

ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร
สำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

Promotion of unique patterns from World Heritage Sites in
Kamphaeng Phet for value-added cultural products.

พฐร่ำไพ ประภัสสร*

Phathooramphai Parphatsorn*

คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร*

Faculty of Management Science (Communication Arts).

Kamphaeng Phet Rajabhat University*

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความหมายและรูปแบบของลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม 2) เพื่อพัฒนาลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม 3) เพื่อวิเคราะห์และประเมินผลต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม และ 4) เพื่อส่งเสริมลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม งานวิจัยครั้งนี้มีวิธีดำเนินการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมาย คือ 1) วัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร ประชาชนชาวบ้านผู้ประกอบการ ศิลปิน และนักวิชาการ จำนวน 6 คน 2) นักท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 500 คน และ 3) คนในชุมชนและผู้ประกอบการ จำนวน 30 คน

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) พบว่า การศึกษาความหมายลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร อันได้แก่ ลวดลายของประติมากรรมรูปเครื่องทรงช้างทรงขุนปั้นของวัดช้างรอบจังหวัดกำแพงเพชร และลวดลายที่ปรากฏบนเครื่องทรงเทวรูปพระอิศวรเมืองกำแพงเพชร มีความหมายโดยรวม คือ การปกป้องรักษาด้วยบารมีสูง ความเมตตา มหามงคล ซึ่งผู้วิจัยได้นำลวดลายดังกล่าวมาออกแบบโลโก้ บรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เสื้อมัด และสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2) พบว่า การวิจัยครั้งนี้ไม่พบปัญหาในการนำลวดลายโบราณสถานมรดกโลกมาพัฒนาในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3) พบว่า ต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์สำหรับการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม มีต้นทุนในด้านของต้นทุนแรงงาน ต้นทุนค่าออกแบบ และต้นทุนวัตถุดิบตามลำดับ ส่วนการประเมินผลการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมจากการนำลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรไปใช้นั้นพบว่า สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านการช่วยส่งเสริมอัตลักษณ์ของจังหวัดกำแพงเพชร ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ในภาพรวม ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.35 และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.648 และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมของโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร

Received: 2021-11-28

Revised: 2021-12-24

Accepted: 2021-12-26

สำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.45 และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.895

คำสำคัญ: ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ลวดลายเอกลักษณ์ มรดกโลกเมืองกำแพงเพชร

Abstract

The objectives of this research are as follows: 1) to study the meanings and patterns of identity patterns from the World Heritage Site of Kamphaeng Phet for adding value to cultural products. 2) to develop identity patterns from Kamphaeng Phet World Heritage Sites for value-adding cultural products; 3) to analyze and assess the cost of product identity patterns from Kamphaeng Phet World Heritage Sites for value-adding cultural products; and 4) to promote identity patterns. from the ancient heritage site of Kamphaeng Phet for adding value to cultural products. This research has a mixed method of conducting research between quantitative research and qualitative research. The target groups are 1) Culture of Kamphaeng Phet Province. village sage Business operators, artists and academics: 6 people; 2) tourists in Kamphaeng Phet Province: 500 people; 3) 30 people in the community and entrepreneurs.

The research results according to objectives 1) A study of the meaning of unique patterns from the ancient world heritage site of Kamphaeng Phet, such as the patterns of stucco-shaped elephant sculptures of Wat Chang Rob, Kamphaeng Phet Province and the patterns that appear on the Shiva image of Kamphaeng Phet. The overall meaning is to protect with high prestige, kindness, auspiciousness, which the researcher has used such patterns to design logos, packaging, T-shirt products and public relations media to increase cultural value. 2) found that in this research, there was no problem in applying the patterns of ancient world heritage sites to develop in adding value to cultural products. The results of the research according to objective 3) found that the cost of product identity patterns for cultural value addition There are costs in terms of labor costs. design cost and raw material costs, respectively. As for the evaluation of the value-added cultural products by applying the unique patterns of the ancient world heritage sites in Kamphaeng Phet, it was found that Can bring benefits in terms of helping to promote the identity of Kamphaeng Phet Province. The results of the research according to objective number 4) found that the sample group was satisfied with the online public relations media as a whole. At the highest level, the mean was 4.35 and the standard deviation was 0.648. The sample group was satisfied with the overall picture of the online PR media production workshop project to promote the identity patterns from the World Heritage Site of Kamphaeng

Phet for value-adding cultural products. At the highest level, the mean was 4.45 and the standard deviation was 0.895.

Keywords: product prototype, unique pattern, World Heritage in Kamphaeng Phet

บทนำ

รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศในระยะยาว เพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศ พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งหนึ่งในนั้นประกอบด้วยประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันและมีแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาตินั้นคือด้านการท่องเที่ยว

จังหวัดกำแพงเพชรมีต้นทุนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมระดับนานาชาติ นั่นคือ โบราณสถานมรดกโลก เมืองกำแพงเพชร ตั้งอยู่ในเขตตำบลในเมือง อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร ไม่ไกลจากจังหวัดสุโขทัยเท่าใดนัก ลักษณะของศิลปะและสถาปัตยกรรมในอุทยานแห่งนี้ เป็นศิลปะแบบเดียวกับที่ปรากฏในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย มีโบราณสถานที่สวยงามและขนาดใหญ่มากมายหลายแห่งที่มีลวดลายและเอกลักษณ์เฉพาะตัวซึ่งมีความเหมาะสมเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

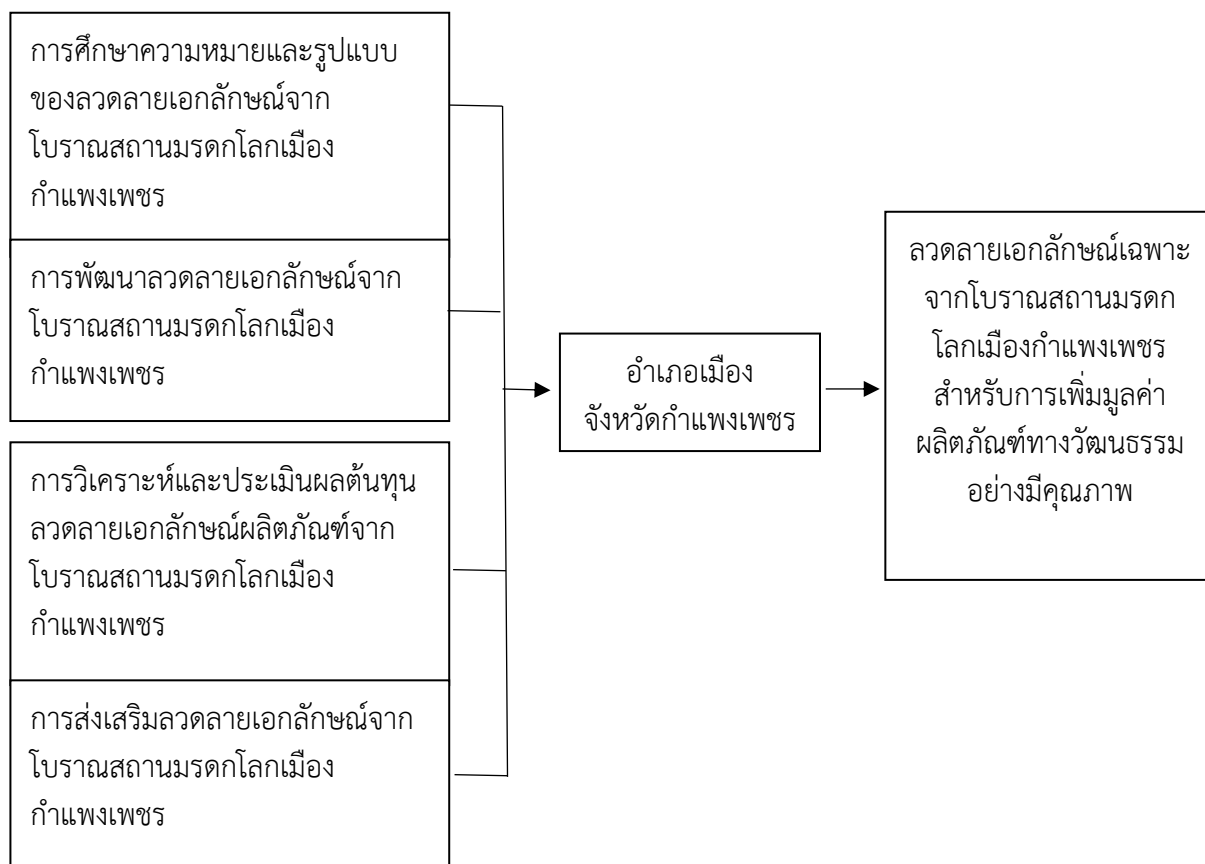
“เศรษฐกิจสร้างสรรค์” เป็นแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่สร้าง “มูลค่าทางเศรษฐกิจ” และ “คุณค่าทางสังคม” ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดโลกได้

จากความสำเร็จดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีคำถามการวิจัยในครั้งนี่ว่า ลวดลายเอกลักษณ์เฉพาะจากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมอย่างมีคุณภาพเป็นอย่างไร อันจะนำไปสู่เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการกระจายรายได้ อย่างยั่งยืนสืบไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความหมายและรูปแบบของลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม
2. เพื่อพัฒนาลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม
3. เพื่อวิเคราะห์และประเมินผลต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม
4. เพื่อส่งเสริมลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การส่งเสริมลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร สำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม” เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ประกอบกับการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการสำรวจ (Survey) และการวิจัยประเมินผล ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน

วัตถุประสงค์การวิจัย	วิธีดำเนินการวิจัย	กลุ่มเป้าหมาย
1) การศึกษาความหมายและรูปแบบของลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม	1) การสัมภาษณ์เชิงลึก 2) การสำรวจ	1) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าทางผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมจากลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร ได้แก่ วัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร ประชาชนชาวบ้าน ผู้ประกอบกิจการ ศิลปิน และนักวิชาการ จำนวน 6 คน 2) นักท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 400 คน
2) การพัฒนาลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม	1) การสัมภาษณ์เชิงลึก 2) การพัฒนาลวดลาย	1) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าทางผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมจากลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร ได้แก่ วัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร ประชาชนชาวบ้าน ผู้ประกอบกิจการ ศิลปิน และนักวิชาการ จำนวน 6 คน
3) การวิเคราะห์และประเมินผลต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม	1) การสัมภาษณ์เชิงลึก	1) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าทางผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมจากลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร ได้แก่ วัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร ประชาชนชาวบ้าน ผู้ประกอบกิจการ ศิลปิน และนักวิชาการ จำนวน 6 คน
4) การส่งเสริมลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม	1) การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ 2) การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ 3) การอบรมเชิงปฏิบัติการ 4) การประเมินผลการอบรมเชิงปฏิบัติการ	1) นักท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 100 คน 2) คนในชุมชนและผู้ประกอบกิจการ จำนวน 30 คน

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยเรียงตามวัตถุประสงค์ทั้ง 4 ข้อ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1) การศึกษาความหมายและรูปแบบของลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

ส่วนที่ 1 การสำรวจความหมายและรูปแบบของลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

ลวดลายต่างๆที่ปรากฏอยู่ในโบราณสถานระดับโลกเมืองกำแพงเพชรที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เฉพาะตัว

ลวดลายที่ปรากฏอยู่ในโบราณสถานระดับโลกเมืองกำแพงเพชรได้แก่ ลวดลายประติมากรรมรูปช้างปูนปั้นบนวัดช้างรอบ ลวดลายบนเครื่องแต่งกายของพระอิศวรเมืองกำแพงเพชร ที่ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่าเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เฉพาะตัว

ความหมายของลวดลายต่างๆที่ปรากฏอยู่ในโบราณสถานระดับโลกเมืองกำแพงเพชรที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เฉพาะตัว

ลวดลายต่างๆ นั้นการตีความหมายนั้นทำได้ค่อนข้างยาก เพราะส่วนหนึ่งไม่ทราบถึงความหมาย และมีผู้ที่สามารถให้ความหมายได้ก็รู้เป็นบางลาย เช่น ลายพฤษภษาที่อยู่ระหว่างช้างที่วัดช้างรอบแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ เสมือนช้างที่แบกเขาพระสุเมรุที่เป็นศูนย์กลางของจักรวาล และลายบนชายผ้าพระอิศวรที่ได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติ

ส่วนที่ 2 การศึกษาความต้องการของลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

n=400

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
เพศ ชายและหญิงเท่ากัน	200	50
อายุ ระหว่าง 21 – 40 ปี	228	56.90
วุฒิการศึกษา ปริญญาตรี	124	30.90
อาชีพ ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	105	26.30
รายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท	168	41.90
สถานภาพ โสด	268	66.90

จากตาราง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ชายและผู้หญิงเท่าๆ กัน จำนวน 200 คน ร้อยละ 50 มีอายุระหว่าง 21 – 40 ปี จำนวน 228 ร้อยละ 56.90 วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 124 คน ร้อยละ 30.90 มีอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 105 คน ร้อยละ 26.30 มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 168 คน ร้อยละ 41.90 และมีสถานภาพโสด 268 คน ร้อยละ 66.90

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความต้องการด้านลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม

ลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น
ลวดลายที่ปรากฏใน วัดพระแก้ว	4.20	0.592	มากที่สุด
ลวดลายที่ปรากฏใน วัดพระธาตุ	4.37	0.669	มากที่สุด
ลวดลายที่ปรากฏใน วัดพระนอน	4.28	0.670	มากที่สุด
ลวดลายที่ปรากฏใน วัดพระสี่อริยาบถ	3.73	0.662	มาก
ลวดลายที่ปรากฏใน วัดช้างรอบ	4.51	0.669	มากที่สุด
รวม	4.33	0.647	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ความต้องการด้านลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างมีระดับความเห็นโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.647 โดยลวดลายที่ปรากฏใน วัดช้างรอบ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.669

ส่วนที่ 3 การคัดเลือกลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

ลวดลายที่ปรากฏอยู่บนผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม จากผลการวิจัย พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ผู้วิจัยทำการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม คือ โลโก้ บรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เสื้ยัด และสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีลวดลายของประติมากรรมรูปเครื่องทรงช้างทรงปูนปั้นของวัดช้างรอบจังหวัดกำแพงเพชร และลวดลายที่ปรากฏบนเครื่องทรงเทวรูปพระอิศวรเมืองกำแพงเพชร นอกจากนี้การสร้างเรื่องราวให้กับผลิตภัณฑ์ต้องมีความสอดคล้องกันกับลวดลายที่ปรากฏด้วยเช่นกัน

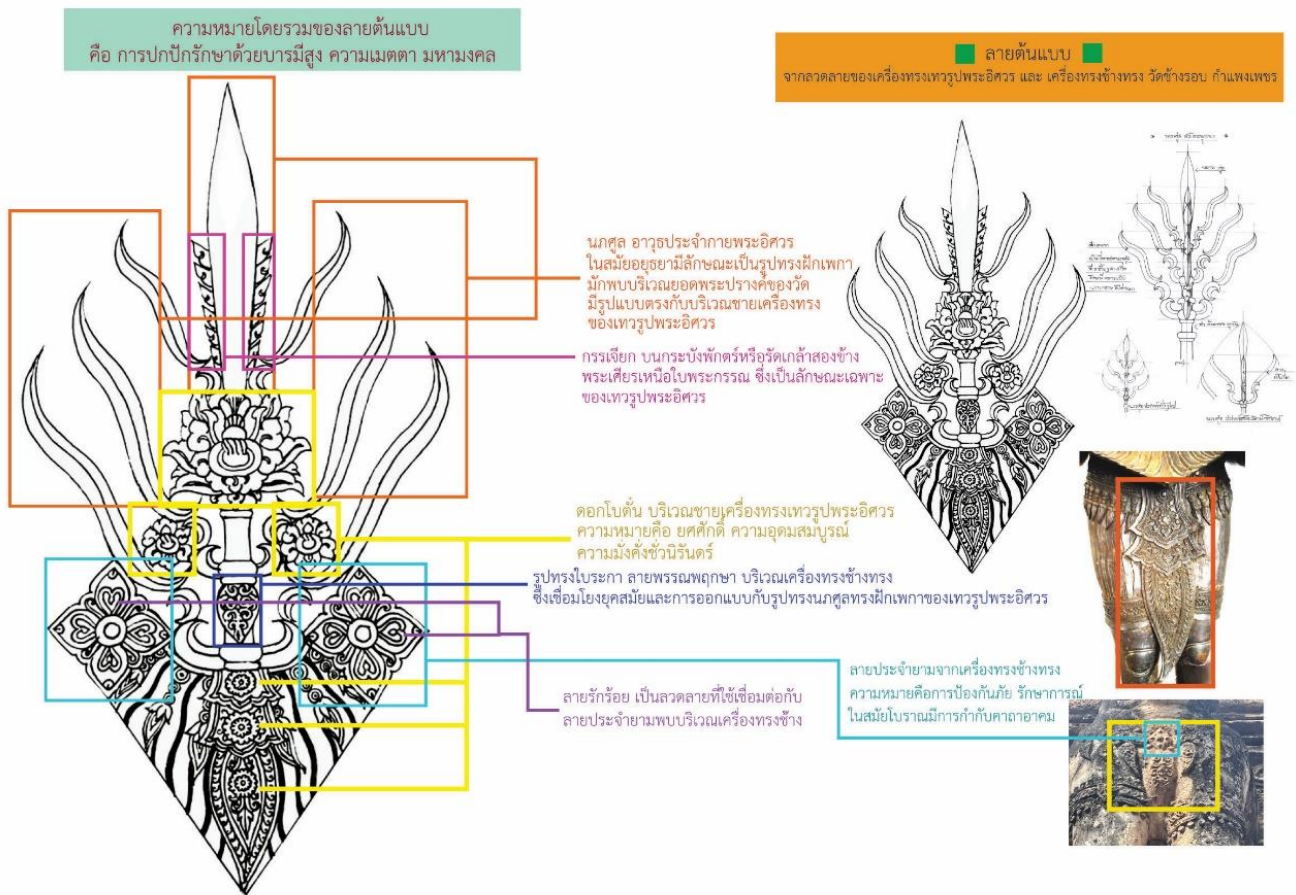
วัตถุประสงค์ข้อที่ 2) การพัฒนาลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

ส่วนที่ 1 ปัญหาของการออกแบบลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร

จากการวิจัยครั้งนี้ไม่พบปัญหาในการนำลวดลายโบราณสถานมรดกโลกมาพัฒนาในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

ส่วนที่ 2 การสร้างสรรค์และออกแบบลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร

ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปสร้างเป็นลวดลายต้นแบบเครื่องทรงเทวรูปพระอิศวรเมืองกำแพงเพชร และเครื่องทรงช้างทรงวัดช้างรอบจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งมีความหมายโดยรวม คือ การปกป้องรักษาด้วยบารมีสูง ความเมตตา มหามงคล



ภาพที่ 2 ลวดลายต้นแบบที่พัฒนาจากเครื่องทรงเทวรูปพระอิศวรเมืองกำแพงเพชร และเครื่องทรงช้างทรงวัดช้างรอบจังหวัดกำแพงเพชร พร้อมคำอธิบายความหมาย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3) การวิเคราะห์และประเมินผลต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

ต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์สำหรับการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม มีต้นทุนในด้านของต้นทุนแรงงาน ต้นทุนค่าออกแบบ และมีต้นทุนวัตถุดิบตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การประเมินผลการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมจากการนำลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรไปใช้

การประเมินผลการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมจากการนำลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรไปใช้ทำให้เกิดประโยชน์ในด้านของการช่วยส่งเสริมอัตลักษณ์ของจังหวัดกำแพงเพชร เกิดประโยชน์ในด้านของการช่่วงอนุรักษ์วัฒนธรรม และทำให้มีรายได้จากการนำลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลกมาใช้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4) การส่งเสริมลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

ส่วนที่ 1) การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมลดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการผลิต ผู้วิจัยเตรียมข้อมูลและทำการวิเคราะห์โจทย์การออกแบบ เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างสรรค์ ออกแบบ และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ขั้นการผลิต ผู้วิจัยทำการสร้างสรรค์ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ และขั้นหลังการผลิต ผู้วิจัยทำการตรวจสอบและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

ส่วนที่ 2) การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมลดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

n=100

ความพึงพอใจต่อ สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น
ด้านรูปแบบของสื่อ	4.34	0.641	มากที่สุด
ด้านเนื้อหาของสื่อ	4.35	0.655	มากที่สุด
ด้านการออกแบบของสื่อ	4.36	0.645	มากที่สุด
ความพึงพอใจในภาพรวม	4.35	0.650	มากที่สุด
รวม	4.35	0.648	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.648

ส่วนที่ 3) การอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมลดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

การอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมลดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม ผู้เข้ารับการอบรม มีจำนวน 30 คน โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง พิจารณาจากเกณฑ์คือ เป็นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สินค้า และคนในชุมชน โดยแบ่งเป็น 2 รุ่นๆ ละ 15 คน

ส่วนที่ 4) การประเมินผลการอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมลดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม

ความพึงพอใจต่อภาพรวมของกิจกรรม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น
กระบวนการการให้บริการ	4.48	0.768	มากที่สุด
วิทยากร	4.40	0.829	มากที่สุด
การอำนวยความสะดวก	4.44	0.783	มากที่สุด
คุณภาพการให้บริการ	4.43	0.898	มากที่สุด
รวม	4.45	0.895	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่า ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของโครงการ กลุ่มตัวอย่างมีระดับคิดเห็นโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.895

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลการวิจัยเรียงตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1) ผลิตรายการที่ผู้วิจัยทำการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม คือ โลโก้ บรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เสื่อยัด และสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีลวดลายของประติมากรรมรูปเครื่องทรงช้างทรงปูนปั้นของวัดช้างรอบจังหวัดกำแพงเพชร และลวดลายที่ปรากฏบนเครื่องทรงเทวรูปพระอิศวรเมืองกำแพงเพชร สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ระบุว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ทำให้เกิดการสร้างรายได้ สร้างงาน ในขณะเดียวกันก็เป็นการส่งเสริมกิจกรรมทางสังคม สนับสนุนความหลากหลายทางวัฒนธรรม และเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (จุฬารัตนากร, 2553)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2) ลวดลายต้นแบบเครื่องทรงเทวรูปพระอิศวรและเครื่องทรงช้างทรงวัดช้างรอบจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งมีความหมายโดยรวม คือ การปกป้องรักษาด้วยบารมีสูง ความเมตตา มหามงคล ทั้งนี้กรมศิลปากรได้ดำเนินการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่จัดตั้งเป็นอุทยานประวัติศาสตร์ ซึ่งโบราณสถานของเมืองกำแพงเพชรเกือบทั้งหมดเป็นศาสนสถานในพุทธศาสนานิกายเถรวาทแบบลังกาวงศ์ โดยมีอายุไม่เก่าไปกว่าปลายพุทธศตวรรษที่ 19 หรือสมัยพระมหาธรรมราชาลิไท พุทธศาสนาในสมัยนั้นมีพระสงฆ์สองฝ่ายคือ ฝ่ายคามวาสีหรือคณะสงฆ์ที่ตั้งวัดอยู่ในเมืองและฝ่ายอรัญวาสีหรือคณะสงฆ์ที่ตั้งวัดอยู่นอกเมืองหรือในป่า วัดช้างรอบนั้นเป็นโบราณสถานเขตนอกกำแพงเมือง (อรัญญิก) สิ่งสำคัญของวัดแห่งนี้คือ เจดีย์ประธานทรงระฆังขนาดใหญ่ ซึ่งยอดหักพังหมดแล้ว ฐานสี่เหลี่ยมด้านล่างสูงใหญ่ มีบันไดอยู่ที่กลางด้านทั้งสี่เพื่อขึ้นไปถึงลานด้านบนหรือลานประทักษิณ ฐานล่างประดับช้างปูนปั้นครึ่งตัวจำนวน 68 เชือก ตัวช้างทำลายปูนปั้นที่แผ่คอ โคนขา และข้อขา ระหว่างช้างแต่ละเชือกตกแต่งลายปูนปั้นนูนสูงรูปพันธุ์พฤกษา (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร, 2561) นอกจากนี้ เทวรูปพระอิศวรเมืองกำแพงเพชร สร้างเมื่อปีพุทธศักราช 2053 หล่อด้วยทองสัมฤทธิ์ สูง 210 เซนติเมตร เจ้าพระยาศรีธรรมมาโคกราชเจ้าเมืองกำแพงเพชรเป็นผู้หล่อขึ้น ลักษณะของเทวรูปพระอิศวรเมืองกำแพงเพชร มีพระพักตร์ดุพระพักตร์รูปสี่เหลี่ยม แสดงถึงพระราชอำนาจ มีพระมัสสุ (หนวด) มีเครา ปรากฏชัดเจน ลักษณะของผ้าทรงมีอิทธิพลของศิลปะเขมรสมัยปลายรัชสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 กรองคอและสายรัดพระองค์มีอุบะสั้นๆ ห้อยประดับผ้า

โจงกระเบนที่นุ่งสั้นมีชายผ้าเป็นสามเหลี่ยมห้อยอยู่ข้างหน้า กรรเจียกหรือรัดเกล้าข้างพระเศียรเหนือพระกรรณ (หู) ไม่เคยปรากฏในเทวรูปสมัยสุโขทัย (ฐานข้อมูลท้องถิ่นกำแพงเพชร-ตาก, 2564)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3) ต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์สำหรับการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม มีต้นทุนในด้านของต้นทุนแรงงาน ต้นทุนค่าออกแบบ และมีต้นทุนวัตถุดิบตามลำดับสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง การจำแนกต้นทุนตามหน้าที่งาน ประเภทต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการผลิต (Manufacturing cost) เป็นต้นทุนเกี่ยวกับการผลิตทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าปกติเป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นในโรงงาน ซึ่งได้แก่ ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ต้นทุนแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต (ชาญศักดิ์ ตั้งสันติกุลานนท์, 2560)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4) การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการผลิต ผู้วิจัยเตรียมข้อมูลและทำการวิเคราะห์โจทย์การออกแบบ เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างสรรค์ออกแบบ และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ขั้นตอนการผลิต ผู้วิจัยทำการสร้างสรรค์ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ และขั้นหลังการผลิต ผู้วิจัยทำการตรวจสอบและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง ขั้นตอนของการผลิตสื่อ 3 ขั้นตอน (3P) ได้แก่ ขั้นเตรียมการผลิต (Pre-Production) ขั้นตอนนี้จะอยู่ในช่วงของการเตรียมงาน เช่น การคิด (Concept) การเขียนเนื้อเรื่อง (Development) การเขียนต้นฉบับ (Script) รวมไปถึงการวาด Storyboard และทำเป็น Digital Story ขั้นการผลิต (Production) คือขั้นตอนการผลิต เช่น การวาดรูป การสร้างสิ่งแวดล้อม (Background) และขั้นหลังการผลิต (Post Production) คือขั้นตอนการเก็บงานซึ่งขั้นตอนนี้เปรียบเสมือนการตรวจทานและแก้ไขงานในถูกต้องและสมบูรณ์ก่อนนำออกแสดงหรือเผยแพร่ (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550)

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร ควรเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร เพื่อเป็นการส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม และเพื่อส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน
2. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ควรเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร เพื่อเป็นการส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม และเพื่อเป็นกรณีศึกษาผลงานทางวิชาการต่อไป

บรรณานุกรม

จุฬารัตนวิทยาการ. (2553). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์**.

สืบค้นจาก <http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php?title=เศรษฐกิจสร้างสรรค์>

สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2564.

ชาญศักดิ์ ตั้งสันติกุลานนท์. (2560). **การคำนวณต้นทุนการผลิต**.

สืบค้นจาก <http://fishtech.rmutsv.ac.th/fishtech/sites/default/files/files/2557/56/%201.0.3-4-01.pdf>

สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2564.

ฐานข้อมูลท้องถิ่นกำแพงเพชร-ตาก. (2564). **เฉลิมฉลอง 504 ปี พระอิศวร เมืองกำแพงเพชร**.

สืบค้นจาก https://arit.kpru.ac.th/ap2/local/?nu=pages&page_id=1284&code_db=610001&code_type=01

สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2564.

ธรรมปพน ลีอำนาจโชค. (2550). **คู่มือสำหรับการเรียนรู้แอนิเมชันเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ : ฐานบุ๊คส์.

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร. (2561). **อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร**.

สืบค้นจาก https://kamphaengphet.mots.go.th/news_view.php?nid=420

สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2564.