

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้า หมู่บ้านท่องเที่ยวหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา หมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่
นักศึกษา	นางสาว นริศฐา นภาวงศ์
รหัสประจำตัว	47061801
ปริญญา	สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	สถาปัตยกรรมภายใน
พ.ศ.	2550
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ จันทน์ เพชรานนท์

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นการศึกษาเพื่อเสนอการจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้า หมู่บ้านท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ ที่ทำหัตถกรรมทางด้านไม้แกะสลักทั้งหมู่บ้าน เป็นหมู่บ้านที่จัดตั้งเป็นศูนย์แสดงสินค้าประจำหมู่บ้านคือศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมสองฝั่งคลองซึ่งมีร้านค้าที่มีการขายสินค้าหลากหลายชนิด และลักษณะการจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้าของสินค้าแต่ละประเภทยังไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน เน้นการจัดวางสินค้าแบบเต็มพื้นที่เน้นที่จำนวนสินค้ามากกว่า ไม่ได้คำนึงถึงรูปลักษณ์ของร้านค้า ทางสัญจรภายในร้าน วิธีการจัดแสดงสินค้าที่ดึงดูดผู้ซื้อสินค้า ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาถึงสภาพกายภาพของร้านค้าภายในหมู่บ้านท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบโดยทั่วไปของพื้นที่ ลักษณะสภาพแวดล้อมภายในร้านขายสินค้า และการจำหน่ายสินค้า ทักษะคติของผู้ซื้อ และผู้ขายสินค้าต่อลักษณะการจัดวางแสดงสินค้า และสภาพแวดล้อมของร้านค้า เพื่อเสนอแนวทางการออกแบบการจัดสภาพแวดล้อมภายในร้านค้า หมู่บ้านถวาย

โดยมีวิธีการวิจัยด้วยการศึกษาเบื้องต้นจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง สัมภาษณ์พื้นที่จริง สภาพกายภาพโดยรวมภายในศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมสองฝั่งคลอง สภาพกายภาพภายในร้านค้าการจัดแสดงสินค้าแต่ละประเภท ศึกษาภาคทฤษฎี และทำการเก็บข้อมูลภาคสนามโดยการสัมภาษณ์ การถ่ายภาพ การสังเกต บันทึก และข้อมูลจากแบบวิเคราะห์ผังภายในร้านค้าแต่ละประเภท จำนวน 50 ร้านค้า เพื่อศึกษาถึงลักษณะการจัดวางสินค้าภายในร้านค้าจากสภาพที่เป็นอยู่จริง และนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ขายสินค้าจำนวน 30 คน และข้อมูลภาคสนามมาจัดทำแบบสอบถามเพื่อสอบถามทัศนคติของผู้ซื้อสินค้าที่มีต่อลักษณะการจัดวางแสดงสินค้า และสภาพแวดล้อมของร้านค้า จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เพื่อเป็นแนวทางการจัดวางแสดงสินค้าภายในร้านค้า แต่ละประเภท 10 ร้านค้า และลักษณะองค์ประกอบโดยทั่วไปของพื้นที่ที่มีความต้องการเพิ่มเติมกับความต้องการ

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล ผลของข้อมูลที่ได้เกี่ยวกับทัศนคติของผู้ซื้อสินค้าต่อ ลักษณะการจัดแสดงสินค้าและสภาพแวดล้อมของร้านค้าภายในร้านค้าที่ตรงตามความต้องการ ของผู้ซื้อสินค้านี้คือ ลักษณะหลังคาที่จัดสร้างภายในศูนย์ , บ้ายหน้าร้านทุกร้านและควรมีเบอร์ โทรศัพท์ที่ติดต่อดี, การตกแต่งหน้าร้านที่ดึงดูดความสนใจ เป็นรูปแบบที่มีการสร้าง Façade ด้านหน้า ,ลักษณะ DISPLAY ควรนำวัสดุที่เป็นธรรมชาติมาตกแต่งส่วนผนัง ,วัสดุปูพื้นภายใน ร้านค้าเป็นพื้นปูนขัดมัน ,วัสดุตกแต่งผนังภายในร้าน เป็นลักษณะผนังภายในร้านผนังทาสีขาว , ลักษณะการปลูกต้นไม้หน้าร้าน ลักษณะการวางกระถางต้นไม้ตามมุมร้าน ลักษณะการนำต้นไม้ มาวางของร้านจะใกล้เคียงกับพันธุ์ไม้ที่ปลูกกันในบ้าน ภายในชุมชน ,การจัดวางสินค้าแบบชิด ผนังและวางกลางร้าน การจัดสินค้าแบบนี้เป็นส่วนใหญ่เนื่องจากใช้พื้นที่ในการวางสินค้าได้ มากกว่า และวิธีการจัดแสดงสินค้าภายในร้าน เลือกการจัดวางสินค้าด้วยสินค้าหลายอย่างที่มีความสัมพันธ์กัน ส่วนขนาดของร้านค้าที่ได้นำมาเป็นร้านค้าตัวอย่างคือขนาด 4.00x4.00 ม. เนื่องจากเป็นขนาดที่พบเป็นส่วนใหญ่จากร้านค้าตัวอย่าง 50 ร้านค้า จากนั้นนำผลการวิเคราะห์ พื้นที่ภายในร้านค้าของสินค้าทั้ง 10 ประเภทประกอบกับผลจากแบบสอบถามผู้ซื้อสินค้าเกี่ยวกับการ จัดแสดงสินค้าภายในร้าน เพื่อจัด zoning และลักษณะการจัดวางสินค้าและองค์ประกอบ ภายในเกี่ยวกับชั้นวางสินค้า ตำแหน่งการวางสินค้า การแขวนสินค้าที่ตัดผนัง เพื่อให้ได้รูปแบบ การจัดวางแสดงสินค้าภายในร้านค้าของสินค้าทั้ง 10 ประเภทคือ สินค้าประเภทพระพุทธรูป ,งาน แกะสลักแบบลอยตัว ,กรอบกระจก ,ภาพเขียน ,ตุ๊กตาไม้ และของที่ระลึก ,โคมไฟ, แจกัน , เครื่องปั้นดินเผา ,ผ้าพื้นเมือง และกระเป๋า

Thesis Title	Shop Display of One Tembon One Product Tourism Village : Case Study in Tawai Village, Chiang Mai Province
Student	Ms. Naritha Napawong
Student ID.	47061801
Degree	Master of Architecture
Program	Interior Architecture
Year	2007
Thesis Advisor	Asst. Prof. Jantanee Bejrananda

ABSTACT

This thesis was conducted to study and propose Shop Display of One Tembon One Product Tourism Village Case Study in Tawai Village, Chiang Mai Province where villagers earn their living by making wood handicrafts. This village established its center for displaying and selling the handicrafts Song Fung Klong the canal, where many stores buy various products but the display of each kind of product within the stores is not clearly featured. The products are displayed fully in all places by focusing on the quantity, not considering the image of the stores, the traffic lanes within the stores, displaying methods to attract the buyers. The researcher studied the physical condition of the stores in this OTOP Village and general components of the area, environment within the stores and product distribution, buyers' and sellers' opinions towards the product display and store surrounding to propose an approach for designing and arranging the surrounding in the stores of Thawai village.

The research was conducted by preliminary study on relevant documents, survey on the real area and on the overall physical status within the center, physical status within the stores displaying each kind of products, by theoretical study and collecting field data by interviewing, photo taking, observation, record and information from analyzing the plan within 50 stores of each product kind. This was to study the display of products within the stores from the real place. Data from the interview with 30 samplings of sellers and field data were used to make a questionnaire on the opinion of the buyers

toward the display of 10 stores of each product kind and other general components of the area.

From the study and information analysis, the findings on the attitudes of the buyers towards the display and the internal store environment which meet their demands are, namely, the characteristics of center roof, front signboard of every store should have contact number, attractive front window display should have front façade, display window should be decorated with natural materials on its walls, internal floor should be off polished-surface materials, decorated materials for the internal wall of the store should have white painting appearance. For ornamental plants in front of the store, flower pots should be found in each corner and the plants should be of those or similar to those grew in the houses and community, Product display can be in the middle or sideward. These kinds of display are mostly used since they give more spaces for displaying. For internal display, various but related products are displayed. The sample store has the size of 4.00x4.00 m. This size is that of most of 50 stores. Later, the result from the analysis on internal area of the store selling 10 kinds of products and the data from questionnaires on the internal display were used to set zoning and features for displaying products and components of the shelves, displaying positions, wall display in order to obtain displaying format for 10 kinds of products as Buddha image, sculpture, mirror frame, drawings, wood doll and souvenir, lamp, vase, earthenware, local cloth and bag.