

บทที่ 4

ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ผลการศึกษา และการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

การทำแบบสอบถามของโครงการการบริหารจัดการพิพิธภัณฑสถานอาหารไทย: กรณีตัวอย่างบริเวณแพรงนรา มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจทัศนคติ ความคิดเห็นและความคาดหวังของประชาชนทั่วไป ที่มีต่อการจัดตั้งพิพิธภัณฑสถานอาหารไทย ในเขตพระนคร โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 400 ตัวอย่าง นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ซึ่งได้แบ่งผลการศึกษาเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แสดงผลข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แสดงผลข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเข้าชมพิพิธภัณฑ

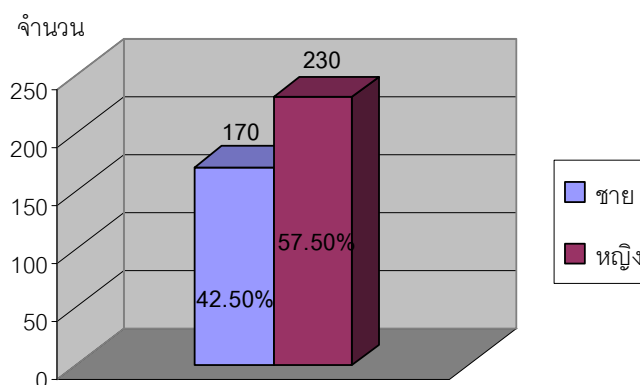
ส่วนที่ 3 แสดงผลข้อมูลเกี่ยวกับการจัดตั้งพิพิธภัณฑสถานอาหารไทย ในเขตพระนคร

ส่วนที่ 4 แสดงผลข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบและการจัดตั้งพิพิธภัณฑ

ส่วนที่ 5 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบและการจัดตั้งพิพิธภัณฑ

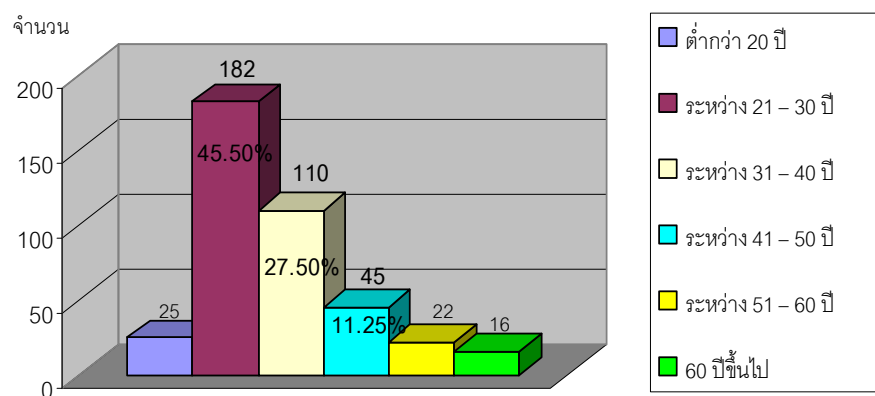
4.1.1 แสดงผลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

แผนภูมิที่ 4.1
จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศ



จากแผนภูมิที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 และเป็นเพศชาย จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50

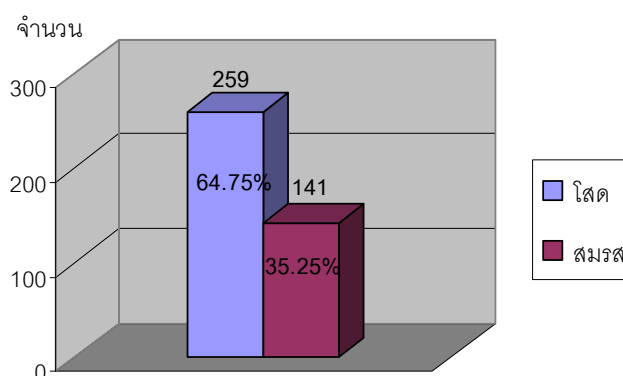
แผนภูมิที่ 4.2
จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุ



จากแผนภูมิที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 และมีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.3

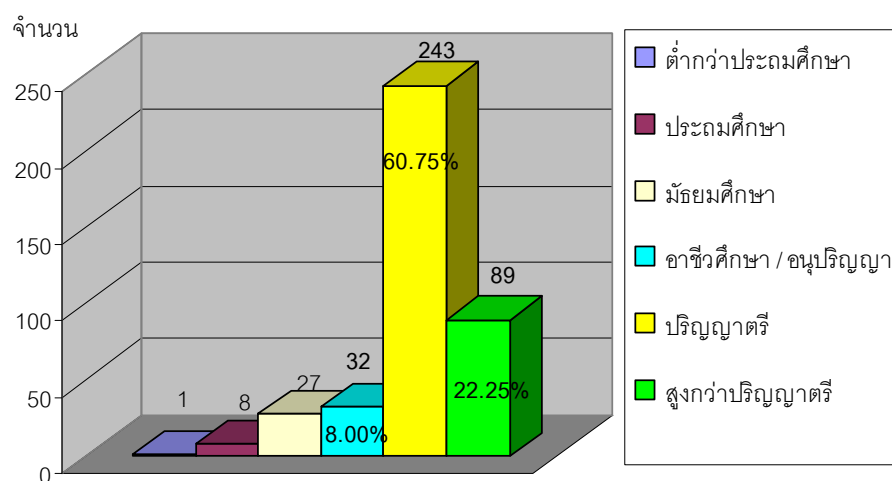
จำนวนและร้อยละ จำแนกตามสถานภาพ



จากแผนภูมิที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.75 และมีสถานภาพสมรส จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25

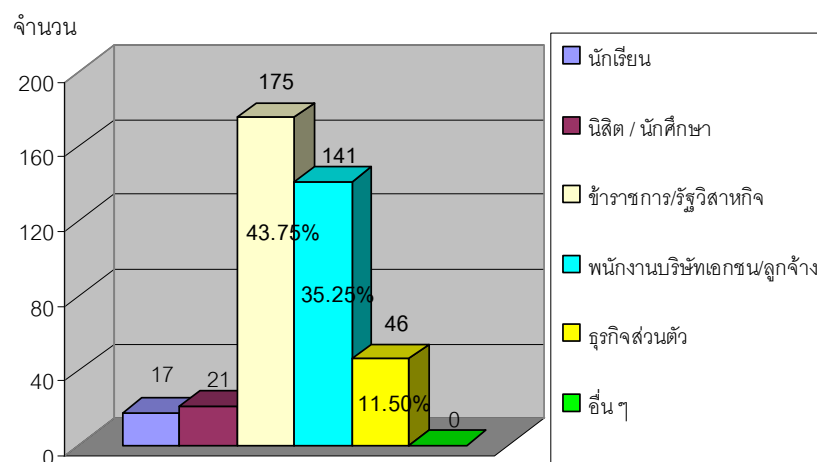
แผนภูมิที่ 4.4

จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษา



จากแผนภูมิที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษاپริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมาคือมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 และมีระดับการศึกษอาชีวศึกษา/อนุปริญญา จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

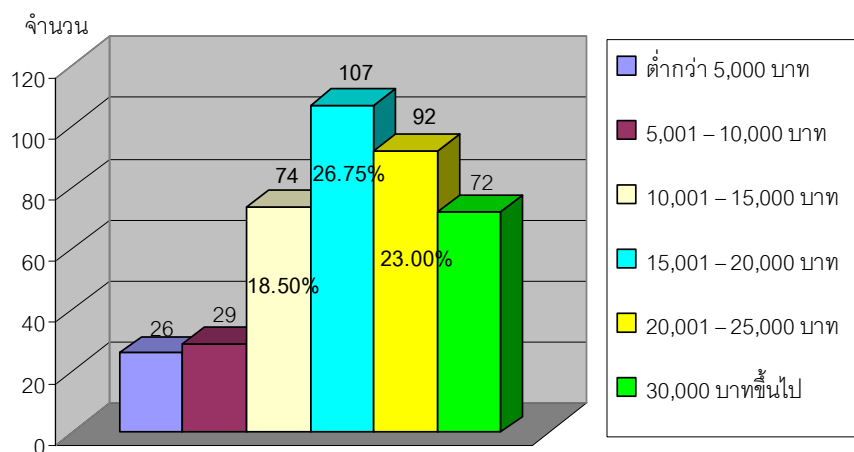
แผนภูมิที่ 4.5
จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอาชีพ



จากแผนภูมิที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจมากที่สุด จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมา มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 และมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.6

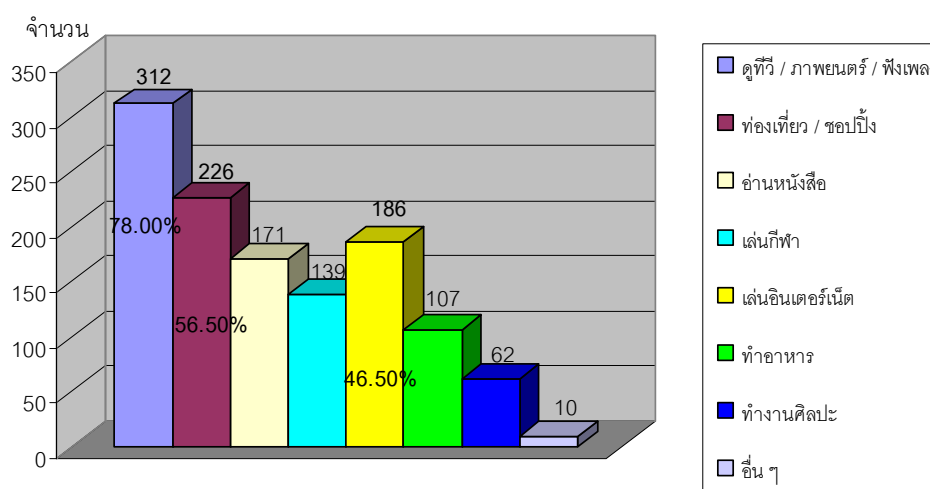
จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน



จากแผนภูมิที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 รองลงมาคือ 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.7

จำนวนและร้อยละ จำแนกตามกิจกรรมที่ชื่นชอบ

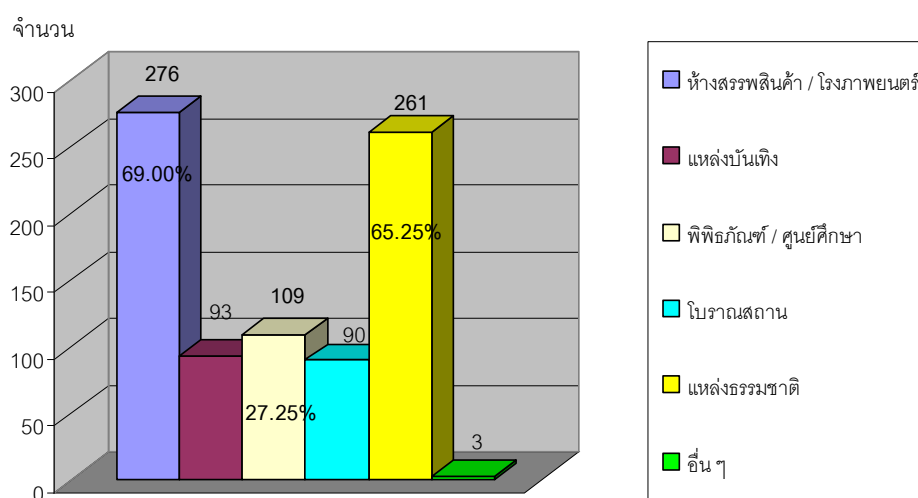


หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน โดยสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากแผนภูมิที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีกิจกรรมที่ชื่นชอบคือดูทีวี / ภาพยนตร์ / ฟังเพลง มากที่สุด จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78.00 รองลงมาคือท่องเที่ยว / ช้อปปิ้ง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 และเล่นอินเทอร์เน็ต จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.8

จำนวนและร้อยละ จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ

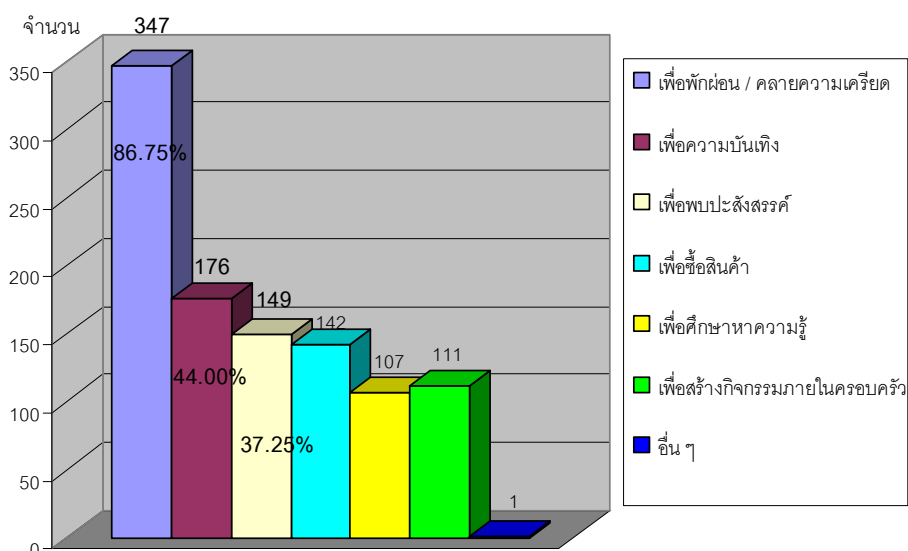


หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน โดยสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากแผนภูมิที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบคือ ห้างสรรพสินค้า/โรงภาพยนตร์ มากที่สุด จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 รองลงมาคือ แหล่งธรรมชาติ จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.25 และพิพิธภัณฑ์/ศูนย์ศึกษา จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.9

จำนวนและร้อยละ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว



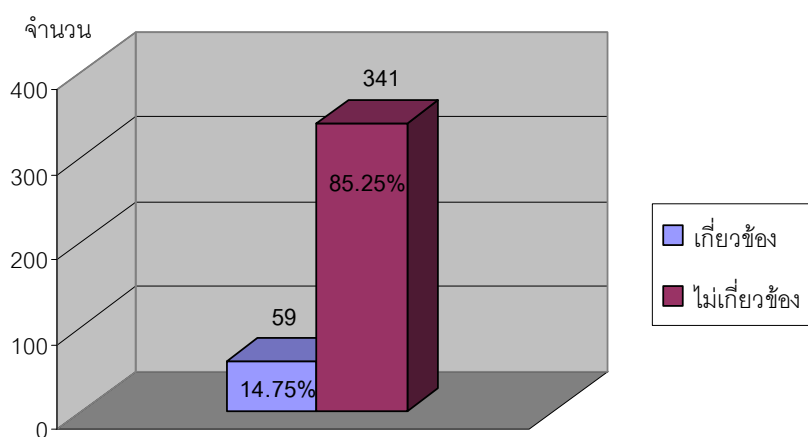
หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน โดยสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากแผนภูมิที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือ เพื่อพักผ่อน / คลายความเครียด มากที่สุด จำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 86.75 รองลงมาคือเพื่อความบันเทิง จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 และเพื่อพบปะสังสรรค์ จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 ตามลำดับ

4.1.2 แสดงผลข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม การเข้าชมพิพิธภัณฑ์

แผนภูมิที่ 4.10

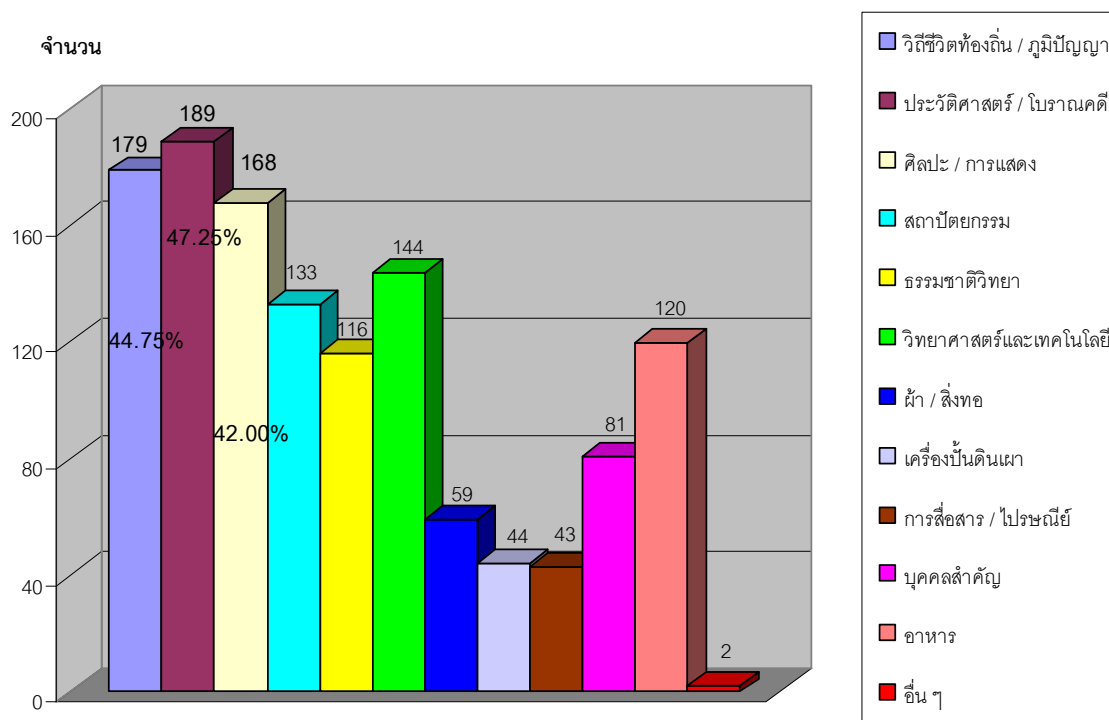
จำนวนและร้อยละของลักษณะการศึกษาหรืออาชีพของกลุ่มตัวอย่าง
เกี่ยวข้องกับทางด้านพิพิธภัณฑ์หรือไม่



จากแผนภูมิที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะการศึกษาหรืออาชีพไม่เกี่ยวข้องกับทางด้านพิพิธภัณฑ์ จำนวน 341 คน คิดเป็นร้อยละ 85.25 และมีลักษณะการศึกษาหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับทางด้านพิพิธภัณฑ์ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75

แผนภูมิที่ 4.11

จำนวนและร้อยละของลักษณะพิพธิภณที่ตรงกับความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง

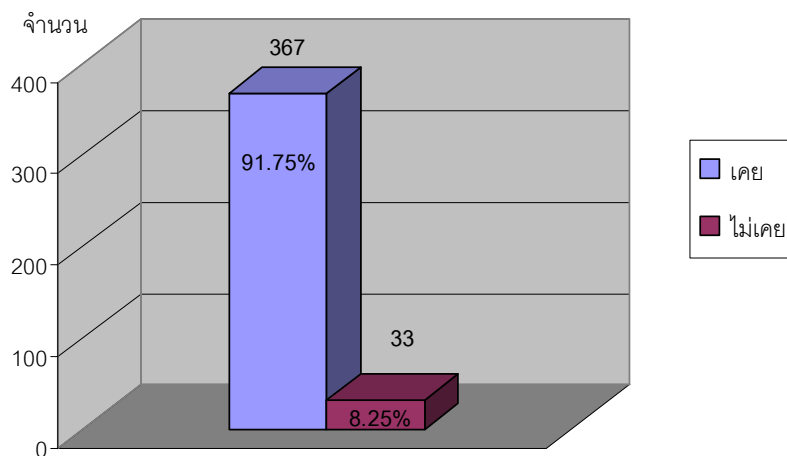


หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน โดยสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากแผนภูมิที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจลักษณะพิพธิภณในรูปแบบของประวัติศาสตร์ / โบราณคดี มากที่สุด จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมาคือพิพธิภณในรูปแบบของวิถีชีวิตท้องถิ่น / ภูมิปัญญา จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 และพิพธิภณในรูปแบบของศิลปะ / การแสดง จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.12

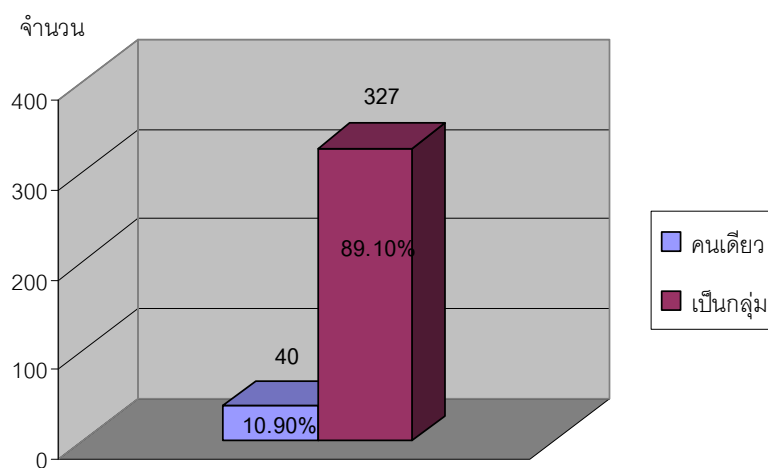
จำนวนและร้อยละของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เคยเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์



จากแผนภูมิที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ จำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 91.75 และไม่เคยเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.13

จำนวนและร้อยละของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ไปเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์คนเดียวหรือเป็นกลุ่ม

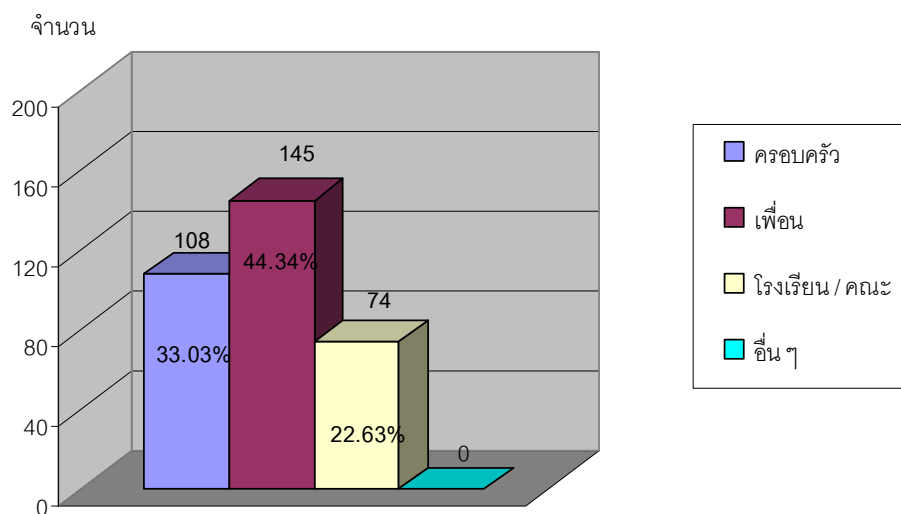


หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ จำนวน 367 คน

จากแผนภูมิที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์เป็นกลุ่ม จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 89.10 และไปเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์คนเดียว จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.90 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.14

จำนวนและร้อยละของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ไปเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์เป็นกลุ่มโดยส่วนมากไปกับใคร

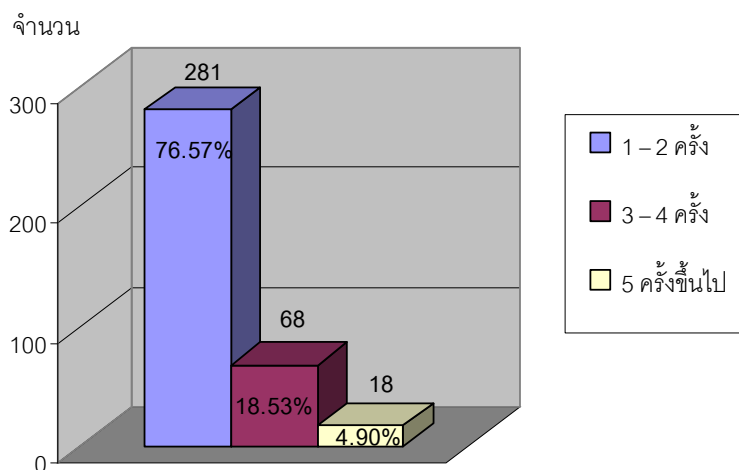


หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์และไปเป็นกลุ่ม จำนวน 327 คน

แผนภูมิที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์เป็นกลุ่ม โดยส่วนมากไปกับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 44.34 รองลงมาคือไปกับครอบครัว จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 33.03 และไปกับโรงเรียน / คณะ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 22.63 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.15

จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่กลุ่มตัวอย่างไปพิพิธภัณฑ์โดยเฉลี่ยในแต่ละปี

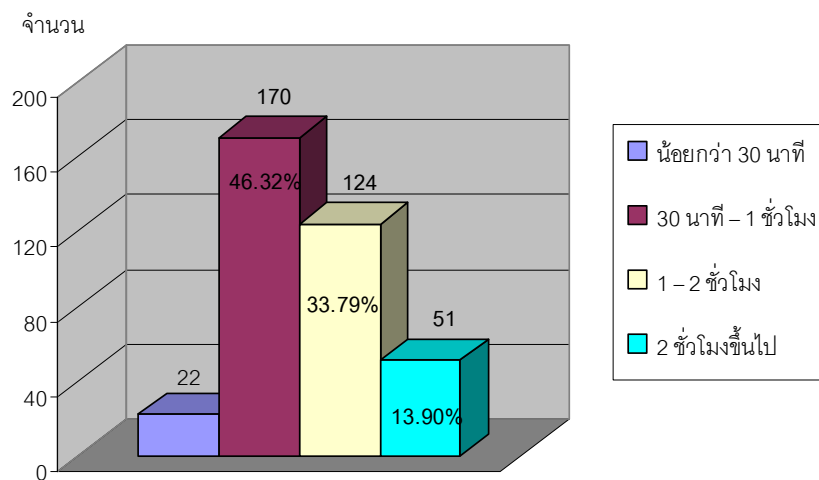


หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ จำนวน 367 คน

จากแผนภูมิที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์โดยเฉลี่ย 1 – 2 ครั้งต่อปี จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 76.57 รองลงมา คือ 3 – 4 ครั้งต่อปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 18.53 และ 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.16

จำนวนและร้อยละของจำนวนเวลาที่ใช้ในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ในแต่ละครั้ง

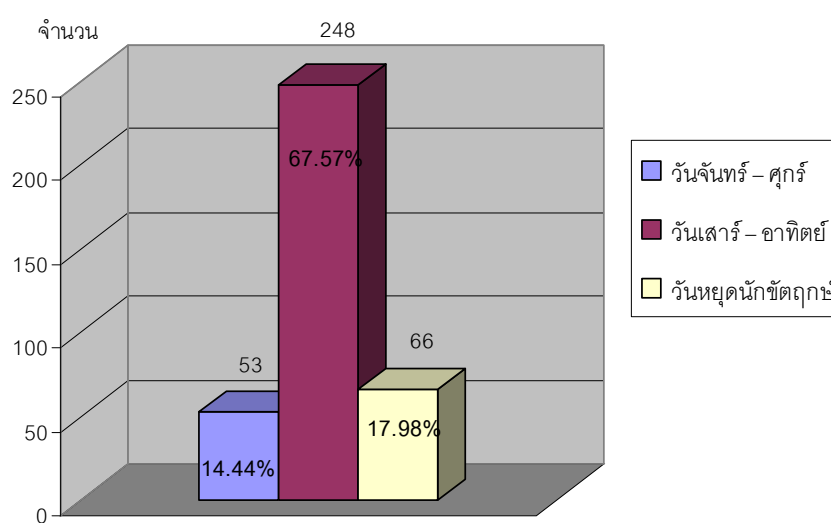


หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ จำนวน 367 คน

จากแผนภูมิที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ในแต่ละครั้ง 30 นาที – 1 ชั่วโมง จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 46.32 รองลงมาคือ 1 – 2 ชั่วโมง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 33.79 และ 2 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.90 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.17

จำนวนและร้อยละของวันที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเข้าชมพิพิธภัณฑ์

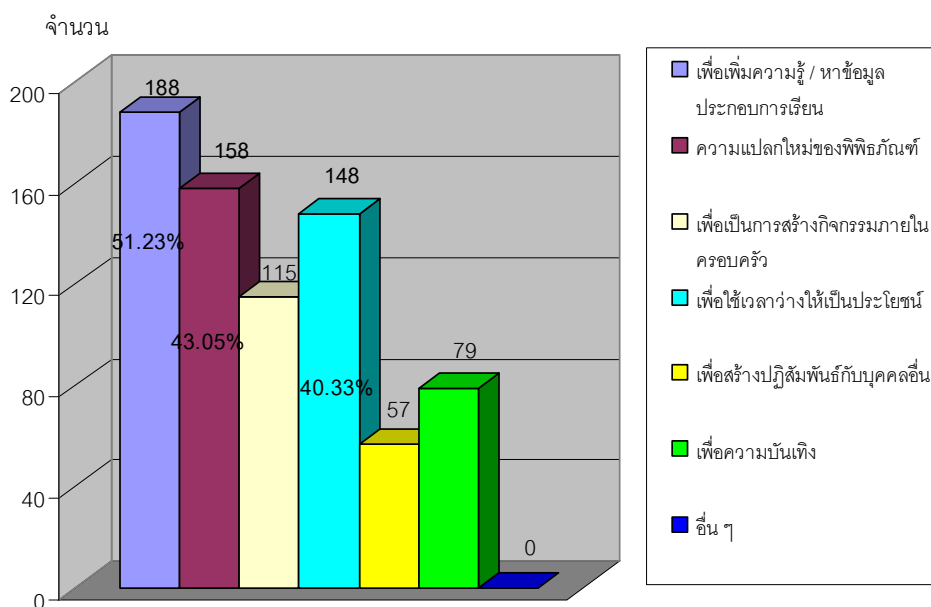


หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ จำนวน 367 คน

จากแผนภูมิที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเข้าชมพิพิธภัณฑ์ในวันเสาร์ – อาทิตย์ จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 67.57 รองลงมาคือวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.98 และวันจันทร์ – ศุกร์ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 14.44 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.18

จำนวนและร้อยละของสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเข้าชมพิพิธภัณฑ์

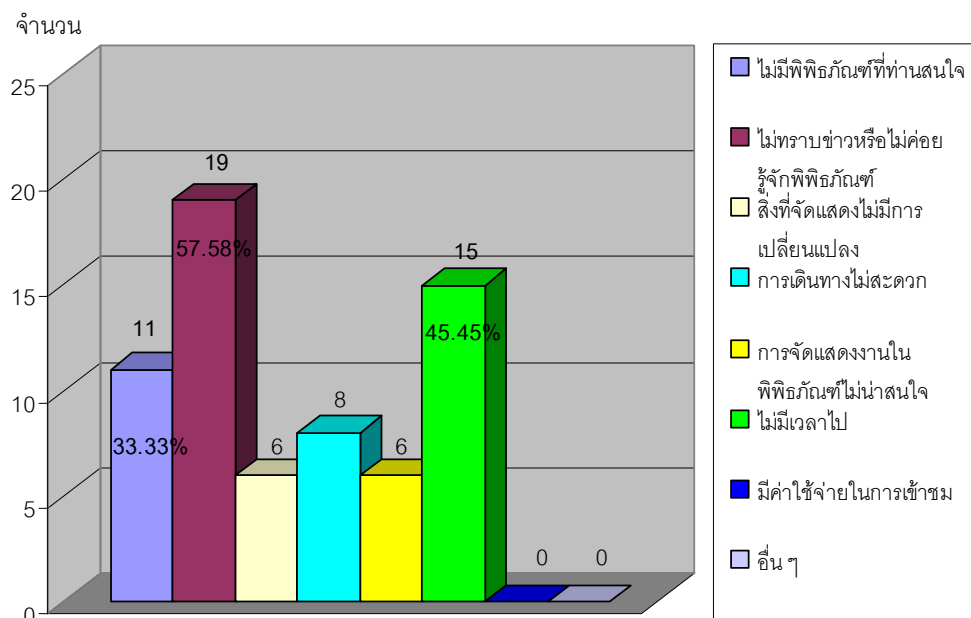


หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ จำนวน 367 คน
โดยสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากแผนภูมิที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเข้าชมพิพิธภัณฑ์เพื่อเพิ่มความรู้ / หาข้อมูลประกอบการเรียนมากที่สุด จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 51.23 รองลงมาคือเลือกเข้าชมพิพิธภัณฑ์เพราะความแปลกใหม่ของพิพิธภัณฑ์ จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 43.05 และเลือกเข้าชมพิพิธภัณฑ์เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 40.33 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.19

จำนวนและร้อยละของสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างไม่เข้าชมพิพิธภัณฑ์



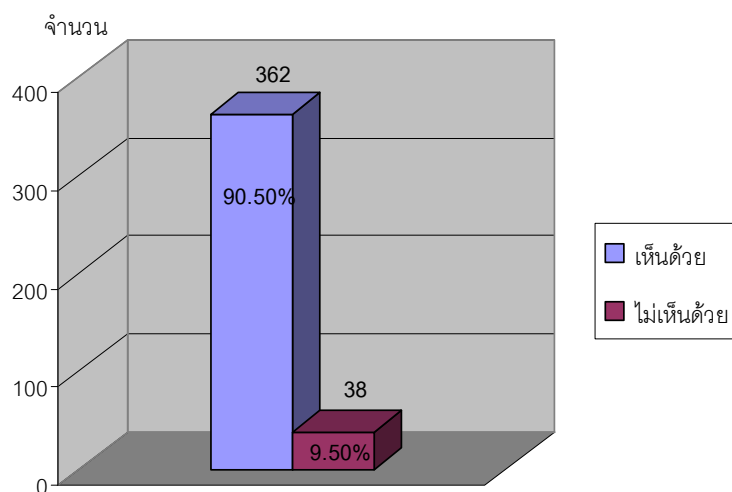
หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ จำนวน 33 คน
โดยสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากแผนภูมิที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เข้าชมพิพิธภัณฑ์เพราะไม่ทราบข่าวหรือไม่ค่อยรู้จักพิพิธภัณฑ์มากที่สุด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 57.58 รองลงมาคือไม่เข้าชมพิพิธภัณฑ์เพราะไม่มีเวลาไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 45.45 และไม่เข้าชมพิพิธภัณฑ์เพราะไม่มีพิพิธภัณฑ์ที่ท่านสนใจ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

4.1.3 แสดงผลข้อมูลเกี่ยวกับการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์อาหารไทย ในเขตพระนคร

แผนภูมิที่ 4.20

จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์อาหารไทย ในเขตพระนคร

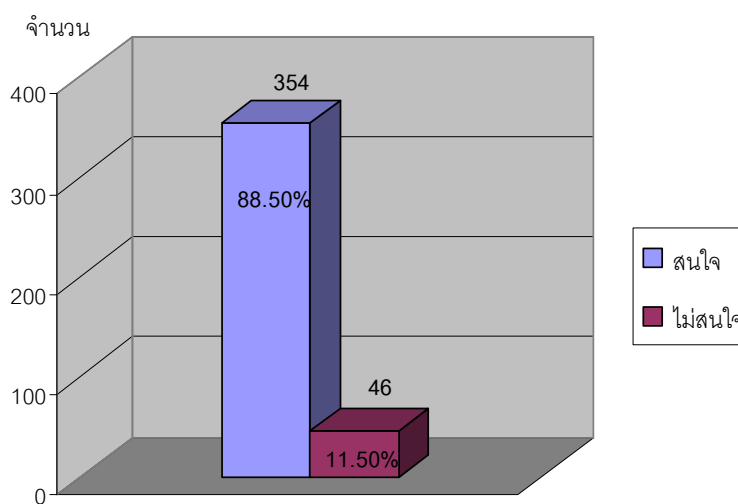


จากแผนภูมิที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยในการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์อาหารไทย ในเขตพระนคร จำนวน 362 คน คิดเป็นร้อยละ 90.50 และไม่เห็นด้วยในการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์อาหารไทย ในเขตพระนคร จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50

แผนภูมิที่ 4.21

จำนวนและร้อยละของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่สนใจเข้าชม

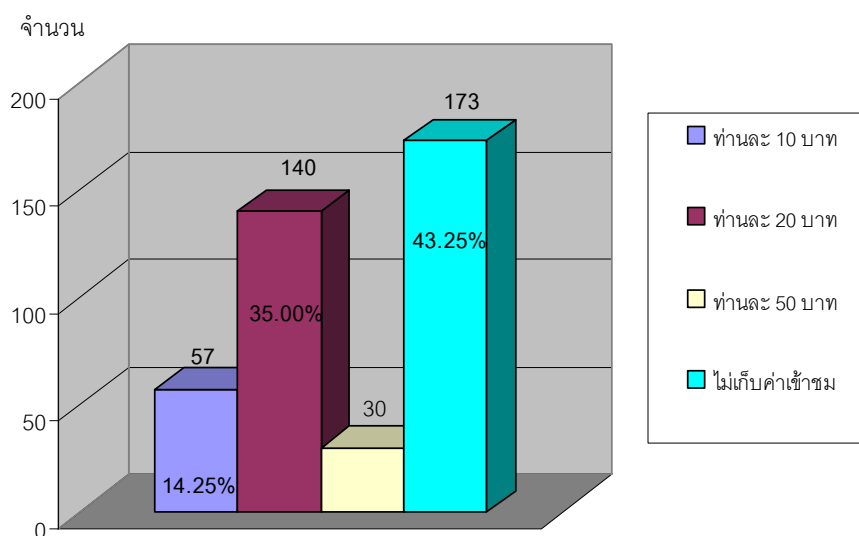
พิพิธภัณฑ์อาหารไทย ในเขตพระนคร



จากแผนภูมิที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจเข้าชมพิพิธภัณฑ์อาหารไทย ในเขตพระนคร จำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 88.50 และไม่สนใจเข้าชมพิพิธภัณฑ์อาหารไทย ในเขตพระนคร จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50

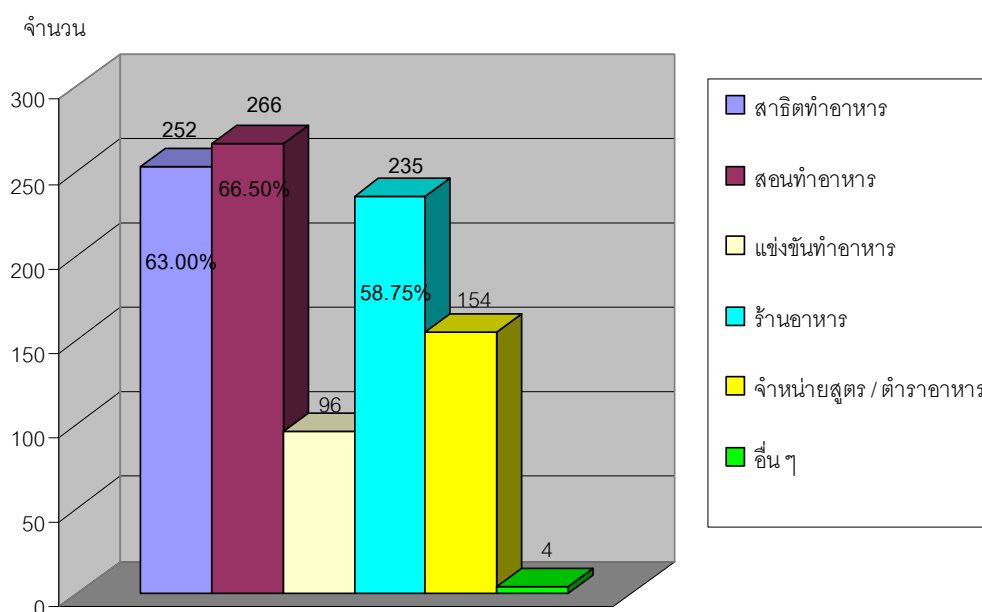
แผนภูมิที่ 4.22

จำนวนและร้อยละของราคาที่เหมาะสมในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์อาหารไทย ในเขตพระนคร



จากแผนภูมิที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าราคาที่เหมาะสมในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์คือไม่เก็บค่าเข้าชมมากที่สุด จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 รองลงมาคือท่านละ 20 บาท จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 และท่านละ 10 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.23
จำนวนและร้อยละของรูปแบบกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างสนใจเข้าชม
พิพิธภัณฑ์อาหารไทย ในเขตพระนคร



หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน โดยสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

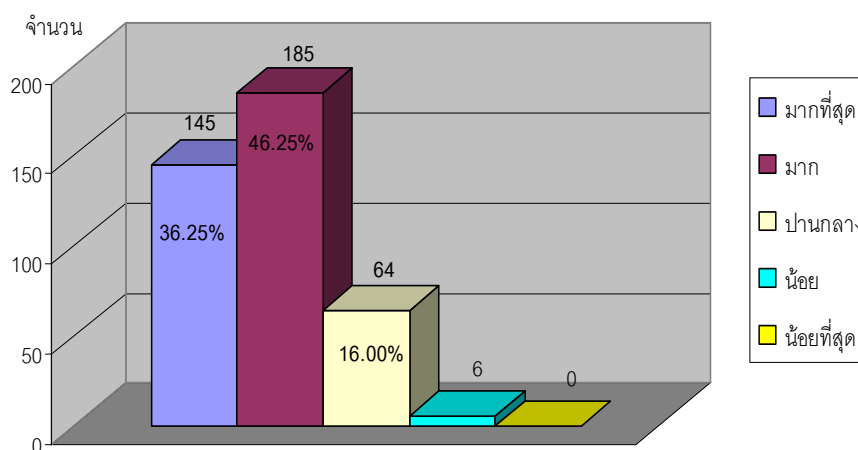
จากแผนภูมิที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจกิจกรรมในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์อาหารไทย ในเขตพระนครในรูปแบบของการสอนทำอาหารมากที่สุด จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 รองลงมาคือสาธิตการทำอาหาร จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 และร้านอาหาร จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75 ตามลำดับ

4.1.4 แสดงผลข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบและการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์

1. ลักษณะและองค์ประกอบที่ควรมีในพิพิธภัณฑ์ด้านการจัดแสดง

แผนภูมิที่ 4.24

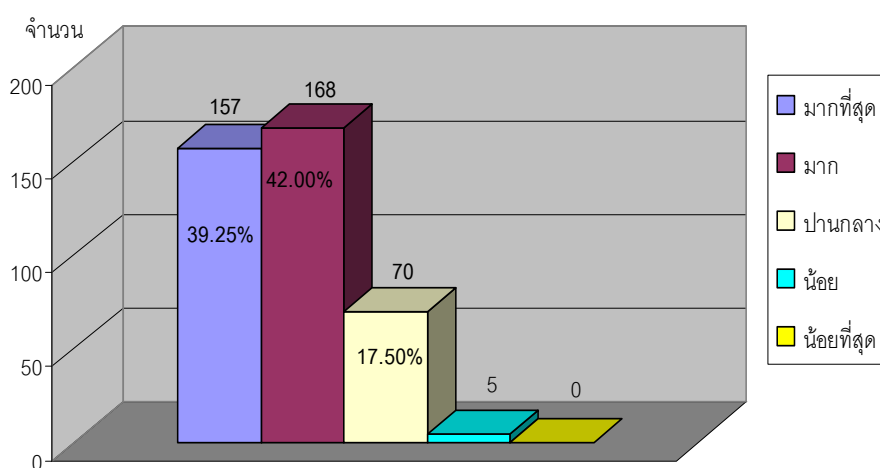
จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นว่าควรมีการจัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์มีรูปแบบที่ทันสมัย



จากแผนภูมิที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะมีการจัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์มีรูปแบบที่ทันสมัย อยู่ในระดับมาก จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 รองลงมาคือระดับมากที่สุด จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 และระดับปานกลาง จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.25

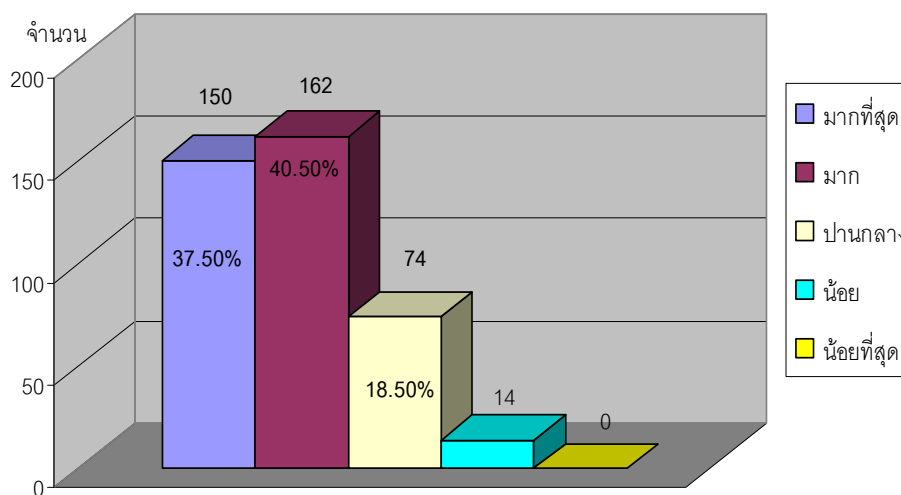
จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นว่าควรที่จะสามารถสัมผัสและโต้ตอบกับสิ่งที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ได้ (Interactive)



จากแผนภูมิที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะสามารถสัมผัสและโต้ตอบกับสิ่งที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ได้ อยู่ในระดับมาก จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคือระดับมากที่สุด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 และระดับปานกลาง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.26

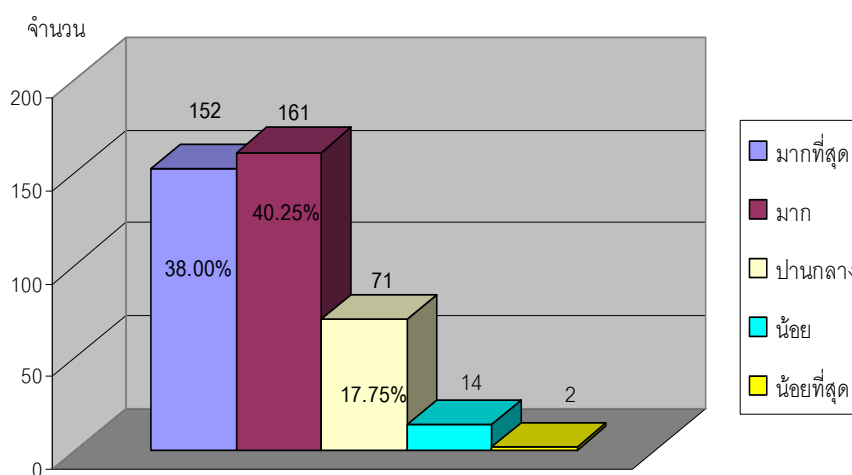
จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นว่าควรใช้สื่อ Multimedia ช่วยในการนำเสนอข้อมูล



จากแผนภูมิที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าควรใช้สื่อ multimedia ช่วยในการนำเสนอข้อมูลอยู่ในระดับมาก จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาคือระดับมากที่สุด จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และระดับปานกลาง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.27

จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นว่าควรมีการจัดนิทรรศการหมุนเวียนเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง

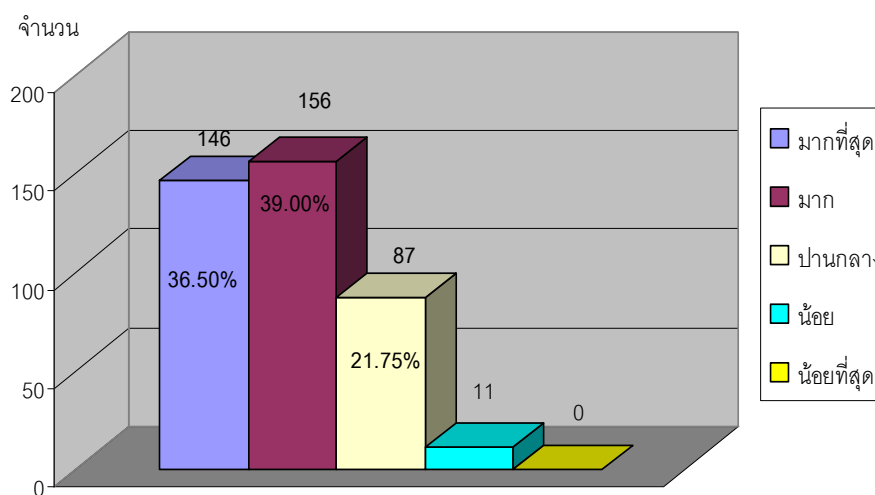


จากแผนภูมิที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าควรมีการจัดนิทรรศการหมุนเวียนเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมาคือระดับมากที่สุด จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 และระดับปานกลาง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 ตามลำดับ

2. ลักษณะและองค์ประกอบที่ควรมีในพิพิธภัณฑ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

แผนภูมิที่ 4.28

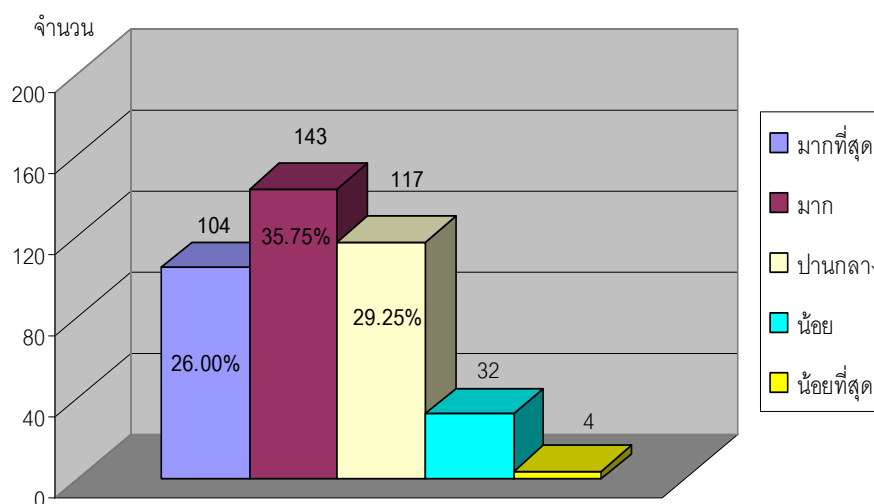
จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นว่าควรมีเอกสารประกอบการเข้าชม / มีเจ้าหน้าที่บรรยาย



จากแผนภูมิที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะควรมีเอกสารประกอบการเข้าชม / มีเจ้าหน้าที่บรรยาย อยู่ในระดับมาก จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาคือระดับมากที่สุด จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 และระดับปานกลาง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.29

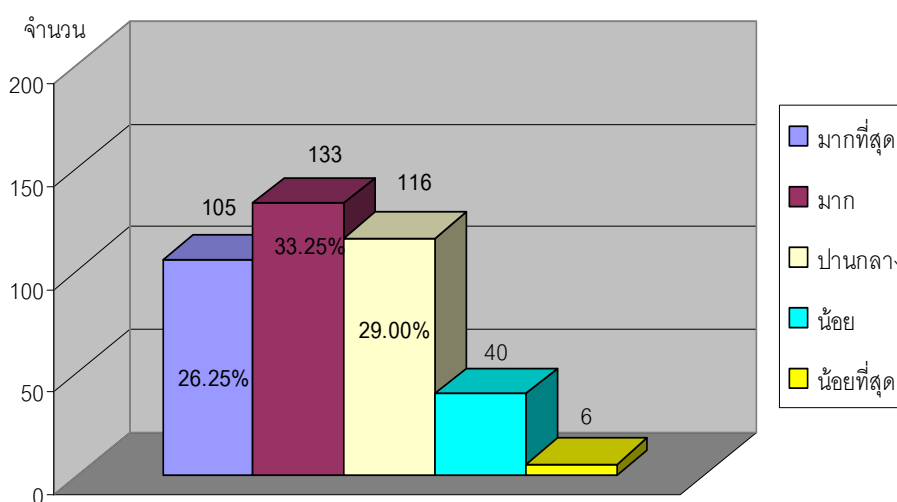
จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นว่าควรมีร้านขายของที่ระลึก / ขายตำราอาหาร



จากแผนภูมิที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นควรมีร้านขายของที่ระลึก / ขายตำราอาหาร อยู่ในระดับมาก จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 รองลงมาคือระดับปานกลาง จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 และระดับมากที่สุด จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.30

จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นว่าควรมีห้องสมุดเพื่อการค้นคว้าเพิ่มเติม สามารถยืม-คืนได้

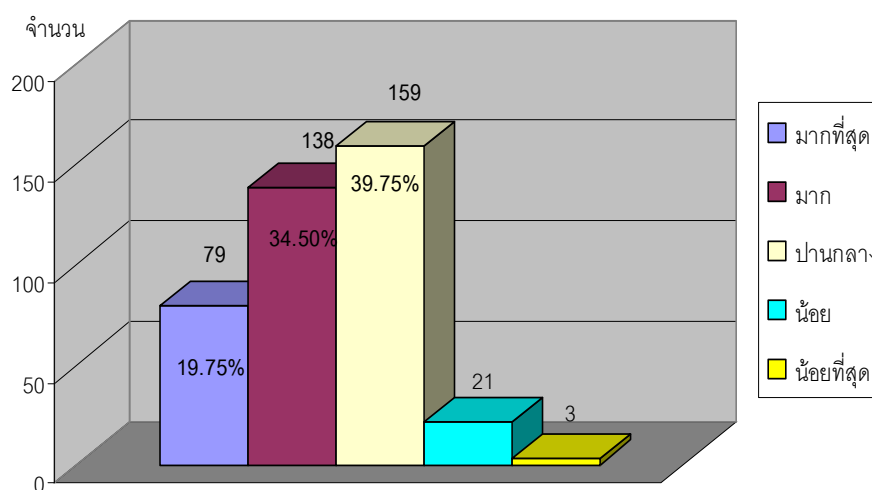


จากแผนภูมิที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะมีห้องสมุดเพื่อการค้นคว้าเพิ่มเติม สามารถยืม-คืนได้ อยู่ในระดับมาก จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมาคือระดับปานกลาง จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และระดับมากที่สุด จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 ตามลำดับ

3. ลักษณะและองค์ประกอบที่ควรมีในพิพิธภัณฑ์ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์

แผนภูมิที่ 4.31

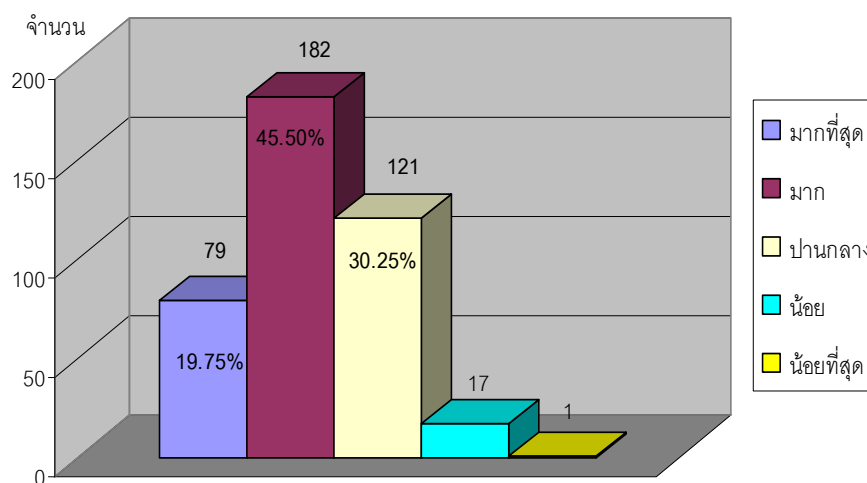
จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นว่าควรจัดกิจกรรมที่ให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วม
เช่น การแข่งขันทำอาหาร



จากแผนภูมิที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะจัดกิจกรรมที่ให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วม อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมาคือระดับมาก จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 และระดับมากที่สุด จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.32

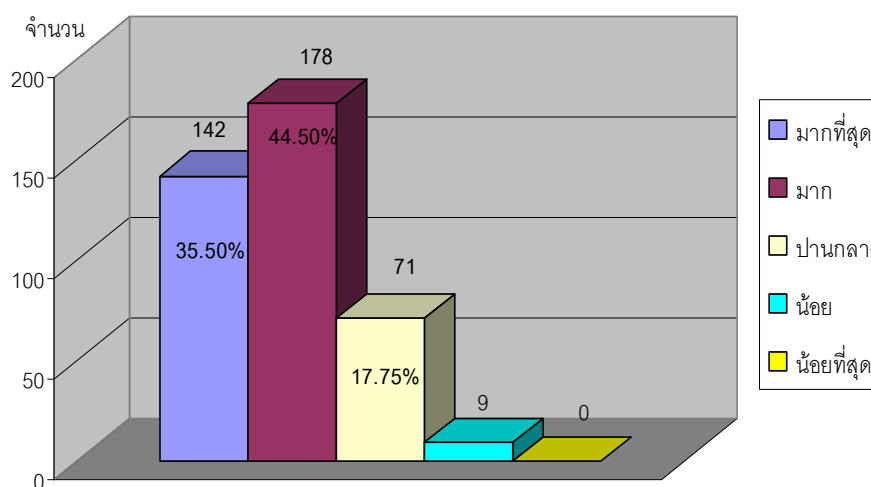
จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นว่าควรจัดอบรม/สัมมนา



จากแผนภูมิที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะจัดอบรม/สัมมนา อยู่ในระดับมาก จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคือระดับปานกลาง จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 และระดับมากที่สุด จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.33

จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นว่าจัดทำสื่อต่างๆ เพื่อเผยแพร่ข้อมูล



จากแผนภูมิที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจัดทำสื่อต่างๆ อยู่ในระดั้มาก จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาคือระดับมากที่สุด จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 และระดับปานกลาง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 ตามลำดับ

4.1.5 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผลของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบและการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์

1. ลักษณะและองค์ประกอบที่ควรมีในพิพิธภัณฑ์ด้านการจัดแสดง

ตารางที่ 4.1 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบและการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะและองค์ประกอบที่ควรมีในพิพิธภัณฑ์ ด้านการจัดแสดง

ลักษณะและองค์ประกอบที่ควรมี ในพิพิธภัณฑ์ ด้านการจัดแสดง	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	
1. การจัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์มีรูปแบบที่ทันสมัย	145 (36.25)	185 (46.25)	64 (16.00)	6 (1.50)	0 (0.00)	4.17 (มาก)
2. สามารถสัมผัสและได้ตอบกับสิ่งที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ได้	157 (39.25)	168 (42.00)	70 (17.50)	5 (1.25)	0 (0.00)	4.19 (มาก)
3. ใช้สื่อ multimedia ช่วยในการนำเสนอข้อมูล	150 (37.50)	162 (40.50)	74 (18.50)	14 (3.50)	0 (0.00)	4.12 (มาก)
4. มีการจัดนิทรรศการหมุนเวียนเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง	152 (38.00)	161 (40.25)	71 (17.75)	14 (3.50)	2 (0.50)	4.12 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.15 (มาก)

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะและองค์ประกอบที่ควรมีในพิพิธภัณฑ์ด้านการจัดแสดง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) โดยรายละเอียดในแต่ละลักษณะและองค์ประกอบย่อยที่ควรมีในพิพิธภัณฑ์ด้านการจัดแสดง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ สามารถสัมผัสและโต้ตอบกับสิ่งที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) การจัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์มีรูปแบบที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ใช้สื่อ Multimedia ช่วยในการนำเสนอข้อมูล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ มีการจัดนิทรรศการหมุนเวียนเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) ตามลำดับ

2. ลักษณะและองค์ประกอบที่ควรมีในพิพิธภัณฑ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 4.2 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบและการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะและองค์ประกอบที่ควรมีในพิพิธภัณฑ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ลักษณะและองค์ประกอบที่ควรมี ในพิพิธภัณฑ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	
1. มีเอกสารประกอบการเข้าชม / มีเจ้าหน้าที่บรรยาย	146 (36.50)	156 (39.00)	87 (21.75)	11 (2.75)	0 (0.00)	4.09 (มาก)
2. มีร้านขายของที่ระลึก / ขาย ตำราอาหาร	104 (26.00)	143 (35.75)	117 (29.25)	32 (8.00)	4 (1.00)	3.78 (มาก)
3. มีห้องสมุดเพื่อการค้นคว้า เพิ่มเติม สามารถยืม-คืนได้	105 (26.25)	133 (33.25)	116 (29.00)	40 (10.00)	6 (1.50)	3.73 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.87 (มาก)

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะและองค์ประกอบที่ควรมีในพิพิธภัณฑ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยรายละเอียดในแต่ละลักษณะและองค์ประกอบย่อยที่ควรมีในพิพิธภัณฑ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ มีเอกสารประกอบการเข้าชม / มีเจ้าหน้าที่บรรยาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีร้านขายของที่ระลึก / ขายตำราอาหาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) และมีห้องสมุดเพื่อการค้นคว้าเพิ่มเติม สามารถยืม-คืนได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

3. ลักษณะและองค์ประกอบที่ควรมีในพิพิธภัณฑ์ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4.3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบและการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะและองค์ประกอบที่ควรมีในพิพิธภัณฑ์ ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์

ลักษณะและองค์ประกอบที่ควรมี ในพิพิธภัณฑ์ ด้านการตลาดและ ประชาสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	
1. จัดกิจกรรมที่ให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วม เช่น การแข่งขันทำอาหาร	79 (19.75)	138 (34.50)	159 (39.75)	21 (5.25)	3 (0.75)	3.67 (มาก)
2. จัดอบรม / สัมมนา เพื่อเพิ่ม ความรู้เฉพาะทางสำหรับผู้ สนใจ	79 (19.75)	182 (45.50)	121 (30.25)	17 (4.25)	1 (0.25)	3.80 (มาก)
3. จัดทำสื่อต่างๆ เพื่อเผยแพร่ ข้อมูล	142 (35.50)	178 (44.50)	71 (17.75)	9 (2.25)	0 (0.00)	4.13 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.87 (มาก)

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะและองค์ประกอบที่ควรมีในพิพิธภัณฑ์ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยรายละเอียดในแต่ละลักษณะและองค์ประกอบย่อยที่ควรมีในพิพิธภัณฑ์ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ จัดทำสื่อต่างๆ เพื่อเผยแพร่ข้อมูล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) จัดอบรม / สัมมนา เพื่อเพิ่มความรู้เฉพาะทางสำหรับผู้สนใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) และจัดกิจกรรมที่ให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วม เช่น การแข่งขันทำอาหาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

จากผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม พบว่า ทศนคติและความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น มีแนวโน้มในการสนับสนุนให้มีการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์อาหารไทยในเขตพระนคร เพื่อเป็นการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมไทย แต่ทั้งนี้ต้องมีรูปแบบการจัดแสดงและกิจกรรมที่แตกต่างไปจากพิพิธภัณฑ์ทั่วไปในปัจจุบัน จึงจะสร้างความแตกต่างและสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้

4.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโครงการจากการสัมภาษณ์ผู้ชำนาญงานด้านพิพิธภัณฑ์ และผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารไทย

การศึกษาบทสัมภาษณ์ผู้ชำนาญงานด้านพิพิธภัณฑ์และผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารสามารถสรุปผลบทสัมภาษณ์ได้ดังนี้

4.2.1 พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ มิวเซียมสยาม

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ม.ล.อรอำไพ พนานุรัตน์ ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์ และ นายทวีศักดิ์ วรฤทธิ์เรืองอุไร นักจัดการความรู้

4.2.2 อุทยานการเรียนรู้ ที เค พาร์ค

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ นางสาวชวันธร มงคลเลิศพล นักจัดการความรู้อาวุโส ฝ่ายกิจกรรม

4.2.3 พิพิธภัณฑ์ชนมไทย (Amphawa Rural Life Museum)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ นางสาววิชิตา แซ่เตียว ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์

จากการศึกษาบทสัมภาษณ์ผู้ชำนาญงานด้านพิพิธภัณฑ์ทั้ง 3 แห่ง พบว่า พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ มิวเซียมสยาม และอุทยานการเรียนรู้ ที่ เค พาร์ค เป็นหน่วยงานที่อยู่ภายใต้การดูแลของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ ดังนั้นจึงมีส่วนการบริหารงานที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือไม่ใช่หน่วยงานราชการ แต่เป็นหน่วยงานประเภทองค์การมหาชน เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อให้มีการทำงานที่คล่องตัวกว่าราชการแต่อยู่ในการควบคุมดูแลของราชการ เจ้าหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐแต่ไม่ได้เป็นข้าราชการ มีรูปแบบแนวทางการบริหารงานคล้ายเอกชน โครงสร้างองค์กรใหญ่ แบ่งเป็นฝ่ายๆ ตามหน้าที่ชัดเจน ขณะที่พิพิธภัณฑ์ชนมไทย จัดสร้างโดยบริษัท อุทยานกรรมชนมไทย จำกัด ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กระทรวงอุตสาหกรรม ร่วมกับเทศบาลตำบลอัมพวา โครงสร้างไม่ซับซ้อน มีเจ้าหน้าที่และผู้บริหารรวม 6 คน

ด้านงบประมาณ พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ มิวเซียมสยาม และอุทยานการเรียนรู้ ที่ เค พาร์ค ได้จากงบประมาณแผ่นดิน โดยมีการเขียนโครงการ จัดทำงบประมาณเสนอเพื่อขออนุมัติจากสำนักนายกรัฐมนตรี โดยมีการตรวจสอบการใช้งบประมาณจากหน่วยงานราชการซึ่งเป็นหน่วยงานประเมินโดยตรงคือสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (กพร.) รายได้อีกส่วนมาจากการให้เช่าพื้นที่ และการจำหน่ายบัตรเข้าชม แต่ของอุทยานการเรียนรู้ ที่ เค พาร์ค จะมีรายได้เพิ่มมาจากระบบสมาชิกหรือตั๋วแบบรายวัน (One-day Pass) และส่วนค่าบริการต่างๆ เช่น การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ การเล่นเกมออนไลน์ ในขณะที่พิพิธภัณฑ์ชนมไทย รายได้มาจากการจำหน่ายของที่ระลึก และเงินบำรุงพิพิธภัณฑ์จากผู้เข้าชม ส่วนรายได้เสริมมาจากการจัดแสดงนอกสถานที่ ไม่มีค่าเข้าชม

ด้านกลุ่มเป้าหมาย แตกต่างกันตามนโยบายของแต่ละพิพิธภัณฑ์ ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มผู้ชมหรือผู้ใช้บริการตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ มิวเซียมสยามเป้าหมายหลักคือกลุ่มเยาวชน อายุ 15 - 25 ปี กลุ่มเป้าหมายรองก็คือประชาชนทั่วไป โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นคนไทยโดยเฉพาะเยาวชนที่ไม่ได้เน้นเรื่องการท่องเที่ยว เพราะเป้าหมายหลักของพิพิธภัณฑ์คือเป็นพิพิธภัณฑ์เพื่อการเรียนรู้ ด้านอุทยานการเรียนรู้ ที่ เค พาร์ค เป้าหมายหลักคือกลุ่มวัยรุ่นอายุ 13 - 18 ปี และ 19 - 24 ปี ส่วนกลุ่มเป้าหมายรองคือกลุ่มครอบครัว โดยผู้ที่มาเข้าเยี่ยมชมส่วนมากจะมาเป็นครอบครัว นโยบายหลักของอุทยานการเรียนรู้ ที่ เค พาร์ค คือ นโยบายส่งเสริมการอ่านและการเรียนรู้ เพราะฉะนั้นกิจกรรมที่ส่งเสริมการอ่านการเรียนรู้ให้กับเยาวชนและ

ประชาชนจะเกิดขึ้นเป็นอันดับแรก ส่วนพิพิธภัณฑ์ชนมไทย กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 15 ปีขึ้นไป ปัจจุบันกว่า 50% ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีสัดส่วนชาวไทยต่อชาวต่างชาติเป็น ชาวไทย 90% ชาวต่างชาติ 10%

แนวทางการจัดนิทรรศการแตกต่างกันตามนโยบายและวัตถุประสงค์ของแต่ละพิพิธภัณฑ์ สำหรับแนวทางในการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ มิวเซียมสยาม จะมีการนำนิทรรศการใหญ่ๆ มาจากต่างประเทศ ซึ่งได้ความคิดเห็นมาจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ โดยมีการสำรวจก่อนว่าจะทำเรื่องอะไร แล้วคิดรูปแบบ ออกแบบนิทรรศการ หลังจากนั้นก็ดูความเป็นไปได้มากน้อยแค่ไหน มีความน่าสนใจหรือไม่ มีวัตถุประสงค์ในการจัดแสดงอย่างไรที่จะทำให้มีความน่าสนใจ ซึ่งเวลาส่วนใหญ่จะหมดไปกับการพัฒนาโครงเรื่องให้มีความเหมาะสม ครอบคลุมวัตถุประสงค์ โดยทำควบคู่ไปกับการเขียนบทและการหาวัตถุจัดแสดง และลงมือก่อสร้าง ในปัจจุบันมีการจัดนิทรรศการชั่วคราวสองครั้งถือว่าน้อยเพราะจะทำให้พิพิธภัณฑ์นิ่ง เนื่องจากนิทรรศการถาวรเป็นนิทรรศการที่คนจำได้ อุทยานการเรียนรู้ ที่ เค พาร์ค จะมีการวางแผนเป็นหัวข้อหลักๆ ในแต่ละเดือน ซึ่งการเลือกหัวข้อก็จะดูจากกระแสและวันสำคัญต่างๆ และต้องดูว่าอยากให้ผู้เข้าชมเรียนรู้อะไร ในขณะที่เดียวกันเราก็จะคำนึงถึงความสนใจของกลุ่มเป้าหมายด้วย บางกิจกรรมจะมีการจัดซ้ำในทุกสัปดาห์ บางกิจกรรมเป็นประจำหลังเลิกเรียน โดยกิจกรรมโดยเน้นกลุ่มสมาชิกที่แตกต่างกันไป เพราะฉะนั้นสมาชิกในแต่ละกลุ่มก็มาแลกเปลี่ยนหมุนเวียนกัน คือ คนที่สนใจเรื่องเดียวกันมาเจอกัน เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และพบปะกันในกลุ่มสมาชิก ส่วนพิพิธภัณฑ์ชนมไทย เป็นแบบการจัดแสดงถาวร ซึ่งมีจุดเด่นคือสามารถนำไปจัดแสดงภายนอกได้ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยให้พิพิธภัณฑ์บอกเล่าถึงประวัติความเป็นมาและวิวัฒนาการของชนมไทยตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน และจัดสร้างให้เป็นเสมือนชุมชนอัมพวาที่ย่อส่วนลงมา โดยจำลองร้านขายขนมทั้งตลาดบกและตลาดน้ำเข้าด้วยกัน และมีพระตำหนักที่จัดแสดงอาหารและขนมตามกายัพพะเทศเครื่องคาวหวาน พระราชนิพนธ์โดยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (รัชกาลที่2) และมีขนมมงคลทั้งหลายนำมาจัดแสดง มีการวางแผนการจัดแสดง โดยมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และเพิ่มเติมปีละ 1 ครั้ง

การทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ถือเป็นสิ่งสำคัญ โดยฝ่ายนิทรรศการของพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ มิวเซียมสยาม จะมีการติดต่อกับช่องทางสื่อต่างๆ ตามความเหมาะสมของแต่ละโครงการเพื่อทำข้อมูลประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้มาก อาทิ อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ นอกจากนี้ในบางนิทรรศการที่มีความน่าสนใจมากๆ สามารถดึงดูดสื่อให้เข้า

มาหาเองได้ก็มีเช่นกัน ส่วนอุทยานการเรียนรู้ ที่ เค พาร์ค มีสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ โปสเตอร์ โปสการ์ด เว็บไซต์ที่เข้าถึงได้ตลอด มีรายการที่เคทีเอ็น นอกจากนั้นก็มีอีเมลล์สมาชิกที่สามารถใช้ส่งอีเมลล์ได้ มีเบอร์โทรศัพท์ของสมาชิกที่สามารถส่งข้อความ (SMS) เพื่อกระจายข้อมูลกับคนहु่มาก ป้ายโฆษณาในเซ็นทรัลเวิร์ล เนื่องจากการทำงานร่วมกันเป็นภาคี และมีข่าวสารต่างๆ ในนิตยสาร ซึ่งโดยใหญ่ไม่มีค่าใช้จ่ายเป็นลักษณะข่าวฝาก ส่วนพิพิธภัณฑ์ชนมไทย การตลาดและประชาสัมพันธ์ยังไม่โดดเด่นนัก เนื่องจากเป็นองค์กรขนาดเล็ก รายได้ไม่แน่นอน เนื่องจากไม่ได้เก็บค่าเข้าชม ไม่มีเว็บไซต์ แต่มีการนำไปจัดแสดงนอกสถานที่

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT Analysis พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ มิวเซียมสยาม

Internal Environment สภาพแวดล้อมภายใน	
S – Strengths (จุดแข็ง) ● รูปแบบของพิพิธภัณฑ์มีความแตกต่างไม่เหมือนใคร ● รูปแบบของพิพิธภัณฑ์มีการออกแบบให้เป็นแหล่งเรียนรู้อย่างสนุกสนานไม่น่าเบื่อ เกิดการเรียนรู้ด้วยตัวเอง ● ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพฯ เช่น วัดพระแก้ว กระทรวงกลาโหม	W – Weaknesses (จุดอ่อน) ● อาคารที่ใช้เป็นอาคารอนุรักษ์ไม่สามารถปรับแต่งขนาดได้ ● ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาที่ค่อนข้างสูง ● งบประมาณส่วนใหญ่ใช้สำหรับการบูรณะอาคารสถานที่ และวัตถุสิ่งของที่จัดแสดง ● มีข้อจำกัดในเรื่องที่จอดรถ เนื่องจากพื้นที่จำกัด
External Environment สภาพแวดล้อมภายนอก	
O – Opportunities (โอกาส) ● นโยบายรัฐสนับสนุนให้เยาวชนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ● สถาบันการศึกษาส่งเสริมให้นักเรียน/นักศึกษา หาความรู้นอกสถาบัน	T – Threats (อุปสรรค) ● ทศนคติต่อคำว่าพิพิธภัณฑ์ของบุคคลทั่วไปที่ไม่นิยมเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ ● การอนุมัติงบประมาณจากภาครัฐในแต่ละปี

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT Analysis อุทยานการเรียนรู้ ที่ เค พาร์ค

Internal Environment สภาพแวดล้อมภายใน	
S – Strengths (จุดแข็ง) ● สถานที่สะดวกในการเดินทาง ได้ทั้งทางถนน และรถไฟฟ้า ● มีจำนวนสาขาและเครือข่ายอื่นๆ ในการให้บริการ ● มีสื่อและระบบเทคโนโลยีต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการบริการ	W – Weaknesses (จุดอ่อน) ● พื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัดไม่สามารถขยายพื้นที่ในการให้บริการได้ ● เวลาเปิด-ปิดที่จำกัด ตามเวลาของศูนย์การค้า ● การมีงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด
External Environment สภาพแวดล้อมภายนอก	
O – Opportunities (โอกาส) ● ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและองค์กรต่างๆ เพื่อสนับสนุนให้คนรักการอ่าน	T –Threats (อุปสรรค) ● การอนุมัติงบประมาณจากภาครัฐในแต่ละปี ● ปัจจุบันมีห้องสมุดที่จัดทำโดยเอกชนซึ่งมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT Analysis พิพิธภัณฑ์ชนมไทย

Internal Environment สภาพแวดล้อมภายใน	
S – Strengths (จุดแข็ง) ● เป็นพิพิธภัณฑ์ชนมไทยแห่งแรกและแห่งเดียวของประเทศ ● มีองค์ความรู้เกี่ยวกับชนมไทย และชุมชนชนมไทยที่เข้มแข็ง ● ไม่เก็บค่าบริการในการเข้าชม ● มีกิจกรรมส่งเสริมการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ฯ อย่างต่อเนื่อง	W – Weaknesses (จุดอ่อน) ● พื้นที่จัดแสดงขนาดเล็ก และจำกัด ● มีต้นทุนในการบริหารจัดการภายในพิพิธภัณฑ์ ● เปิดให้บริการเฉพาะวันศุกร์, เสาร์, อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์เท่านั้น ● ปัจจุบันยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

External Environment สภาพแวดล้อมภายนอก	
O – Opportunities (โอกาส) ● ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมและเผยแพร่วัฒนธรรม	T –Threats (อุปสรรค) ● ปัจจัยของการเปลี่ยนแปลงการอนุรักษ์วัฒนธรรม ● ความนิยม ความเสื่อมของประเพณีทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต

4.2.4 อาจารย์วันดี ณ สงขลา

จากการสัมภาษณ์ อาจารย์วันดี ณ สงขลา ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารไทย ผู้บริหารสถาบันสอนทำอาหาร โรงเรียนครัววันดี สรุปได้ว่า พฤติกรรมในการบริโภคอาหารของคนไทยสมัยก่อนกับคนไทยในปัจจุบันนั้นแตกต่างกันขึ้นอยู่กับกิจวัตรประจำวัน และลักษณะการทำงานของแต่ละคน ไม่ว่าจะเป็นอดีตหรือปัจจุบัน กล่าวคือคนพื้นบ้านยังทำอาหารทานด้วยตัวเอง ในขณะที่คนในเมืองส่วนใหญ่จะซื้ออาหารทานมากกว่า ซึ่งขึ้นอยู่กับการใช้ชีวิตและการทำงานเป็นหลัก ส่วนอาหารที่เป็นค่านิยม อย่างเช่นอาหารต่างชาตินั้น การได้รับความนิยมก็จะขึ้นอยู่กับวัย โดยเฉพาะวัยรุ่นที่นิยมตามกระแส ส่วนผู้ใหญ่ก็ยังคงบริโภคอาหารไทย ดังคำกล่าวที่ว่า “ถ้าเราเปลี่ยนพฤติกรรมการกินของวัยรุ่นได้ ประเทศเราจะดีขึ้น” แต่การเปลี่ยนพฤติกรรมของคนนั้นยากหากจะมีการเปลี่ยนแปลงนั้น ควรเปลี่ยนที่ตัวผลิตภัณฑ์น่าจะง่ายกว่า โดยการปรับอาหารไทยให้มีความน่าสนใจ ทำให้สวย ให้ดี ให้อร่อย เพื่อให้กลุ่มวัยรุ่นหันมาบริโภคอาหารไทยมากขึ้นโดยที่เขาไม่รู้ตัว เช่น สเปาเกี๊ยวต้มยำ ก๋วยเตี๋ยวต้มยำกุ้ง เป็นต้น

ความเห็นต่อความเป็นไปได้ในการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์อาหารไทย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ชำนาญงานด้านพิพิธภัณฑ์ 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารไทย 1 ท่าน พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ทั้ง 4 ท่าน มีความเห็นต่อความเป็นไปได้ในการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์อาหารไทย ไปในแนวทางเดียวกัน กล่าวคือ นอกจากการใช้เทคโนโลยี สื่อมัลติมีเดียมาช่วยในการนำเสนอแล้ว รูปแบบและส่วนของการจัดแสดงต้องมีความชัดเจนและน่าสนใจ ต้องแปลกและแตกต่างจากรูปแบบพิพิธภัณฑ์ที่มีในปัจจุบัน ควรมีการบูรณาการหมุนเวียนตลอดเพื่อไม่ให้พิพิธภัณฑ์หยุดนิ่ง และมีกิจกรรมเสริมเพื่อให้ผู้เข้าชมมีส่วนร่วมในพิพิธภัณฑ์ สามารถจับต้องได้เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง เสมือนพิพิธภัณฑ์มีชีวิต เหล่านี้จะ

ทำให้เกิดความประทับใจและทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำอีก เพราะทัศนคติของคนทั่วไปต่อคำว่า “พิพิธภัณฑน์” ยังเห็นเป็นเรื่องน่าเบื่อ ค่านิยมและพฤติกรรมการบริโภคศิลปวัฒนธรรมของคนไทยถือว่ายังน้อยอยู่มาก

ในด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ต้องมีรูปแบบที่ชัดเจนและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว กิจกรรมที่จัดขึ้นต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และนอกเหนือจากการทำแผ่นพับ โปสเตอร์ การมีเว็บไซต์เป็นของพิพิธภัณฑน์เอง อาจารย์วันดี ณ สงขลา ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารไทย ยังเสนอความเห็นที่แตกต่างว่า ควรขอความร่วมมือจากการภาครัฐ หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องในการช่วยประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก

นอกจากนี้ ความเห็นและข้อเสนอแนะของคุณชวันธร มงคลเลิศพล เจ้าหน้าที่จากทีเค พาร์ค ที่เป็นที่น่าสนใจและผู้วิจัยเห็นด้วยคือ เห็นควรให้มองความสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑน์กับสภาพแวดล้อมของสถานที่และชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ที่จะจัดตั้ง ว่าควรจะให้คนในชุมชนเห็นว่าพิพิธภัณฑน์นั้นเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ไม่ได้เป็นสิ่งแปลกปลอมในพื้นที่ จึงจะช่วยเสริมให้พิพิธภัณฑน์นั้นอยู่รอดได้ อีกทั้งผู้วิจัยยังมีความเห็นว่าสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในบริเวณใกล้เคียง โดยให้เด็ก เยาวชน ในชุมชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมกับพิพิธภัณฑน์ได้เพื่อมีรายได้และประสบการณ์ในการทำงาน เช่น เป็นอาสาสมัคร เป็นมัคคุเทศก์นำชม เป็นต้น ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับคนในชุมชนอีกด้วย