาะสมมาก
	<b>รวม</b>	<b>4.33</b>	<b>0.31</b>	<b>เหมาะสมมาก</b>
B	1. มีความสวยงามน่าซื้อ	4.00	0.00	เหมาะสมมาก
	2. ลายลายเหมาะสมกับปัจจุบัน	4.00	0.00	เหมาะสมมาก
	3. มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม	4.66	0.57	เหมาะสมมากที่สุด
	4. สามารถผลิตได้ง่าย	4.66	0.57	เหมาะสมมากที่สุด
	5. บ่งบอกถึงสัญลักษณ์ความเป็นคุ้งกระเบน	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
	6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4.00	0.00	เหมาะสมมาก
	<b>รวม</b>	<b>4.38</b>	<b>0.29</b>	<b>เหมาะสมมาก</b>
C	1. มีความสวยงามน่าซื้อ	4.66	0.57	เหมาะสมมากที่สุด
	2. ลายลายเหมาะสมกับปัจจุบัน	4.00	1.00	เหมาะสมมาก
	3. มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม	4.66	0.57	เหมาะสมมากที่สุด



ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รูปแบบ	รายละเอียด	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
	4. สามารถผลิตได้ง่าย	4.66	0.57	เหมาะสมมากที่สุด
	5. บ่งบอกถึงสัญลักษณ์ความเป็นกุ้งกระเบน	4.00	1.00	เหมาะสมมาก
	6. มีความเป็นไปได้ทางการตลาด	4.66	0.57	เหมาะสมมากที่สุด
	รวม	4.44	0.21	เหมาะสมมาก

จากตารางที่ 4.5 สรุปได้ว่า ผลวิเคราะห์การออกแบบเสื้อยืดรูปแบบ C มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.44$ ) รองลงมา คือ รูปแบบ B และ A มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.38$  และ 4.33) ตามลำดับ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกรูปแบบ C มาพัฒนาและผลิตต้นแบบต่อไป



## 2. พวงกุญแจ

ภาพที่ 4.5 ภาพแบบร่างพวงกุญแจ

ตารางที่ 4.6 แสดงผลวิเคราะห์การออกแบบพวงกุญแจ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

รูปแบบ	รายละเอียด	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
A	1. มีความสวยงามน่าซื้อ	4.00	0.00	เหมาะสมมาก
	2. ลวดลายเหมาะสมกับปัจจุบัน	4.33	0.57	เหมาะสมมาก
	3. มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม	4.66	0.57	เหมาะสมมากที่สุด
	4. สามารถผลิตได้ง่าย	4.66	0.57	เหมาะสมมากที่สุด

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

รูปแบบ	รายละเอียด	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
	5. บ่งบอกถึงสัญลักษณ์ความเป็นคู่แข่ง กระเบน	4.33	0.57	เหมาะสมมาก
	6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
	<b>รวม</b>	<b>4.50</b>	<b>0.29</b>	<b>เหมาะสมมาก</b>
B	1. มีความสวยงามน่าซื้อ	4.00	0.00	เหมาะสมมาก
	2. ลวดลายเหมาะสมกับปัจจุบัน	4.00	0.00	เหมาะสมมาก
	3. มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม	4.33	0.57	เหมาะสมมาก
	4. สามารถผลิตได้ง่าย	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
	5. บ่งบอกถึงสัญลักษณ์ความเป็นคู่แข่ง กระเบน	4.33	0.57	เหมาะสมมาก
	6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4.66	0.57	เหมาะสมมากที่สุด
	<b>รวม</b>	<b>4.38</b>	<b>0.31</b>	<b>เหมาะสมมาก</b>
C	1. มีความสวยงามน่าซื้อ	4.33	0.57	เหมาะสมมาก
	2. ลวดลายเหมาะสมกับปัจจุบัน	4.00	1.00	เหมาะสมมาก
	3. มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม	4.33	0.57	เหมาะสมมาก
	4. สามารถผลิตได้ง่าย	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
	5. บ่งบอกถึงสัญลักษณ์ความเป็นคู่แข่ง กระเบน	4.33	1.15	เหมาะสมมาก
	6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4.66	0.57	เหมาะสมมากที่สุด
	<b>รวม</b>	<b>4.44</b>	<b>0.40</b>	<b>เหมาะสมมาก</b>

จากตารางที่ 4.6 สรุปได้ว่า ผลวิเคราะห์การออกแบบพวงกุญแจ รูปแบบ A มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$  = 4.50) รองลงมา คือ รูปแบบ C และ B มีค่าเฉลี่ย มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$  = 4.44 และ 4.38) ตามลำดับ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกรูปแบบ A มาพัฒนาและผลิตต้นแบบต่อไป



รูปแบบ A

รูปแบบ B

รูปแบบ C

## 3. กระเป๋าผ้า

ภาพที่ 4.6 ภาพแบบร่างกระเป๋าผ้า

ตารางที่ 4.7 แสดงผลวิเคราะห์การออกแบบกระเป๋าผ้า

รูปแบบ	รายละเอียด	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
A	1. มีความสวยงามน่าซื้อ	4.66	0.57	เหมาะสมมากที่สุด
	2. ลวดลายเหมาะสมกับปัจจุบัน	4.00	0.00	เหมาะสมมาก
	3. มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
	4. สามารถผลิตได้ง่าย	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
	5. บ่งบอกถึงสัญลักษณ์ความเป็นคุ้งกระเบน	4.33	0.57	เหมาะสมมาก
	6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4.33	0.57	เหมาะสมมาก
	<b>รวม</b>	<b>4.55</b>	<b>0.31</b>	<b>เหมาะสมมากที่สุด</b>
B	1. มีความสวยงามน่าซื้อ	4.33	0.57	เหมาะสมมากที่สุด
	2. ลวดลายเหมาะสมกับปัจจุบัน	4.33	0.57	เหมาะสมมาก
	3. มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
	4. สามารถผลิตได้ง่าย	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
	5. บ่งบอกถึงสัญลักษณ์ความเป็นคุ้งกระเบน	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
	6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4.33	0.57	เหมาะสมมาก
	<b>รวม</b>	<b>4.66</b>	<b>0.31</b>	<b>เหมาะสมมากที่สุด</b>
C	1. มีความสวยงามน่าซื้อ	4.66	0.57	เหมาะสมมากที่สุด
	2. ลวดลายเหมาะสมกับปัจจุบัน	4.66	0.57	เหมาะสมมากที่สุด
	3. มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

รูปแบบ	รายละเอียด	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
	4. สามารถผลิตได้ง่าย	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
	5. บ่งบอกถึงสัญลักษณ์ความเป็นคู่แข่ง	4.00	0.00	เหมาะสมมาก
	กระเบน			
	6. มีความเป็นไปได้ทางการตลาด	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
	<b>รวม</b>	<b>4.72</b>	<b>0.29</b>	<b>เหมาะสมมากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.7 สรุปได้ว่า ผลวิเคราะห์การออกแบบกระเป๋าผ้า รูปแบบ C มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.72$ ) รองลงมา คือ รูปแบบ B และ A มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.66$  และ  $4.55$ ) ตามลำดับ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกรูปแบบ C มาพัฒนาและผลิตต้นแบบต่อไป

สรุปการออกแบบของที่ระลึกสำหรับศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดจันทบุรี ในการออกแบบเสื้อยืดทั้ง 3 รูปแบบ (A,B,C) สรุปได้ว่ารูปแบบ C มีค่าเฉลี่ยรวมในด้านต่างๆ (4.44) ในการออกแบบพวงกุญแจทั้ง 3 รูปแบบ (A,B,C) สรุปได้ว่ารูปแบบ A มีค่าเฉลี่ยรวมในด้านต่างๆ (4.50) และในการออกแบบกระเป๋าผ้าทั้ง 3 รูปแบบ (A,B,C) สรุปได้ว่ารูปแบบ C มีค่าเฉลี่ยรวมในด้านต่างๆ (4.72) ผู้วิจัยได้เลือกมาผลิตต้นแบบเนื่องจากมีผลวิเคราะห์ในด้านต่างๆอยู่ในภาพรวมมากที่สุด

#### 4.2.2 การพัฒนาต้นแบบ

ผู้วิจัยได้เลือก เสื้อยืดรูปแบบ C พวงกุญแจรูปแบบ A และกระเป๋าผ้ารูปแบบ C มาพัฒนาและผลิตต้นแบบ เนื่องจากมีผลวิเคราะห์การออกแบบในด้านต่างๆจากผู้ทรงคุณวุฒิ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในภาพรวมมากที่สุด 3 แบบ และปรับปรุงพัฒนาตามแนวทางที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะ ไว้ดังนี้

จากข้อเสนอแนะและความคิดเห็น ลวดลายในเสื้อยืดและกระเป๋าผ้าควรมีการเพิ่มชื่อสัตว์น้ำในลวดลายของเสื้อยืดและกระเป๋าผ้าเพื่อเป็นความรู้ ลวดลายของปลากะเบนควรเป็นรูปที่มองเห็นจากด้านบนจะมีความชัดเจนกว่าเดิม ในส่วนของพวงกุญแจรูปแบบ C คนภายนอกอาจมองไม่ออกว่าเป็นคู่แข่งกระเบน หรือปรับเปลี่ยนให้เห็นน้ำมากกว่าแผ่นดิน

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงพัฒนาตามข้อเสนอแนะที่ผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำ และทำการผลิตต้นแบบเสื้อยืด พวงกุญแจ และกระเป๋าผ้า ตามแนวทางพัฒนา

#### 4.3 ขั้นตอนที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดจันทบุรี

##### 4.3.1 ผลการศึกษาความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

หลังจากทำการพัฒนารูปแบบตามผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำและสร้างต้นแบบจริงแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบประเมินความพึงพอใจประกอบกับต้นแบบที่สร้างขึ้น ไปทำการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินผลการศึกษาความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 120 คน สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.8 ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

รายการ	ค่าความถี่	ค่าร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	33	27.50
หญิง	87	72.50
รวม	120	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	40	33.33
21 – 30 ปี	46	38.33
31 – 40 ปี	20	16.67
41 – 50 ปี	12	10.00
51 – 60 ปี	2	1.67
61 ปีขึ้นไป	-	-
รวม	120	100.00
3. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	65	54.17
พนักงานบริษัท	15	12.50
ค้าขาย	13	10.83
รับจ้างทั่วไป	5	4.16
ธุรกิจส่วนตัว	11	9.17
นักออกแบบ, สถาปนิก, ศิลปิน	-	-
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	8	6.67
อื่นๆ	3	2.50
รวม	120	100.00

## ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

รายการ	ค่าความถี่	ค่าร้อยละ
4. รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	64	53.33
10,001 – 15,000 บาท	22	18.33
15,001 – 20,000 บาท	13	10.84
20,001 – 25,000 บาท	5	4.17
25,001 – 30,000 บาท	4	3.33
30,000 บาทขึ้นไป	12	10.00
รวม	120	100.00

จากตารางที่ 4.8 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 72.50 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 27.50 ส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี ร้อยละ 38.33 ส่วนใหญ่อาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 54.17 และส่วนใหญมีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 53.33



ภาพที่ 4.7 ภาพต้นแบบเสื้อยืด

ตารางที่ 4.9 แสดงผลการศึกษาคำพึงพอใจเสื้อยืด

รายละเอียด	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. มีความสวยงามน่าซื้อ	4.15	0.68	พอใจมาก
2. มีลวดลายที่เหมาะสม	4.18	0.69	พอใจมาก
3. มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม	4.23	0.67	พอใจมาก
4. ใช้วัสดุที่เหมาะสม	4.15	0.74	พอใจมาก
5. บ่งบอกถึงสัญลักษณ์ความเป็นคังกระเบน	4.35	0.72	พอใจมาก
6. เหมาะสมที่จะจำหน่าย	4.30	0.73	พอใจมาก
รวม	4.22	0.02	พอใจมาก

จากตารางที่ 4.9 ผลวิเคราะห์ความพึงพอใจเสื้อยืด มีค่าเฉลี่ยในทุกๆด้าน อยู่ในระดับพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$  = 4.22)



ภาพที่ 4.8 ภาพต้นแบบพวงกุญแจ

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการศึกษาคำพึงพอใจพวงกุญแจ

รายละเอียด	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. มีความสวยงามน่าซื้อ	3.91	0.76	พอใจมาก
2. มีลวดลายที่เหมาะสม	4.06	0.77	พอใจมาก
3. มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม	3.85	0.86	พอใจมาก
4. ใช้วัสดุที่เหมาะสม	4.07	0.77	พอใจมาก
5. บ่งบอกถึงสัญลักษณ์ความเป็นคังกระเบน	4.25	0.82	พอใจมาก

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

รายละเอียด	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
6. เหมาะสมที่จะจำหน่าย	3.99	0.88	พอใจมาก
รวม	4.02	0.05	พอใจมาก

จากตารางที่ 4.10 ผลวิเคราะห์ความพึงพอใจพวงกุญแจ มีค่าเฉลี่ยในทุกๆด้าน อยู่ในระดับพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$  = 4.02)



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ภาพที่ 4.9 ภาพต้นแบบกระเป๋าผ้า

ตารางที่ 4.11 แสดงผลการศึกษาคือความพึงพอใจกระเป๋าผ้า

รายละเอียด	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. มีความสวยงามน่าซื้อ	4.48	0.63	พอใจมาก
2. มีลวดลายที่เหมาะสม	4.48	0.64	พอใจมาก
3. มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม	4.62	0.55	พอใจมากที่สุด



#### ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

รายละเอียด	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
4. ใช้วัสดุที่เหมาะสม	4.52	0.60	พอใจมากที่สุด
5. บ่งบอกถึงสัญลักษณ์ความเป็นคั้งกระเบน	4.55	0.64	พอใจมากที่สุด
6. เหมาะสมที่จะจำหน่าย	4.55	0.70	พอใจมากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.53</b>	<b>0.05</b>	<b>พอใจมากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.11 ผลวิเคราะห์ความพึงพอใจกระเป๋าผ้า มีค่าเฉลี่ยในทุกๆด้าน อยู่ในระดับพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$  = 4.53)

สรุปผลการศึกษาความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เสื้อยืด มีค่าเฉลี่ยในทุกๆด้าน อยู่ในระดับพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย (4.22) พวงกุญแจ มีค่าเฉลี่ยในทุกๆด้าน อยู่ในระดับพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย (4.02) และกระเป๋าผ้า มีค่าเฉลี่ยในทุกๆด้าน อยู่ในระดับพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (4.53)

#### 4.3.2 การถ่ายทอดสู่ชุมชน

หลังจากศึกษาผลความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้ทำการถ่ายทอดโดยนำความรู้ในการจัดทำของที่ระลึก เนื้อหาและองค์ความรู้จากการวิจัย

##### 1) นำเสนอผลงาน

ผู้วิจัยได้นำองค์ความรู้จากการวิจัยพร้อมกับผลงานต้นแบบมานำเสนอให้กับบุคลากร และชาวบ้านชุมชนรวมทั้งผู้มาท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.10 ภาพนำเสนอผลงาน 1



ภาพที่ 4.11 ภาพนำเสนอผลงาน 2



ภาพที่ 4.12 ภาพนำเสนอผลงาน 3

## 2) ข้อเสนอแนะและความคิดเห็น

หลังจากนำเสนอผลงานให้กับบุคลากร และชาวบ้านชุมชนรวมทั้งผู้มาท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นในเรื่องการออกแบบเสื้อยืดและกระเป๋าผ้าควรมีสีสันและขนาดของลายที่ใหญ่กว่านี้ มีหลายหลายรูปแบบเพื่อการเลือกซื้อ และอาจจะมีสีเข้มเพื่อไม่เปื้อนง่าย และอาจเพิ่มลวดลายของป่าชายเลนหรือป่าโกงกาง