

ทุนทางวัฒนธรรมเมืองมรดกโลกกำแพงเพชรกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกเชิงสร้างสรรค์

Cultural Capital of Kamphaeng Phet World Heritage Site and the Development of Creative Souvenir

ชูวิทย์ กมฺุททธิไชย¹ ชลชลิตา กมฺุททธิไชย² วิวัฒน์ ทวีทรัพย์³ และ พบพร เอี่ยมใส⁴

Choowit Kamutthapichai¹ Chonchalita Kamutthapichai²

Wiwat Taweessup³ and Taweessup Pophon Aiemsai⁴

วันที่ส่งบทความ: 6 ธันวาคม 2568, วันที่แก้ไขบทความ: 23 เมษายน 2569,

วันที่ตอบรับบทความ: 7 พฤษภาคม 2569

Abstract

This research aimed to 1) survey and collect data on the cultural capital of the Kamphaeng Phet World Heritage Site, and 2) synthesize this cultural capital into a design process for creative souvenir products. The study employed a Research and Development (R&D) methodology, focusing on key historical sites in Kamphaeng Phet Historical Park, including Wat Phra Kaeo, Wat Chang Rob, Wat Taphan Hin, Wat Phra Borommathat Nakhon Chum, and the Kamphaeng Phet National Museum. The appropriateness of the product prototypes was evaluated by 20 experts and creative entrepreneurs to ensure the reliability and validity of the design outcomes. The findings revealed that 1) The cultural capital of Kamphaeng Phet is characterized by an aesthetic identity categorized as "Aesthetics of Strength." This concept is derived from the robust and powerful forms of laterite architecture and the unique local sculptural arts. The cultural components can be classified into three groups were Sacred Architectural Symbols Specifically the lotus-bud stupa (Phum Khao Bin), a dominant architectural form reflecting Buddhist concepts of purity and

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Lecturer of Social Studies, Faculty of Education, Kamphaeng Phet Rajabhat University

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Lecturer of English, Faculty of Education, Kamphaeng Phet Rajabhat University

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Lecturer of Computer Studies, Faculty of Education, Kamphaeng Phet Rajabhat University

⁴ อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Lecturer of Product Design, Faculty of Technology and Industry, Kamphaeng Phet Rajabhat University

Corresponding author; e-mail address: Choo_chai2524@hotmail.com

enlightenment. auspicious animal symbols decorative elements such as elephants (symbolizing power and stability), Makaras (symbolizing water and abundance), Hongsas (symbolizing nobility), and Yakshas (guardians), which reflect a syncretic belief system blending Buddhism, Brahmanism, and Sukhothai cosmology. Cultural Meaning Concepts Synthesized into the core design concept of "Revealing Wealth, Enhancing Prosperity," reflecting community beliefs in abundance and spiritual protection. 2) The evaluation of the souvenir prototypes showed a very high level of overall satisfaction ($\bar{X}$ = 4.75, 95.00%). The dimension of "Spiritual and Belief Value" received the highest mean score ($\bar{X}$ = 4.42), indicating that integrating auspicious symbolism with functional utility effectively enhances both economic and emotional value, successfully meeting the needs of contemporary market demands.

Keywords: CULTURAL CAPITAL, CREATIVE SOUVENIRS, WORLD HERITAGE, KAMPHAENG PHET

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อสำรวจและรวบรวมทุนทางวัฒนธรรมเขตเมืองมรดกโลกกำแพงเพชร และ 2) เพื่อสังเคราะห์ทุนทางวัฒนธรรมสู่กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงการวิจัยและพัฒนา พื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ได้แก่ วัดพระแก้ว วัดช้างรอบ วัดตะพานหิน วัดพระบรมธาตุนครชุมและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกำแพงเพชร การประเมินความเหมาะสมของต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์จำนวน 20 ราย เพื่อให้เกิดการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลและความถูกต้องของผลการออกแบบ ผลการวิจัยพบว่า 1) ทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดกำแพงเพชรมีลักษณะเด่นด้านสุนทรียะที่สะท้อนพลังแห่งอัตลักษณ์ทางศิลปกรรม ซึ่งผู้วิจัยได้สังเคราะห์เป็นแนวคิด “สุนทรียะแห่งพลัง (Aesthetics of Strength)” อันเกิดจากรูปแบบสถาปัตยกรรมศิลปะแลงที่มีลักษณะมวลสารหนักแน่น แข็งแรง และทรงพลัง ประกอบกับศิลปกรรมประติมากรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่ จากการศึกษาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและการถอดรหัสสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม สามารถจำแนกองค์ประกอบทุนทางวัฒนธรรมสำคัญได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มสัญลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมศักดิ์สิทธิ์ พบว่า เจดีย์ทรงดอกบัวตูมเป็นรูปแบบสถาปัตยกรรมที่มีความโดดเด่นในพื้นที่เมืองโบราณกำแพงเพชร รูปทรงดังกล่าวสะท้อนแนวคิดทางพุทธศาสนาเกี่ยวกับความบริสุทธิ์ ความเจริญงอกงาม และการตรัสรู้ โดยดอกบัวเป็นสัญลักษณ์ของการหลุดพ้นจากโลกียะสู่โลกุตระ รูปแบบเจดีย์จึงทำหน้าที่เป็นทั้งศูนย์กลางศรัทธาและสัญลักษณ์ทางจิตวิญญาณของชุมชน กลุ่มสัญลักษณ์สัตว์มงคลในงานศิลปกรรมการศึกษาพบว่าสัตว์มงคลที่ปรากฏในงานประดับสถาปัตยกรรมและประติมากรรมของเมืองกำแพงเพชร มีบทบาทเป็นสัญลักษณ์เชิงจักรวาลวิทยาและความเชื่อด้านความเจริญรุ่งเรือง โดยสัตว์สำคัญที่พบได้แก่ ช้างประดับ สื่อถึงพลังอำนาจ ความมั่นคง และความอุดมสมบูรณ์ มกร เป็นสัตว์หิมพานต์

ที่ทำหน้าที่ปกป้องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ นาค สื่อถึงพลังแห่งน้ำ ความอุดมสมบูรณ์ และการคุ้มครองพระพุทธศาสนา หงส์ สัญลักษณ์ของความสูงส่งและความบริสุทธิ์ และยักษ์ ทำหน้าที่เป็นผู้พิทักษ์สถานที่ศักดิ์สิทธิ์สัตว์มงคลเหล่านี้สะท้อนระบบความเชื่อแบบผสมผสานระหว่างพุทธศาสนา ศาสนาพราหมณ์ และคติจักรวาลวิทยาในภูมิภาคสุโขทัย และกลุ่มแนวคิดเชิงความหมายทางวัฒนธรรมเมื่อวิเคราะห์เชิงสัญลักษณ์และความหมายทางวัฒนธรรม พบว่าสัญลักษณ์ต่าง ๆ สามารถสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดหลัก คือ “เบิกทรัพย์ เสริมสิริมงคล” ซึ่งสะท้อนความเชื่อของชุมชนเกี่ยวกับความรุ่งเรือง ความมั่งคั่งและการคุ้มครองปกป้องรักษา แนวคิดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าทุนทางวัฒนธรรมของเมืองกำแพงเพชรไม่ได้เป็นเพียงมรดกทางประวัติศาสตร์ หากแต่เป็นระบบสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีความหมายเชิงจิตวิญญาณและเศรษฐกิจวัฒนธรรม ซึ่งสามารถนำมาต่อยอดสู่การสร้างคุณค่าใหม่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ 2) ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่า ระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับสูงมาก ($\bar{X} = 4.75$) คิดเป็นร้อยละ 95.00 โดยมีมิติ คุณค่าทางจิตวิญญาณและความเชื่อ มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.92$) แสดงให้เห็นว่าการบูรณาการความเชื่อมงคลเข้ากับประโยชน์ใช้สอย สามารถส่งเสริมทั้งมูลค่าทางเศรษฐกิจและมูลค่าทางอารมณ์ พร้อมตอบสนองต่อพลวัตความต้องการของตลาดร่วมสมัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: ทุนทางวัฒนธรรม ของที่ระลึกสร้างสรรค์ เมืองมรดกโลก กำแพงเพชร

บทนำ

เมืองมรดกโลกกำแพงเพชรเป็นพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ที่มีความสำคัญยิ่งในฐานะเมืองหน้าด่านและจุดเชื่อมต่อทางวัฒนธรรมและยุทธศาสตร์ระหว่างอาณาจักรสุโขทัยและอยุธยา ได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกจากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ร่วมกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและศรีสัชนาลัย ในปี พ.ศ. 2534 ความโดดเด่นของกำแพงเพชรไม่ได้จำกัดอยู่เพียงความเก่าแก่ของโบราณสถาน แต่ยังรวมถึงเอกลักษณ์ทางศิลปกรรม สกulpture กำแพงเพชรที่มีความเข้มข้น แข็งแรงและการใช้วัสดุศิลาแลงก้อนใหญ่เป็นองค์ประกอบหลักในการก่อสร้าง ซึ่งสะท้อนถึงภูมิปัญญาและความอุตสาหะของบรรพบุรุษ (จังหวัดกำแพงเพชร, 2567)

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีต้นทุนทางประวัติศาสตร์สูง แต่สถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมของที่ระลึกในจังหวัดกำแพงเพชรยังประสบปัญหาในด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในตลาดยังคงเป็นสินค้าบริโภคพื้นฐาน เช่น กล้วยไข่ กระยาสารท หรือเนากุ้งชากังราว (Budsitha et al., 2018) ส่วนสินค้าประเภทของที่ระลึกมักเป็นสินค้าหัตถกรรมเลียนแบบโบราณวัตถุหรือสินค้า OTOP ทั่วไปที่ขาดอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ชัดเจน (Panyawutruakul, 2020,) ทำให้ไม่สามารถดึงดูดกำลังซื้อจากนักท่องเที่ยวคุณภาพรุ่นใหม่ที่มีมองหาสินค้าที่มีทั้งความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย และเรื่องราวที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และความเป็นตัวตนของเมืองมรดกโลกได้ (Kamphaeng Phet Rajabhat University, 2019)

ทางผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของการนำแนวคิดทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเป็นอัตลักษณ์ของเมืองมรดกโลกกำแพงเพชร มาประยุกต์ใช้จึงเป็นกุญแจ

สำคัญในการแปลงสินทรัพย์ทางนามธรรมให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ (Throsby, 2001) ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาและถอดรหัสสัญลักษณ์จากสถาปัตยกรรมและประติมากรรมในพื้นที่ เพื่อนำมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงสร้างสรรค์โดยเน้นกลยุทธ์การผสมผสานความเชื่อเรื่องสิริมงคล (Mutelu Marketing) เข้ากับงานออกแบบโลหะศิลป์เพื่อยกระดับสินค้าทางวัฒนธรรมของกำแพงเพชรให้มีศักยภาพในการแข่งขันเชิงพาณิชย์และสร้างความภาคภูมิใจให้กับท้องถิ่น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจและรวบรวมทุนทางวัฒนธรรมในเขตเมืองมรดกโลกกำแพงเพชร
2. เพื่อสังเคราะห์ทุนทางวัฒนธรรมสู่กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

วิธีการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยนี้มุ่งเน้นการสำรวจในเขตอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร จำนวน 5 แห่ง ได้แก่

1.1 วัดช้างรอบ ครอบคลุมเจดีย์ช้างล้อมศิลปะสุโขทัย-กำแพงเพชร ประติมากรรมปูนปั้นรูปช้างทรงเครื่อง เศียรยักษ์ และหงส์

1.2 วัดพระแก้ว ครอบคลุมประติมากรรมสิงห์ นาค และสถาปัตยกรรมหลวงในเขตกำแพงเมือง

1.3 วัดตะแบกคู่ ครอบคลุมประติมากรรม มกรคายนาคและพรรณพฤกษา ซึ่งเป็นลวดลายที่หาชมยาก

1.4 วัดพระบรมธาตุนครชุม ครอบคลุมสถาปัตยกรรมเจดีย์ทรงระฆังแบบมอญ-พม่า และคติความเชื่อเรื่องพระบรมสารีริกธาตุ

1.5 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกำแพงเพชร ครอบคลุมโบราณวัตถุชิ้นเอก โดยเฉพาะเทวรูปพระอิศวรสำริด

2. ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการประเมินความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 20 ท่าน ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิด้านศิลปะ การออกแบบและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น จำนวน 7 ท่าน และ ผู้ประกอบการสินค้าที่ระลึกและวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 13 ท่าน

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ทุนทางวัฒนธรรม 2 ด้านหลัก คือ 1) ด้านสถาปัตยกรรม และ 2) ด้านประติมากรรม โดยเชื่อมโยงกับคติความเชื่อและสัญลักษณ์นิยม (Symbolism) เพื่อนำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์

แนวคิดเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม

การวิจัยเรื่องนี้ได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้การออกแบบผลิตภัณฑ์มีรากฐานทางวิชาการที่น่าเชื่อถือ โดยครอบคลุมประเด็นสำคัญดังนี้ 1) แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Cultural Capital & Creative

Economy) การศึกษาครั้งนี้ยึดหลักแนวคิดของ David Throsby นักเศรษฐศาสตร์วัฒนธรรม ผู้จำแนกทุนทางวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเภท คือ ทุนที่จับต้องได้ (Tangible) และทุนที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) โดยเสนอว่าทุนเหล่านี้สามารถแปลงเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจได้หากผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของ UNESCO ที่เน้นการส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการตั้งคุณค่าของมรดกโลกกำแพงเพชรมาสร้างมูลค่า ผ่านการออกแบบซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ตามทัศนะของ Howkins ที่ระบุว่าความคิดสร้างสรรค์คือสินทรัพย์หลักในการสร้างความมั่งคั่งในศตวรรษที่ 21 (Howkins, 2001) 2) ศิลปกรรมและประวัติศาสตร์ศิลปะจากการศึกษาผลงานของ Leksukhum (1999) และ Nirunthevee (2013) พบว่าศิลปะกำแพงเพชรมีลักษณะเฉพาะที่เรียกว่า สกูลช่างกำแพงเพชร ซึ่งมีความโดดเด่นในการใช้ศิลปะเป็นวัสดุหลักและมีรูปแบบสถาปัตยกรรมที่ผสมผสานระหว่างสุโขทัย อโยธยาและล้านนา โดย Nirunthevee (2013) ได้วิเคราะห์เพิ่มเติมว่างานประติมากรรมกำแพงเพชรมีลักษณะเข้มแข็งและแข็งแกร่ง (Robustness) เช่น พระพุทธรูปที่มีพระพักตร์ตอบและคางเสี้ยมเน้นรวมถึงการใช้ลวดลายปูนปั้นที่วิจิตรบรรจงแต่หนักแน่น ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ศิลปะเหล่านี้เป็นพื้นฐานสำคัญในการกำหนดลักษณะต้นแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากของที่ระลึกในจังหวัดอื่น 3) คติความเชื่อและสัญลักษณ์นิยม (Beliefs & Symbolism) การศึกษาคติชนวิทยา (Folklore) และความเชื่อท้องถิ่น พบว่าสังคมไทยมีความผูกพันกับ วัตถุมงคลและโชคกลางอย่างแนบแน่น จากการศึกษาของ The Fine Arts Department (2017) เกี่ยวกับสัตว์หิมพานต์ในวัดช้างรอบและวัดพระแก้ว ชี้ให้เห็นว่าสัตว์แต่ละชนิด (ช้าง, สิงห์, นาค, มกร) ล้วนมีความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่สื่อถึงอำนาจ ความมั่งคั่งและการปกป้อง ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีสัญญะวิทยา (Semiology) ของ Barthes (1972) ที่กล่าวถึงการสร้างความหมายใหม่ (Myth) ให้กับวัตถุ โดยผู้วิจัยนำแนวคิดนี้มาใช้ในการสร้างเรื่องราว (Storytelling) ให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อเปลี่ยนสถานะจากของที่ระลึกทั่วไปสู่วัตถุที่มีคุณค่าทางจิตใจ

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์งานวิจัยของนักวิชาการไทยที่มีความสำคัญต่อการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 3 เรื่อง ดังนี้ Praphatsorn (2023) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร สำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญของกำแพงเพชร ได้แก่ ลวดลายปูนปั้นรูปเครื่องทรงช้างจากวัดช้างรอบและลวดลายเครื่องทรงเทวรูป พระอิศวร ซึ่งมีความหมายโดยรวมถึง การปกป้องรักษา ความเมตตา และมหามงคล ผู้วิจัยได้นำลวดลายเหล่านี้มาพัฒนาเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์เสื้อยืดและบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของการวิจัยครั้งนี้ที่มุ่งเน้นการถอดรหัสลวดลายเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม แต่การวิจัยในปัจจุบันจะต่อยอดไปสู่ผลิตภัณฑ์โลหะศิลป์ที่มีความคงทนและมูลค่าสูงขึ้น และ Boon-anon (2017) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมรดกทางวัฒนธรรมตำบลไตรตรัง เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร โดยพบว่ามรดกทางวัฒนธรรมสามารถแบ่งเป็นสิ่งที่จับต้องได้

และจับต้องไม่ได้ การนำทุนเหล่านี้มาพัฒนาเป็นของที่ระลึก เช่น เสื้อสกรีนและโปสการ์ด สามารถช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ อย่างไรก็ตามข้อเสนอนี้มาจากงานวิจัยระบุว่าผลิตภัณฑ์ควรมีความหลากหลายและสะท้อนอัตลักษณ์ที่ลึกซึ้งกว่าเพียงภาพพิมพ์ ซึ่งสนับสนุนแนวคิดของการวิจัยครั้งนี้ที่ต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมิติและเรื่องราวที่เข้มข้นขึ้น และ Tepraksa (2020) ได้ศึกษาเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการใช้มรดกวัฒนธรรมเชิงความเชื่อ: กรณีศึกษาด้านาน วัดเขาอ้อ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การนำ ความเชื่อหรือเรื่องราวศักดิ์สิทธิ์มาใช้ในการกระบวนการสร้างสรรค์ทางเศรษฐกิจ (Creative Economy) เป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงในการสร้างความน่าสนใจและมูลค่าให้กับสินค้า การใช้เรื่องราวเกี่ยวกับพุทธคุณหรือความเป็นสิริมงคลไม่ได้เป็นเพียงเรื่องงมงาย แต่เป็นการตอบสนองความต้องการทางจิตใจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นแนวคิดหลักที่ผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบภายใต้หัวข้อเปิดรับความรุ่งเรือง ในงานวิจัยฉบับนี้

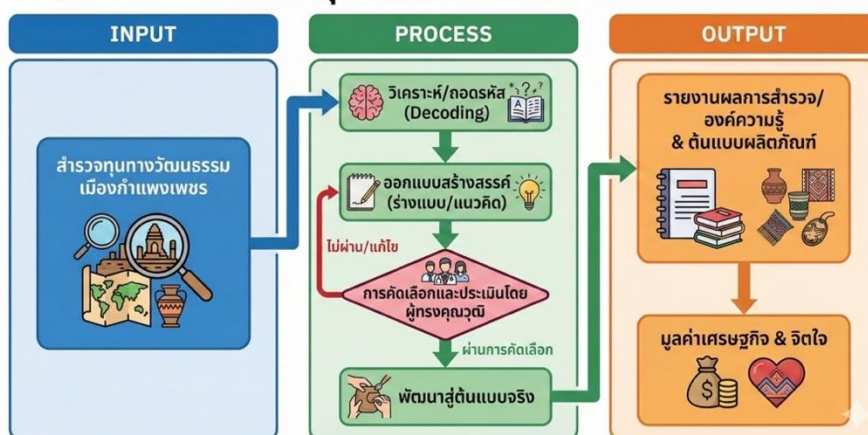
กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยได้สังเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิด: การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมเมืองมรดกโลกกำแพงเพชร



หมายเหตุ. ภาพกรอบแนวคิดวิจัยโดย Kamutthapichai, 2025

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยเน้นกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ผสมผสานกับการประเมินผลเชิงปริมาณ ประกอบด้วยเครื่องมือและขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเชื่อถือได้ ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือวิจัย ดังนี้

1. แบบสำรวจภาคสนาม สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม โดยเน้นการบันทึกภาพถ่ายและการจดบันทึกลักษณะทางศิลปกรรมของสถาปัตยกรรมและประติมากรรม
2. แบบสังเกตการณ์ สำหรับวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของสินค้าที่ระลึกในท้องตลาด พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและจุดเด่นของวัสดุในพื้นที่
3. แบบประเมินความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ ครอบคลุม 5 ด้าน ได้แก่ ด้านอัตลักษณ์ ทุนทางวัฒนธรรม ด้านการออกแบบ ด้านคุณค่าความเชื่อ ด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านศักยภาพเชิงพาณิชย์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารทางประวัติศาสตร์ ศิลปะสุโขทัย-กำแพงเพชรและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สำรวจภาคสนาม เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากแหล่งเรียนรู้ 5 แห่ง คือ วัดช้างรอบ วัดพระแก้ว วัดตะแบกคู วัดพระบรมธาตุนครชุม และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกำแพงเพชร
3. ออกแบบและสร้างต้นแบบ นำข้อมูลมาสังเคราะห์แบบร่าง และพัฒนาเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์
4. นำต้นแบบไปทดลองใช้ จำนวน 20 ราย ทำการประเมินและให้ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

- ผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้
1. ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการถอดรหัสสัญลักษณ์ (Semiotic Decoding) เพื่อตีความความหมายของทุนทางวัฒนธรรมและเชื่อมโยงสู่แนวความคิดการออกแบบ
 2. ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การวิเคราะห์ผลการประเมินความเหมาะสมโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อสรุปผลระดับความพึงพอใจและความเป็นไปได้ในการผลิตจริง

ภาพที่ 2

แสดงกระบวนการวิจัย



หมายเหตุ. ภาพออกแบบโดย Kamutthapichai, 2025

ผลการวิจัย

ภาพรวมทุนทางวัฒนธรรมของเมืองมรดกโลกกำแพงเพชร สะท้อนให้เห็นถึงความโดดเด่นของทุนทางวัฒนธรรมกำแพงเพชร ที่เกิดจากการร้อยเรียงอิทธิพลทางศิลปะและวัฒนธรรมเข้าไว้ด้วยกันอย่างกลมกลืน เอกลักษณ์สำคัญคือการผสมผสานความแข็งแกร่งของสถาปัตยกรรม ศิลาลงก้อนใหญ่ เข้ากับความวิจิตรบรรจงของงานประติมากรรมปูนปั้นและงานหล่อสำริด โดยมีการถ่ายทอดคติความเชื่อทางพุทธศาสนาเถรวาท จักรวาลทัศน์ และพรหมณ์-ฮินดู ออกมาเป็นสัญลักษณ์และสิ่งสารัตถ์ในป่าหิมพานต์ที่เปี่ยมไปด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น ช้างทรงเครื่อง มกร หงส์ นาค สิงห์ รวมถึงองค์เทพและลวดลายพรรณพฤกษา ความรู้มรดกทางสุนทรียภาพและเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่ผสมผสานกันอย่างลงตัวนี้ จึงถือเป็นแก่นแท้ของอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นที่แข็งแกร่ง และเป็นต้นทุนสำคัญที่สามารถนำไปตีความเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการออกแบบได้อย่างไร้ขีดจำกัด

1. ผลการสำรวจทุนทางวัฒนธรรมเมืองมรดกโลกกำแพงเพชรมีความโดดเด่นในเรื่องวัสดุและรูปทรง คือ

วัดช้างรอบ สร้างขึ้นในสมัยสุโขทัยตอนปลายถึงอยุธยาตอนต้น (ราวพุทธศตวรรษที่ 20-21) จัดเป็นวัดใหญ่ในเขตอรัญญิก (อรัญวาสี) จุดเด่นสำคัญคือ เจดีย์ประธานทรงระฆังกลมฐานสี่เหลี่ยมประดับด้วยช้างปูนปั้นจำนวน 68 เชือก โดยลักษณะพิเศษที่พบจากการขุดแต่งทางโบราณคดีคือเป็น ช้างทรงเครื่อง (Decorated Elephant) ที่ไพล่ออกมาครึ่งตัวจากฐานเจดีย์ มีความวิจิตรของเครื่องประดับคอและข้อเท้าแตกต่างจากช้างป่าแบบสุโขทัยดั้งเดิม นอกจากช้างแล้ว ยังพบเศียรยักษ์ (Giant Head) และเทวตาประดับสถูปมณฑป รวมถึงลวดลาย หงส์ ประดับยอดเสา ซึ่งแสดงถึงคติความเชื่อเรื่องจักรวาลทัศน์และสัตว์หิมพานต์ที่ผสมผสานกันอย่างลงตัว

วัดตะแบกคู่ ตั้งอยู่ในเขตอรัญญิกสร้างขึ้นในสมัยสุโขทัยตอนปลาย จุดเด่นสำคัญ คือ พบประติมากรรมปูนปั้นรูป มกร (Makara) สัตว์ผสมในตำนาน (จระเข้-มังกร-ช้าง) ในลักษณะคายพรรณพฤกษาหรือนาค การค้นพบลวดลายปูนปั้นที่หลงเหลืออยู่นี้สะท้อนถึงอิทธิพลศิลปะล้านนาและพุกามอย่างชัดเจน แต่ช้างกำแพงเพชรได้ปรับเปลี่ยนวัสดุและลวดลายให้มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น โดยมักพบชิ้นส่วนเหล่านี้จากการขุดแต่งบริเวณฐานวิหารและเจดีย์ราย

วัดพระแก้ว เป็นพระอารามหลวงขนาดใหญ่ตั้งอยู่กลางเมืองกำแพงเพชร (เขตพระราชวังโบราณ) สร้างและใช้งานต่อเนื่องยาวนานตั้งแต่สมัยสุโขทัยจนถึงอยุธยา จุดเด่นสำคัญ คือ ศาสนสถานหลักก่อสร้างด้วยศิลาลงก้อนใหญ่ พบ สิงห์ (Singha) และ นาค (Naga) ประดับตกแต่งราวบันไดและฐานอาคาร การขุดค้นทางโบราณคดีพบฐานวิหารขนาดใหญ่และเจดีย์ทรงระฆังที่มีช้างล้อมรอบ (แต่ชำรุดมาก) รวมถึงพระพุทธรูปปูนปั้นขนาดใหญ่ 3 องค์ (พระพุทธรูปไสยาสน์และพระพุทธรูปนั่ง) ซึ่งแสดงถึงความแข็งแกร่งและอำนาจแห่งราชสำนักในยุคนั้น

วัดพระบรมธาตุนครชุม ตามจารึกนครชุม (จารึกหลักที่ 3) ระบุว่าสร้างขึ้นในสมัยพญาลิไท แห่งกรุงสุโขทัย (พ.ศ. 1900) เพื่อประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุจากลังกา จุดเด่นสำคัญ คือ เดิมเป็นเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ 3 องค์ตั้งอยู่บนฐานเดียวกัน แต่ปัจจุบันบูรณะเป็นเจดีย์ทรงระฆังสีทองอร่ามแบบมอญ-พม่า (สมัยรัชกาลที่ 5) เป็นหลักฐานสำคัญที่ยืนยันถึงความรุ่งเรืองของพุทธศาสนาเถรวาทในเมืองกำแพงเพชรและเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวเมืองตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กำแพงเพชร เป็นแหล่งรวบรวมโบราณวัตถุชิ้นเอกที่ได้จากการขุดแต่งและบูรณะเมืองเก่ากำแพงเพชร จุดเด่นสำคัญ พบเทวรูป พระอิศวรสำริด สูง 210 เซนติเมตร ขุดพบที่ศาลพระอิศวรในตัวเมืองกำแพงเพชร ที่ฐานมีจารึกอักษรไทย ภาษาไทย ระบุปีที่สร้าง พ.ศ. 2053 (ตรงกับสมัยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 แห่งกรุงศรีอยุธยา) โดยเจ้าพระยาศรีธรรมมาโคกราช เป็นหลักฐานสำคัญที่แสดงถึงการผสมผสานความเชื่อพราหมณ์-ฮินดู ในช่วงรอยต่อทางประวัติศาสตร์ ลวดลายเครื่องประดับและดอกไม้ (ลายพฤกษาเทวา) บนองค์เทวรูปมีความงดงาม วิจิตรแบบศิลปะอยุธยาตอนต้นผสมสุโขทัย

2. การออกแบบของที่ระลึกจากทุนทางวัฒนธรรมทั้ง 5 แห่ง เป็นการหลอมรวมอัตลักษณ์อันโดดเด่นจากโบราณสถานและศิลปวัตถุสำคัญทั้ง 5 แห่ง เพื่อถ่ายทอดความหมายอันเป็นมงคลผ่านการใช้งานในชีวิตประจำวัน โดยเริ่มต้นจากการตั้งจุดเด่นด้านสถาปัตยกรรมของ พระบรมธาตุนครชุม (และต้นแบบเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์) ที่สะท้อนถึงความอุดมสมบูรณ์และความรุ่งโรจน์แห่งปัญญา สอดรับกับงานประติมากรรมในมิติแห่งการค้ำจุนและปกป้อง จาก วัดช้างรอบ (ช้างทรงเครื่องและเศียรยักษ์) และ วัดพระแก้ว (สิงห์) ที่ช่วยเสริมความมั่นคงทางหน้าที่การงานและพิทักษ์ทรัพย์สมบัติ พร้อมกันนั้นยังส่งเสริมมิติแห่งความมั่งคั่งและไหลเวียน ผ่านสัญลักษณ์สายน้ำแห่งเงินตราอย่างนาจากวัดพระแก้ว และความอุดมสมบูรณ์ที่ยั่งยืนของมกรจาก วัดตะแบกคู่ท้ายที่สุด คือ การเติมเต็มมิติแห่งความสำเร็จและเกียรติยศ ด้วยสัญลักษณ์หงส์จากวัดช้างรอบ และความเจริญงอกงามของลายพฤกษาเทวาจากฐานเทวรูป พระอิศวร การบูรณาการสัญลักษณ์ทั้ง 3 มิติจาก 5 แหล่งสำคัญนี้ ที่ไม่เพียงสวยงามและตอบโจทย์การใช้งาน แต่ยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลางส่งมอบความเป็นสิริมงคลและเรื่องราวทรงคุณค่าของสกุลช่างกำแพงเพชรสู่มือผู้บริโภคได้อย่างสมบูรณ์แบบ

1) ด้านสถาปัตยกรรม (Architecture Analysis) ต้นแบบเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ และพระบรมธาตุนครชุม

การถอดรหัสความหมาย *ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์* สื่อถึงความอุดมสมบูรณ์ของข้าวปลาอาหาร ทรัพย์สมบัติที่ทวีคูณไม่มีวันพร่อง ดังเมล็ดข้าวในพุ่มบูชา

พระบรมธาตุสีทอง สื่อถึงความรุ่งโรจน์ แสงสว่างแห่งปัญญาและความเป็นสิริมงคลสูงสุด

จากการถอดรหัสสัญลักษณ์สามารถกำหนดแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์เป็น ที่เปิดขวดโลหะศิลปทรงเจดีย์ โดยให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ว่า ทุกครั้งที่เปิดขวด คือการเปิดรับความรุ่งเรืองและโชคลาภเข้ามาสู่ชีวิต

2) ด้านประติมากรรม (Sculpture Analysis) ผู้วิจัยคัดเลือกสัตว์มงคลและลวดลายสำคัญมาออกแบบ โดยเน้นความหมายมงคลใน 3 มิติ เพื่อตอบสนองความต้องการทางจิตใจของผู้บริโภค:

มิติแห่งการค้ำจุนและปกป้อง (Support & Protection)

ช้างทรงเครื่อง (วัดช้างรอบ) สื่อถึงการค้ำจุนศาสนาและความมั่นคงของบ้านเมือง กำหนดแนวทางการออกแบบเป็นงานดินโลหะรูปช้าง เพื่อเสริมความเสถียรภาพในหน้าที่การงาน

เศียรยักษ์ (วัดช้างรอบ) สื่อถึงทวารบาลผู้พิทักษ์ทรัพย์สมบัติไม่ให้รั่วไหล กำหนดแนวทางการออกแบบเป็นที่เปิดขวดหน้ายักษ์ (เปิดรับเงินเข้า แต่ยักษ์ช่วยเฝ้าเก็บรักษา)

สิงห์ (วัดพระแก้ว) สื่อถึงมหาอำนาจ บารมี และการขจัดอุปสรรคศัตรู

มิติแห่งความมั่งคั่งและไหลเวียน (Wealth & Flow)

นาค (วัดพระแก้ว) สื่อถึงสายน้ำแห่งเงินตราที่ไหลเวียนไม่ขาดสายและความร่มเย็น
กำหนดแนวทางการออกแบบเป็นที่เปิดขุดลายนาค

มกร (วัดตะแบกคู) สื่อถึงความอุดมสมบูรณ์ที่กลืนกินไม่ได้ (ความโชคดีที่หาได้ยากและ
ยั่งยืน)

มิติแห่งความสำเร็จและเกียรติยศ (Success & Honor)

หงส์ (วัดช้างรอบ) สัตว์ทิพย์พาหนะพระพรหม สื่อถึงชื่อเสียงเกียรติยศที่ขจรไกลและ
ปัญญาบริสุทธิ์

ลายพุกกษาเทวา (พระอิศวร) ดอกไม้สวรรค์ สื่อถึงความงอกงาม พลังชีวิต และความ
เมตตา

ทั้ง 3 มิติ สามารถสรุปได้เป็นแผนภาพที่ 3

ภาพที่ 3

แสดงการถอดรหัสสัญลักษณ์สัตว์มงคลจากสถาปัตยกรรมโบราณสถานและโบราณวัตถุอุทยาน
ประวัติศาสตร์กำแพงเพชร



หมายเหตุ. ภาพถ่ายโดย Kamutthapichai, 2025

ผลการประเมินความเหมาะสม (Evaluation Results)

จากการนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) ที่ได้รับการออกแบบตามแนวคิดข้างต้น
ไปประเมินความเหมาะสมโดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการ จำนวน 20 ราย ผลปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความเหมาะสมของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (N=20)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	S.D.	ระดับความเหมาะสม	ร้อยละ
1. ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรม	4.75	0.44	มากที่สุด	95.00
2. ด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์	4.68	0.48	มากที่สุด	93.60
3. ด้านคุณค่าเชิงความหมายและความเชื่อ	4.92	0.28	มากที่สุด	98.40
3.1 การผสมเรื่องราว สร้างความน่าสนใจ	4.95	0.22	มากที่สุด	99.00
3.2 ความหมายมงคลช่วยเพิ่มมูลค่าทางจิตใจ	4.90	0.30	มากที่สุด	98.00
4. ด้านประโยชน์ใช้สอยและฟังก์ชัน	4.60	0.50	มากที่สุด	92.00
5. ด้านศักยภาพเชิงพาณิชย์และการตลาด	4.80	0.41	มากที่สุด	96.00
ภาพรวมเฉลี่ยทุกด้าน	4.75	0.42	มากที่สุด	95.00

อภิปรายผล

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินความเหมาะสมของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากทุนทางวัฒนธรรมเมืองมรดกโลกกำแพงเพชร โดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด ($\bar{x}=4.75$) คิดเป็นร้อยละ 95.00) อภิปรายผลได้ตามประเด็นสำคัญดังนี้

1. ประเด็นด้านคุณค่าเชิงความหมายและความเชื่อ (พลังของความเชื่อสู่มูลค่าเพิ่มสูงสุด) ผลการวิจัยที่พบว่า ด้านความหมายและความเชื่อมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x}=4.92$) เนื่องจากผู้บริโภคในยุคปัจจุบันต้องการวัตถุมงคลที่ใช้งานได้จริงเพื่อเป็นที่พึ่งทางใจนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดด้วยความเชื่อมูเตลูในยุคดิจิทัล ซึ่งพบว่า ภายใต้สภาวะความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและสังคม ผู้บริโภคยุคใหม่มีพฤติกรรมแสวงหา "ที่พึ่งทางใจ" มากขึ้น การนำความเชื่อมาผสมผสานกับการตลาด และการสร้างเรื่องเล่าเชิงสิริมงคล เป็นกลยุทธ์สำคัญที่ทรงพลังในการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ เพราะตอบสนองทั้งอรรถประโยชน์ทางกายภาพและเติมเต็มความต้องการทางจิตใจไปพร้อมกัน (Srimeetham & Setthachit, 2023)

2. ประเด็นด้านศักยภาพเชิงพาณิชย์และการตลาด ผลการวิจัยที่ชี้ว่าการใช้วัสดุโลหะและการออกแบบที่ทันสมัยแฝงความหมายมงคล ช่วยสร้างความแตกต่างและสามารถกำหนดราคาที่สูงขึ้นได้ ($\bar{x}=4.80$) สอดคล้องกับแนวทางในรายงานการวิจัยของ หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ เรื่อง การยกระดับทุนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจที่ระบุชัดเจนว่า ปัญหาหลักของสินค้าชุมชนคือการผลิตซ้ำและแข่งขันด้านราคา การแก้ปัญหา

ที่ยั่งยืน คือการนำทุนวัฒนธรรมพื้นถิ่นมาผ่านกระบวนการออกแบบเพื่อสร้างนวัตกรรมมูลค่าเพิ่ม การใช้วัสดุพรีเมียมผสานความเชื่อจะช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของสินค้าให้มีความหรูหราสามารถเจาะกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง ซึ่งถือเป็นการฉีกกรอบสินค้าของที่ระลึกชุมชนแบบเดิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ประเด็นด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรม ผลการวิจัยที่ระบุว่าการถอดรหัสจากศิลาแลงและประติมากรรม ไม่ใช่การลอกเลียนแบบดั้งเดิมมาทั้งหมด แต่เป็นการจับแก่นมานำเสนอใหม่จนสะท้อนความเป็นกำแพงเพชรได้อย่างชัดเจน ($\bar{x}=4.75$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Chume et al., 2021) เรื่อง การพัฒนาสินค้าของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสรุปผลไว้ว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ ไม่ควรใช้วิธีการทำซ้ำหรือลอกเลียนแบบโบราณวัตถุอย่างตรงไปตรงมา แต่หัวใจสำคัญคือกระบวนการถอดรหัสอัตลักษณ์ด้วยการดึงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นทั้งรูปทรง ลวดลาย หรือเรื่องราวมาประยุกต์ร่วมกับนวัตกรรมและศิลปะร่วมสมัย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ยังคงรากเหง้าทางวัฒนธรรมแต่สามารถผสมผสานเข้ากับวิถีชีวิตประจำวัน

การวิจัยเรื่อง การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมเมืองมรดกโลกกำแพงเพชรเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงสร้างสรรค์ ได้นำไปสู่ข้อสรุปที่สอดคล้องและขยายความองค์ความรู้เดิมสามารถสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 2 ข้อ ได้ดังนี้

1. ผลการสำรวจและรวบรวมทุนทางวัฒนธรรมในเขตเมืองมรดกโลกกำแพงเพชร จากการสำรวจโบราณสถานและแหล่งเรียนรู้สำคัญ 5 แห่ง ได้แก่ วัดช้างรอบ วัดพระแก้ว วัดตะแบกคู่วัดพระบรมธาตุนครชุม และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกำแพงเพชร พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมของเมืองมรดกโลกกำแพงเพชรมีความโดดเด่นภายใต้อัตลักษณ์ สุนทรียะแห่งพลัง โดยสามารถรวบรวมและจำแนกทุนทางวัฒนธรรมได้เป็น 2 มิติหลัก ได้แก่ 1. ทุนที่จับต้องได้ ความโดดเด่นทางสถาปัตยกรรมที่ใช้วัสดุศิลาแลงก้อนใหญ่ รูปทรงเจดีย์พุ่มข้าวบิณฑ์ และเจดีย์ทรงระฆัง รวมถึงงานประติมากรรมปูนปั้นและงานสำริดที่มีความแข็งแกร่งและซับซ้อนตามแบบฉบับสกุลช่างกำแพงเพชร 2. ทุนที่จับต้องไม่ได้ คติความเชื่อและสัญลักษณ์นิยมที่สะท้อนผ่านสัตว์มงคลและลวดลายประดับ (เช่น ช้างทรงเครื่อง สิงห์ นาค มกร หงส์ เศียรยักษ์ และลายพุกขาเทวา) ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนของความมั่งคั่ง อำนาจ และการปกป้องรักษา เชื่อมโยงกับคติพุทธศาสนาเถรวาทและจักรวาลทัศน์แบบพราหมณ์-ฮินดูอย่างแนบแน่น

2. ผลการสังเคราะห์ทุนทางวัฒนธรรมสู่กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผู้วิจัยได้นำทุนทางวัฒนธรรมที่รวบรวมได้มาถอดรหัสสัญลักษณ์และสังเคราะห์เข้าสู่กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภท ที่เปิดขวดโลหะศิลป์ ภายใต้กรอบแนวคิดหลักคือ เบิกทรัพย์ เสริมสิริมงคล เพื่อเปลี่ยนสถานะจากของที่ระลึกทั่วไปให้เป็นวัตถุที่มีคุณค่าทางจิตใจโดยถ่ายทอดความหมายมงคลผ่านงานออกแบบใน 3 มิติ ได้แก่ 1. มิติแห่งการค้าจุนและปกป้อง นำสัญลักษณ์ช้างทรงเครื่องยักษ์ และสิงห์มาใช้ เพื่อสื่อถึงความมั่นคงและการพิทักษ์รักษา 2. มิติแห่งความมั่งคั่งและไหลเวียน นำสัญลักษณ์นาคและมกรมาใช้ เพื่อสื่อถึงสายน้ำแห่งเงินตราและความอุดมสมบูรณ์ 3. มิติแห่งความสำเร็จและเกียรติยศ นำสัญลักษณ์หงส์และลายพุกขาเทวามาใช้เพื่อสื่อถึงชื่อเสียงและความเจริญงอกงาม

จากการนำต้นแบบผลิตภัณฑ์ไปประเมินความเหมาะสมโดยกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการ พบว่า ระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.75) โดยมีด้านคุณค่าเชิงความหมายและความเชื่อ ได้รับคะแนนประเมินสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.92) บทสรุปนี้ชี้ให้เห็นว่าการบูรณาการสัญลักษณ์มงคลเข้ากับประโยชน์ใช้สอย สามารถส่งเสริมทั้งมูลค่าทางเศรษฐกิจและมูลค่าทางอารมณ์ ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวคุณภาพรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมควรสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงสร้างสรรค์ที่อาศัยทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดกำแพงเพชร โดยเฉพาะการนำสัญลักษณ์ทางศิลปกรรม เช่น เจดีย์ทรงดอกบัวตูม สัตว์มงคลและลวดลายศิลาแลง มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสินค้าเพื่อสร้างอัตลักษณ์เฉพาะของเมืองมรดกโลกและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจวัฒนธรรม

1.2 ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมกันส่งเสริมการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการสื่อสารเรื่องราว (Storytelling) ของแหล่งมรดกวัฒนธรรมสำคัญ เช่น วัดช้างรอบหรือวัดตะแบกคู่ผ่านฉลากสินค้า สื่อประชาสัมพันธ์หรือสื่อดิจิทัล เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ศิลปกรรมและความหมายเชิงสัญลักษณ์ของพื้นที่ควบคู่ไปกับการบริโภคสินค้า

1.3 ควรมีการจัดตั้งกลไกความร่วมมือระหว่างหน่วยงานด้านวัฒนธรรมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท้องถิ่นและสถาบันการศึกษา เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของเมืองกำแพงเพชรอย่างเป็นระบบ และสามารถต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับชุมชน

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

2.1 ด้านกระบวนการผลิตและการเลือกใช้วัสดุ ผู้ประกอบการ OTOP ชุมชนและช่างฝีมือท้องถิ่นควรปรับเปลี่ยนแนวทางการผลิตจากการทำสินค้าหัตถกรรมเลียนแบบโบราณวัตถุมาสู่การสร้างสรรคสินค้าไลฟ์สไตล์ที่ใช้งานได้จริง โดยเลือกใช้วัสดุที่สามารถสื่อถึงความเข้มแข็งและแข็งแกร่งของศิลปะกำแพงเพชร เช่น โลหะ ดิบก ทองเหลืองหรือการทำพื้นผิวให้มีกลิ่นอายของศิลาแลง เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของสินค้าให้ดูพรีเมียมและสามารถตั้งราคาที่สูงขึ้นได้

2.2 ด้านกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสาร ผู้ประกอบการควรนำแนวคิดการตลาดสายมู มาประยุกต์ใช้อย่างเป็นรูปธรรม โดยจัดทำแผนการตลาดสื่อความหมายแนบไปกับบรรจุภัณฑ์เพื่ออธิบายที่มาของสัญลักษณ์และพุทธคุณทางใจ (เช่น มกร คายทรัพย์, หงส์ เสริมเกียรติยศ) ซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทางจิตใจและทำให้สินค้ามีจุดขายที่โดดเด่นเหนือกว่าของที่ระลึกทั่วไปในตลาด

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการขยายฐานลูกค้า ควรขยายกลุ่มเป้าหมายจากเดิมที่เน้นนักท่องเที่ยวทั่วไปบริเวณหน้าโบราณสถานไปสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพรุ่นใหม่ รวมถึงตลาดของขวัญองค์กร โดยนำเสนอสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และ

แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่เน้นงานดีไซน์และสินค้าไลฟ์สไตล์เพื่อลดข้อจำกัดด้านพื้นที่จัดจำหน่าย

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ผู้ประกอบการและนักออกแบบควรนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น เครื่องประดับ ของตกแต่งบ้านหรือของใช้ร่วมสมัย โดยยังคงรักษาแก่นแนวคิดเรื่อง ความมงคล ความรุ่งเรือง และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกำแพงเพชร ไว้เป็นอัตลักษณ์หลักของสินค้า

3.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์ควรให้ความสำคัญกับการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ของศิลปกรรม เช่น นาค มกร หงส์ หรือช้าง ซึ่งเป็นตัวแทนของความเชื่อด้านการปกป้องรักษา ความอุดมสมบูรณ์ และความรุ่งเรือง เพื่อสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมและความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์

เอกสารอ้างอิง

- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. Hill and Wang.
- Boon-anon, R. (2017). Product development form cultural heritage of Trai Trueng Sub-district to support tourism in Kamphaeng Phet Province. *Kasalongkham Research Journal*, 11(Special Issue), 267-278.
- Budsitha, P., et al. (2018). Purchasing behavior and marketing mix factors affecting the purchase of OTOP products in Kamphaeng Phet province. *Journal of Local Management and Development*, 8(1), 35-37.
- Chume, T., Boonmounwai, S., & Pansiri, A. (2021). *Guidelines for cultural capital management to enhance sustainable community economy*. Program Management Unit for Area-based Development (PMU A).
- Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin.
- Kamphaeng Phet Province. (2024). *History of Kamphaeng Phet city* (2nd ed.). Kamphaeng Phet Provincial Office.
- Kamphaeng Phet Rajabhat University. (2019). *Research report on tourist souvenir purchasing behavior in Kamphaeng Phet province*. Agricultural Research Development Agency (ARDA).
- Leksukhum, S. (1999). *Sukhothai art*. Muang Boran.
- Nirunthevee, S. (2013). *Cultural capital and socio-economic development*. National Research Council of Thailand.
- Panyawutrakun, W. (2020). *Research report: Potential assessment and upgrading of cultural tourism in the Sukhothai World Heritage area and linked areas (Kamphaeng Phet, Phitsanulok, and Phetchabun)*. Thailand Science Research and Innovation (TSRI).

- Parphatsorn, P. (2023). Promotion of unique patterns from World Heritage Sites in Kamphaeng Phet for value-added cultural products. *Journal of Kamphaeng Phet Rajabhat University*.
- Program Management Unit on Area Based Development (PMU A). (2023). *Cultural capital research framework: Utilizing the value of cultural capital to create value-added products*. Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation.
- Tepraksa, Y. (2020). *Management of cultural capital for creative tourism development*. Journal of Cultural Approach.