



การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จากทุนทางมรดกวัฒนธรรม อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรอย่างมีส่วนร่วม

Design and Development of Decoration Souvenir Gift Products from Kamphaeng Phet Historical Heritage Park Culture with Communicate

พจนัธรณ ณรงค์วิทย์¹ และ อำไพ แสงจันทร์ไทย²
Pojtom Narongwit¹ and Umpai Saengchanthai²

^{1, 2} อาจารย์ประจำโปรแกรมออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

บทคัดย่อ

งานวิจัยการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จากทุนทางมรดกวัฒนธรรมอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรอย่างมีส่วนร่วม มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ (1) เพื่อศึกษารูปแบบ การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร (2) เพื่อศึกษา มรดกทางวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง (3) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัย ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จากมรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร (4) เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จากมรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร อย่างมีส่วนร่วม (5) เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง ที่ออกแบบใหม่อย่างมีส่วนร่วม ให้มีศักยภาพตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาและจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง ภายในจังหวัดกำแพงเพชร พบว่าของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่งที่มีรูปแบบเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของจังหวัดกำแพงเพชร สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง เพื่อความเป็นสิริมงคล และกลุ่มผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่งที่เน้นความสวยงาม และจากการวิเคราะห์ข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรม จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ควรมีการนำโครงสร้างของวัดภายในอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร นำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยนำประติมากรรมช้าง จาก “วัดช้างรอบ” ที่มีความโดดเด่น ผสานเข้ากับมรดกทางวัฒนธรรมที่ควรค่าแก่การเคารพบูชา อันได้แก่ “พระซุ้มกอ” เพื่อสื่อถึงผลิตภัณฑ์อันเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งปัจจัยในการออกแบบให้มีความเหมาะสม คือ ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบจะต้องคงไว้ซึ่งรายละเอียดทางมรดกวัฒนธรรมอย่างครบถ้วนหรือใกล้เคียง ออกแบบให้มีคุณค่าในเชิงวัฒนธรรม เหมาะสมในแง่ความสร้างสรรค์ และคำนึงถึงความเหมาะสมเชิงวัฒนธรรม ให้สามารถส่งเสริมด้านศักยภาพการท่องเที่ยวได้

จากการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์โดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรม และด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมากที่สุด ทั้งในด้านความเหมาะสมเชิงวัฒนธรรม วัสดุและการผลิต โดยให้พัฒนารายละเอียดของหุ่นจำลองประติมากรรมช้าง วัดช้างรอบ ให้มีความใกล้เคียงกับของจริงมากที่สุด รวมถึงการใช้วัสดุในการทำหุ่นจำลอง ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามศักยภาพของกลุ่มชุมชนที่ผลิต ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระดับราคาในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จากการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ตามกรอบแนวคิดด้านการตลาด ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จากมรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเพิ่มเติมข้อเสนอแนะว่า ควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพิ่มเติม และรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ควรมีหลากหลายขนาดรวมถึงการมีข้อมูลที่สามารถสื่อถึงอัตลักษณ์จังหวัดกำแพงเพชรได้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การออกแบบและพัฒนา / ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง / มรดกวัฒนธรรม



Abstract

The research, design and development of decorative souvenir products From a joint cultural heritage capital, Kamphaeng Phet Historical Park With the following objectives (1) to study the format Product grouping, souvenir type, decoration type In the Mueang district Kamphaeng Phet Province (2) to study cultural heritage Within the Kamphaeng Phet Historical Park area In the design of souvenir products in the decorative category (3) to study and analyze factors In the design of souvenir products in the decorative category From cultural heritage Within the Kamphaeng Phet Historical Park area (4) to design and develop decorative souvenir products From cultural heritage Within the Kamphaeng Phet Historical Park area (5) to assess the satisfaction of tourists Toward decorative souvenir products Newly designed with participation To have the potential to meet the needs of tourists

From the study and grouping of decorative souvenir products Within Kamphaeng Phet Province, it was found that decorative souvenirs with patterns related to the identity of Kamphaeng Phet Province Can be divided into 2 groups, namely, decorative souvenir products For prosperity And the souvenir product group in the category of decorative items that emphasize beauty And from the analysis of cultural heritage data Kamphaeng Phet province found that the structure of the temple should be taken within the Kamphaeng Phet Historical Park. Applied to develop the product model by bringing the elephant sculpture from "Chang Rop Temple" that is outstanding Combined with cultural heritage that is worthy of worship, such as "Phra sum Khor" in order to communicate the unique product of Kamphaeng Phet province. The factor in designing to be suitable is that the product of the design must maintain complete or similar cultural details. Designed to be of cultural value Appropriate in terms of creativity. And considering cultural appropriateness to be able to promote tourism potential

From the evaluation of product forms by experts and cultural experts And in the product design, it was found that the second type of product was the most suitable Both in terms of cultural appropriateness Material and production By developing the details of the elephant sculpture model, Chang Rop Temple, to be as close to the real thing as possible Including the use of materials in modeling That can be adjusted according to the potential of the produced community group Which will affect the price level of product sales From the assessment of tourist satisfaction According to the marketing conceptual framework Toward decorative souvenir products From cultural heritage Within the Kamphaeng Phet Historical Park area Overall satisfaction is at a high level. By adding that more packaging should be developed and product forms that should be available in a variety of sizes, including having information that can better communicate identity in Kamphaeng Phet province

Keywords: Design and Development / Decoration Souvenir Gift Products / Historical Heritage

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่ช่วยสนับสนุน และมีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก เนื่องจากรายได้จากการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นรายได้หลักของประเทศ โดยเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศ และสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศอย่างมหาศาลในทุกๆปี ในแต่ละปีนั้นมีนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ผลที่ตามมาคือก่อให้เกิด การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และชนบทซึ่งเกิดการจ้างงาน และสร้างอาชีพให้แก่คนในท้องถิ่น นอกจากนี้ยังสามารถสร้างรายได้ให้แก่บุคคลหลายกลุ่ม โดยในปี 2550 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งหมดประมาณ 14.46 ล้านคน สามารถสร้างรายได้เข้า สู่ประเทศได้ถึง 547,782 ล้าน



บาท ซึ่งมากกว่า 10 ปีที่แล้วถึง 305,605 ล้านบาท ส่วนในปี 2541 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศประมาณ 51.68 ล้านคน สร้างรายได้สูงถึง 187,897 ล้านบาท ในปี 2550 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 83.23 ล้านคน เพิ่มขึ้นถึง 31.5 ล้านคน และมีรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 380,417 ล้านบาท (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) เนื่องจากประเทศไทยมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง มีสถานที่ท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิ การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถาน โบราณวัตถุ การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ และในปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากเดิม คือ ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีของคนท้องถิ่นนั้นๆ เป็นต้น ดังนั้นจึงมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก (แพตติยา ทองใบ, 2553, หน้า 2)

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าการเดินทางท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวจะมีการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจึงจัดเป็นเป็นอีกหนึ่งธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว เป็นธุรกิจหลักหรือที่เรียกว่าธุรกิจทางตรงที่ให้บริการ แก่ นักท่องเที่ยว และมีความสำคัญก่อให้เกิดประโยชน์เป็นอย่างมากต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของประเทศเกิดการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศและท้องถิ่นได้อย่างทั่วถึง สามารถช่วยส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพให้แก่คนในท้องถิ่น

ความสำคัญทางด้านสังคม ธุรกิจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สามารถลดการอพยพการย้ายถิ่นฐานของคนในท้องถิ่น และเป็นการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เกิด ความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ ทำให้ชุมชนมีส่วนร่วมและเกิดความสามัคคีภายในท้องถิ่น ด้วยการนำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นที่เป็นมรดกสืบทอดมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนอกจากจะสร้างรายได้ให้แก่ประเทศและท้องถิ่นแล้วยังส่งผลให้เกิดการเดินทางมาเที่ยวช้ของนักท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ อีก เนื่องจากเป็นเป็นสิ่งกระตุ้นและเตือนความทรงจำให้แก่ นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (แพตติยา ทองใบ, 2553, หน้า 3-4)

การรักษาคุณภาพของสังคม จำเป็นต้องมีระบบที่เป็นตัวประสานชีวิตร่วมกัน คือ ศิลปวัฒนธรรม เพราะศิลปวัฒนธรรม คือ ระบบการดำรงชีวิตร่วมกันอย่างได้คุณภาพ ศิลปวัฒนธรรม ต่างจากวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี หรือเศรษฐกิจซึ่งแยกส่วนเป็นเรื่องๆ และเฉพาะบางคน แต่ศิลปวัฒนธรรมเป็นภูมิปัญญาที่สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อคนทั้งหมดที่เป็นบูรณาการ และมีจุดมุ่งหมาย ที่คุณภาพของการดำรงชีวิตร่วมกัน จึงเป็นภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาแบบยั่งยืน

เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางศิลปกรรมและมรดกทางวัฒนธรรม การเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมอุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดกำแพงเพชร การประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปได้เห็นความสำคัญของประวัติศาสตร์ ผลงานด้านศิลปกรรม ที่นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแล้ว การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่งโดยนำจุดเด่นของมรดกทางวัฒนธรรมมาประยุกต์ ออกแบบและพัฒนาให้เกิดความเหมาะสมต่อการใช้งานสำหรับการตกแต่งและเป็นของที่ระลึกของฝาก โดยการจัดหมวดหมู่ของกลุ่มชุมชนที่มีการสร้างสรรค์ผลงานของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง และการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม ให้มีความสอดคล้องกับภูมิปัญญามรดกวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดซึ่งเอกลักษณ์ของจังหวัด ผู้วิจัยจึงมีความมุ่งมั่นที่จะทำการศึกษาและจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง ตลอดจนออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สามารถเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยการผสมผสานภูมิปัญญาชาวบ้านกับการวิเคราะห์ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากมรดกวัฒนธรรม โดยนำทุนทางมรดกวัฒนธรรมมาพัฒนาความเข้มแข็งของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชุมชนเมืองมรดกโลก สร้างความเข้าใจให้กับประชาชนให้สามารถนำทุนทางมรดกวัฒนธรรมมาปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน สร้างกิจกรรมร่วมมือกัน ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ รับรู้ และส่งผ่านข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ทำให้เกิดคุณค่าที่สามารถยึดโยงและยอมรับร่วมกัน โดยอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม ในรูปแบบของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง ภายในชุมชนเมืองมรดกโลกกำแพงเพชรอย่างยั่งยืน



วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบ การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึกประเภทระดับตกแต่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อศึกษา มรดกทางวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทระดับตกแต่ง
3. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัย ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทระดับตกแต่ง จากมรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร
4. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทระดับตกแต่ง จากมรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร อย่างมีส่วนร่วม
5. เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทระดับตกแต่ง ที่ออกแบบใหม่อย่างมีส่วนร่วม ให้มีศักยภาพตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

ขอบเขตของการวิจัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทระดับตกแต่ง จากทุนทางมรดกวัฒนธรรมอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรอย่างมีส่วนร่วม กำหนดขอบเขตการศึกษาตามขั้นตอน 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนการศึกษารูปแบบ การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึกประเภทระดับตกแต่ง ด้วยกระบวนการสังเกต ดังนี้

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล: ร้านขายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกภายในอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร เพื่อการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทระดับตกแต่ง ของจังหวัดกำแพงเพชรที่มีการจัดจำหน่ายในร้านขายของที่ระลึก ภายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

ขอบเขตด้านเนื้อหา: เนื้อหาที่ศึกษา ได้แก่ ลักษณะ รูปแบบ และราคาของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทระดับตกแต่ง ที่จัดจำหน่ายในร้านขายของที่ระลึก เฉพาะในเขตเทศบาลเมืองกำแพงเพชรและเทศบาลตำบลนครชุม การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ และจำแนกผลิตภัณฑ์

ขอบเขตด้านตัวแปร: ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ลักษณะและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทระดับตกแต่ง ที่จัดจำหน่ายในร้านขายของที่ระลึก ประเภทของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับระดับตกแต่งของจังหวัดกำแพงเพชร ลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สอดคล้องกับมรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัดกำแพงเพชร เฉพาะในเขตเทศบาลเมืองกำแพงเพชรและเทศบาลตำบลนครชุม การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ และจำแนกผลิตภัณฑ์

2. เพื่อศึกษา มรดกทางวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทระดับตกแต่ง ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม ดังนี้

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล:

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ได้แก่

- 1) มรดกทางวัฒนธรรม โบราณสถาน ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรที่เป็นตัวแทนรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นทางศิลปกรรม

- 2) ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) สำหรับการสนทนากลุ่มคือ กลุ่มบุคลากรภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร กลุ่มอาจารย์และนักวิชาการด้านสถาปัตยกรรม และกลุ่มภาคประชาชนที่มีความรู้เกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้แก่ เอกสารและรายงานการวิจัยเกี่ยวกับทุนทางมรดกวัฒนธรรม อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร

ขอบเขตด้านเนื้อหา: มรดกวัฒนธรรม อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร รูปแบบของศิลปกรรมและโบราณสถาน ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ที่มีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์

ขอบเขตด้านตัวแปร: ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ทุนทางมรดกวัฒนธรรม ศิลปกรรมและโบราณสถาน ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ที่มีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ และมีความสอดคล้องในการจำรูปแบบที่เหมาะสมประยุกต์ออกแบบและพัฒนาพร้อมกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทระดับตกแต่ง



3. ศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัย ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จากมรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม โดยการสัมมนา ดังนี้

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล: ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญสำหรับการสัมมนา คือ กลุ่มบุคลากรภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร กลุ่มอาจารย์และนักวิชาการด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนและด้านการท่องเที่ยว และภาคประชาชนที่มีความรู้เกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร

ขอบเขตด้านเนื้อหา: แนวทางการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัย ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่งจากมรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม

ขอบเขตด้านตัวแปร: ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ปัจจัยในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จากมรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ซึ่งประกอบไปด้วยตัวแปรย่อย คือ แนวทางการนำทุนทางมรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง

4. ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จากมรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร อย่างมีส่วนร่วม โดยการสัมมนา ดังนี้

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล: ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญสำหรับการสัมมนา คือ กลุ่มบุคลากรภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร กลุ่มอาจารย์และนักวิชาการด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนและด้านการท่องเที่ยว และกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง ภายในจังหวัดกำแพงเพชร

ขอบเขตด้านเนื้อหา: แนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จากมรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร อย่างมีส่วนร่วม

ขอบเขตด้านตัวแปร: ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ แนวทางการนำทุนทางมรดกวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง ซึ่งประกอบไปด้วยตัวแปรย่อย คือ รูปแบบของทุนทางมรดกวัฒนธรรมภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่งสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

5. ประเมินผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง ที่ออกแบบใหม่อย่างมีส่วนร่วม ให้มีศักยภาพตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และการประเมินความพึงพอใจ ดังนี้

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล: กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง ภายในจังหวัดกำแพงเพชร กลุ่มนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดกำแพงเพชร

ขอบเขตด้านเนื้อหา: แนวทางถ่ายทอดและประเมินผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง ที่ออกแบบใหม่อย่างมีส่วนร่วม ศักยภาพตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

ขอบเขตด้านตัวแปร: ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ การประเมินผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง ที่ออกแบบใหม่อย่างมีส่วนร่วม ศักยภาพและความต้องการของนักท่องเที่ยว ความยั่งยืนของชุมชนและการมีส่วนร่วม ความพึงพอใจของประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่งที่ผ่านกระบวนการออกแบบและพัฒนาใหม่

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดเพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม ประเภทพระดิน จังหวัดกำแพงเพชรอย่างมีส่วนร่วม ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดภายใต้กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของจตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง (2558, หน้า 105-107) ประกอบไปด้วย

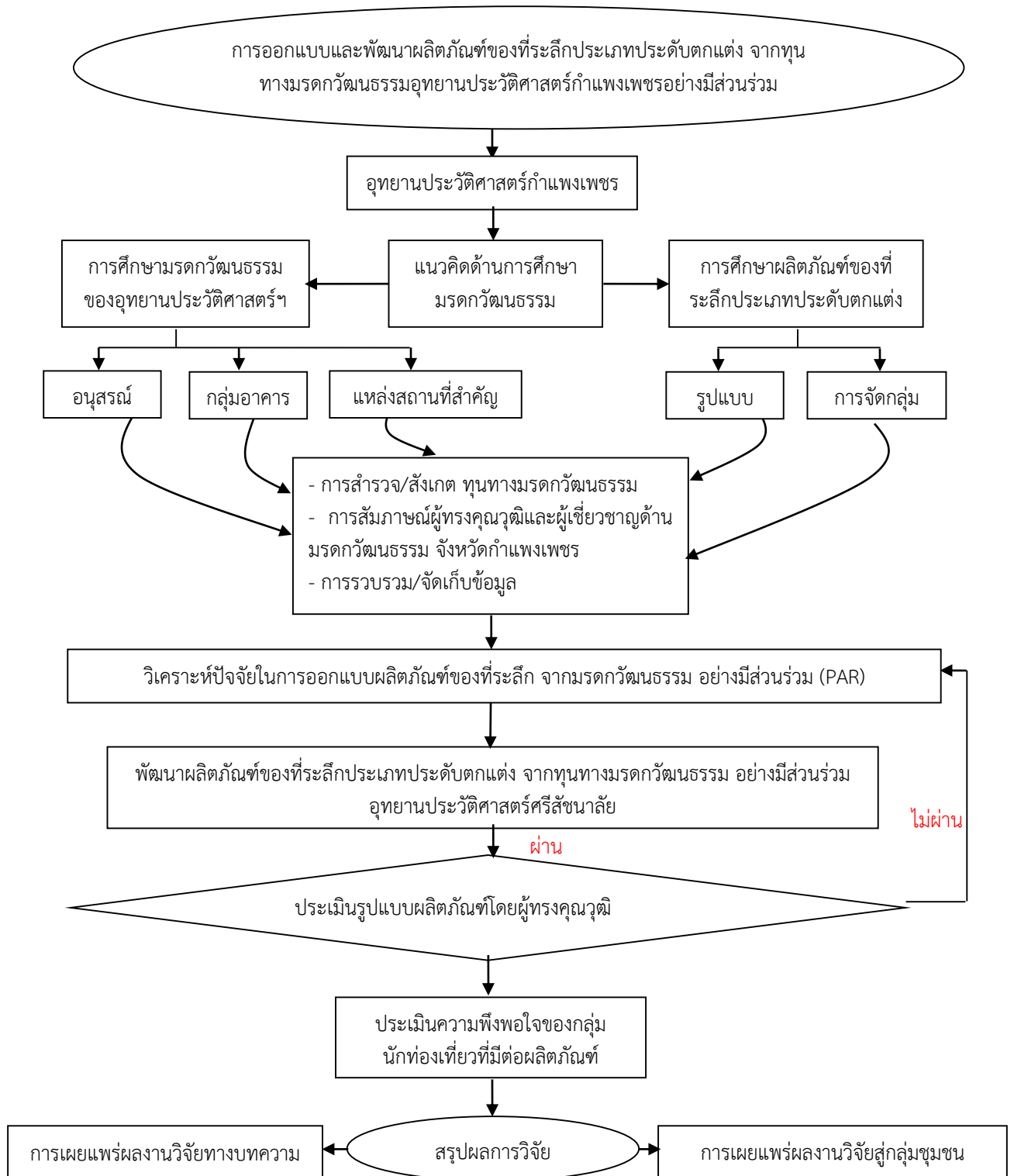
1. ขั้นตอนการพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product concept)
2. ขั้นตอนการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility study)
3. ขั้นตอนการออกแบบเบื้องต้น (Preliminary study)
4. ขั้นตอนการสร้างต้นแบบ (Build prototypes)

โดยผู้วิจัยได้คำนึงถึงหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นเกณฑ์ในการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Evaluate the design) และต้องสอดคล้องในด้านวัฒนธรรม ดังนี้



1. ความเหมาะสมเชิงวัฒนธรรม
2. ความสวยงาม (Aesthetics)
3. วัสดุและการผลิต (Materials and Production)

วิธีการดำเนินงานวิจัย



ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงขั้นตอนการวิจัย

สรุปผลวิจัย

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จาก
ทุนทางมรดกวัฒนธรรมอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรอย่างมีส่วนร่วม

1. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือการสังเกตแบบมีส่วนร่วม พบว่า การศึกษารูปแบบ การจัด
กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร สังเกตได้ว่า กลุ่ม
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง ที่มีความสอดคล้องกับเอกลักษณ์และวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร
สามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง เพื่อความเป็นสิริมงคล ซึ่ง
จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นการถ่ายทอดพระเครื่องภายในจังหวัดกำแพงเพชร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “พระซุ้มกอ” ที่เป็น
พระเครื่องที่โดดเด่นของจังหวัดกำแพงเพชร และเป็นหนึ่งใน “เบญจภาคี” พระยอดนิยมนประจำจังหวัด และถูกระบุ
อยู่ในคำขวัญจังหวัดกำแพงเพชรว่า “**กรุพระเครื่อง เมืองคนแกร่ง พระแสงล้าค่า ศิลาเลื่องใหญ่ ถั่วไข่หวาน**
น้ำมันลานกระบือ เลื่องลือมรดกโลก” 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง เพื่อความสวยงาม ซึ่ง
มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ประเภทประดับตกแต่งที่มีความสวยงาม และสอดคล้องกับเอกลักษณ์ของจังหวัดกำแพงเพชร เช่น
หุ่นจำลองถั่วไข่ และ พวงกุญแจถั่วไข่ จังหวัดกำแพงเพชร เป็นต้น ดังตารางที่ 1-2

ตารางที่ 1 รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง เพื่อความเป็นสิริมงคล ภายในจังหวัดกำแพงเพชร

ลำดับ	รูปแบบผลิตภัณฑ์	ลักษณะของผลิตภัณฑ์	จุดเด่น/จุดด้อย
1.	กรอบพระเครื่อง กำแพงเพชรชวนผนัง 	เป็นการนำพระเครื่อง(พระดิน) มา บรรจุในกรอบไม้ หรือกรอบทองปิด กระจก เพื่อใช้ในการชวนผนัง โดย นำพระเครื่องหลายรูปแบบ นำมา จัดเรียงลงในกรอบ พร้อมกับระบุชื่อ เรียกของพระเครื่องแต่ละองค์ เพื่อใช้ ชวนประดับตกแต่งผนัง	จุดเด่น : เป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่ง บ้านที่นิยมซื้อเป็นของฝากผู้หลัก ผู้ใหญ่ มีการแสดงให้เห็นถึง รูปแบบพระเครื่องที่ หลากหลาย และสามารถสั่งทำได้ หลากหลายขนาด เลือกรูปแบบ การแสดงโชว์พระได้ตามความ ต้องการ จุดด้อย : เหมาะสำหรับตกแต่ง บ้านเป็นบางกลุ่ม ไม่ค่อยเหมาะ กับบ้านสมัยใหม่
2.	พระเครื่องกำแพงเพชร แบบตั้งประดับโต๊ะ/หิ้ง (วัสดุไม้สัก) 	เป็นการนำพระเครื่อง(พระดิน) มา ประดับบนฐานไม้สัก ที่ตกแต่งตาม ความสวยงาม เหมาะสำหรับการตั้ง บูชา และประดับบนโต๊ะทำงาน ส่วน ใหญ่พระเครื่องแบบตั้งโต๊ะจะต้องผ่าน การขยายขนาดให้ใหญ่ขึ้นตามความ เหมาะสม	จุดเด่น : เป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่ง บ้านที่นิยมซื้อเป็นของฝากผู้หลัก ผู้ใหญ่ มีขนาดองค์พระที่ใหญ่ทำ ให้เห็นรายละเอียดได้มาก และมี หลากหลายขนาดและหลาย รูปแบบ จุดด้อย : เหมาะสำหรับตกแต่ง บ้านเป็นบางกลุ่ม ไม่ค่อยเหมาะ กับบ้านสมัยใหม่

ราคา 500 – 3,500 บาท

ราคา 500 – 1,000 บาท



ตารางที่ 1 รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง เพื่อความเป็นสิริมงคล ภายในจังหวัดกำแพงเพชร (ต่อ)

ลำดับ	รูปแบบผลิตภัณฑ์	ลักษณะของผลิตภัณฑ์	จุดเด่น/จุดด้อย
3.	<p>พระเครื่องกำแพงเพชร แบบตั้งประดับโต๊ะ/หิ้ง (วัสดุหินอ่อน)</p>  <p>ราคา 500 – 1,000 บาท</p>	<p>เป็นการนำพระเครื่อง(พระดิน) มาประดับลงบนฐานหินอ่อน ซึ่งจังหวัดกำแพงเพชรมีหินอ่อน อำเภอพรานกระต่ายที่โดดเด่นสวยงาม เหมาะสำหรับการตั้งบูชา และประดับบนโต๊ะทำงาน ส่วนใหญ่พระเครื่องแบบตั้งโต๊ะจะต้องผ่านการขยายขนาดให้ใหญ่ขึ้นตามความเหมาะสม</p>	<p>จุดเด่น : เป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านที่นิยมซื้อเป็นของฝากผู้หลักผู้ใหญ่ มีขนาดองค์พระที่ใหญ่ทำให้เห็นรายละเอียดได้มาก และมีหลากหลายขนาดและหลายรูปแบบ</p> <p>จุดด้อย : เหมาะสำหรับตกแต่งบ้านเป็นบางกลุ่ม ไม่ค่อยเหมาะกับบ้านสมัยใหม่</p>
4.	<p>กรอบพระเครื่อง กำแพงเพชรแบบตั้งโต๊ะ</p>  <p>ราคา 1,000 – 3,500 บาท</p>	<p>เป็นการนำพระเครื่อง(พระดิน) มาบรรจุในกรอบไม้ หรือกรอบทองปิดกระจก เพื่อใช้ในการตั้งโต๊ะ/หิ้ง โดยนำพระเครื่องหลายรูปแบบ นำมาจัดเรียงลงในกรอบ พร้อมกับระบุชื่อเรียกของพระเครื่องแต่ละองค์ เพื่อใช้ตั้งประดับตกแต่ง</p>	<p>จุดเด่น : เป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านที่นิยมซื้อเป็นของฝากผู้หลักผู้ใหญ่ มีการแสดงให้เห็นถึงรูปแบบพระเครื่องที่หลากหลาย และสามารถสั่งทำได้หลากหลายขนาด เลือกรูปแบบการแสดงโชว์พระได้ตามความต้องการ</p> <p>จุดด้อย : เหมาะสำหรับตกแต่งบ้านเป็นบางกลุ่ม ไม่ค่อยเหมาะกับบ้านสมัยใหม่</p>

ตารางที่ 2 รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง เพื่อความสวยงาม ภายในจังหวัดกำแพงเพชร

ลำดับ	รูปแบบผลิตภัณฑ์	ลักษณะของผลิตภัณฑ์	จุดเด่น/จุดด้อย
1.	<p>หุ่นจำลองต้นกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร</p>  <p>ราคา 100 – 800 บาท</p>	<p>เป็นการจำลองต้นกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร ขึ้นด้วยวัสดุประเภทดินเพื่อใช้ในการตกแต่งตั้งโต๊ะ มีทั้งแบบจำหน่ายแบบกระถางขนาดเล็ก – ขนาดใหญ่ และแบบมีกล่องกระจกครอบ และไม่มีการครอบ</p>	<p>จุดเด่น : เป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านที่สวยงาม สื่อถึงธรรมชาติและกล้วยไข่กำแพงเพชร มีหลากหลายราคาตามความเหมาะสม</p> <p>จุดด้อย : รูปลักษณะที่เป็นต้นกล้วยไม้ได้บ่งบอกถึงความเป็นจังหวัดกำแพงเพชร เนื่องจากไม่มีข้อมูลประกอบ</p>
2.	<p>พวงกุญแจกล้วยไข่</p>  <p>15-30 บาท</p>	<p>เป็นการจำลองกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร ขึ้นด้วยวัสดุประเภทดิน มีหลากหลายขนาด ทั้งแบบเครื่องสั้นและเครือยาวในรูปแบบพวงกุญแจสำหรับประดับตกแต่ง</p>	<p>จุดเด่น : มีราคาถูก เหมาะสำหรับซื้อฝากเป็นจำนวนมาก</p> <p>จุดด้อย : รูปลักษณะที่เป็นกล้วยไม้ได้บ่งบอกถึงความเป็นจังหวัดกำแพงเพชร เนื่องจากไม่มีข้อมูลประกอบ</p>



2. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษา มรดกทางวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ กำแพงเพชร ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้าน มรดกวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 3 ท่าน มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ควรมีการนำมรดกทางวัฒนธรรม ภายในจังหวัดกำแพงเพชร ที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ นำมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม โดยมรดกทางวัฒนธรรมอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร มีอุทยานประวัติศาสตร์ที่เป็นวัดที่มีความโดดเด่นหลากหลายวัด เช่น วัดช้างรอบ วัดพระสี่อิริยาบถ วัดพระแก้ว เป็นต้น แต่การนำโครงสร้างทางสถาปัตยกรรมของวัดภายในอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรมนั้น เป็นไปได้ยาก เนื่องจากมีความละเอียดอ่อนด้านความรู้สึก และมีรายละเอียดเฉพาะเป็น อย่างมากในการจำลองในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จึงเห็นควรให้พิจารณาองค์ประกอบเฉพาะบาง องค์ประกอบที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร นั่นคือ การนำประติมากรรม “ช้าง” จาก “วัดช้างรอบ” ภายในอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรนำมาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบ เนื่องจากประติมากรรมช้างของวัดช้างรอบ เป็น “ช้างทรงเครื่อง” เป็นเอกลักษณ์ด้านประติมากรรมของจังหวัด กำแพงเพชรที่มีความแตกต่างจากวัดช้างล้อม จังหวัดสุโขทัย เพราะช้างทรงเครื่องจังหวัดกำแพงเพชรจะมีความสวยงามในเรื่องของเครื่องทรง และเครื่องประดับบนตัวช้างที่เป็นส่วนที่ทำให้ช้างสวยงาม และเป็นอีกหนึ่งจุดเด่น ของอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร และเห็นควรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้สื่อถึงความเป็นจังหวัด กำแพงเพชร โดยนำมรดกทางวัฒนธรรมที่ควรค่าแก่การเคารพบูชา อันได้แก่ “พระซุ้มกอ” จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งเป็นหนึ่งในเบญจภาคีที่ขึ้นชื่อของจังหวัดกำแพงเพชร สอดคล้องกับคำขวัญของจังหวัดกำแพงเพชรที่กล่าวว่า “กรุพระเครื่อง เมืองคนแกร่ง พระแสงล้ำค่า ศิลาแล่งใหญ่ กล้วยไข่หวาน น้ำมันลานกระบือ เลื่องลือมรดกโลก” ซึ่งการนำองค์ประกอบด้านมรดกวัฒนธรรมทั้ง 2 มาผนวกเข้าด้วยกันจะต้องคำนึงถึงปัจจัย ในการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จากมรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ให้มีความเหมาะสมทั้งในแง่ความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย และความเหมาะสมต่อศิลปวัฒนธรรมไทย

3. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัย ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ประเภทประดับตกแต่ง จากมรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร พบว่า จากการสนทนา กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านมรดกวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 3 ท่าน มีความเห็นสอดคล้องกัน ว่า การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จากทุนทางมรดกวัฒนธรรม อุทยาน ประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ควรมีการออกแบบบนพื้นฐานความเหมาะสมทางศิลปวัฒนธรรม โดยจะต้องคงไว้ซึ่ง รายละเอียดทางมรดกวัฒนธรรมอย่างชัดเจนหรือใกล้เคียง ไม่ควรออกแบบตัดทอนจนเกินความเหมาะสม ควรคงไว้ ซึ่งคุณค่าของมรดกวัฒนธรรม ให้เกิดความภาคภูมิใจของคนจังหวัดกำแพงเพชร และนักท่องเที่ยว รวมถึงในแง่ความ สร้างสรรค์ และความเหมาะสมเชิงวัฒนธรรม ไม่ควรออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงประดับตกแต่งที่สามารถ นำไปใช้งานอย่างอื่นนอกจากประดับตกแต่งได้ เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ซื้อนำไปใช้งานอย่างไม่ถูกไม่ควร หรือไม่เหมาะสม ที่สำคัญรูปแบบผลิตภัณฑ์ควรมีศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่มีเอกลักษณ์ทางมรดกวัฒนธรรมจังหวัด กำแพงเพชร และสามารถสื่อสารเอกลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าใจได้ง่าย ซึ่งควรมีการคำนึงถึงความเหมาะสม ในการออกแบบ ดังนี้

3.1 ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบควรคงไว้ซึ่งรายละเอียดของมรดกทางวัฒนธรรมอย่างครบถ้วนหรือ ใกล้เคียง

3.2 ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบควรมีคุณค่าในเชิงวัฒนธรรม ทำให้เกิดความภาคภูมิใจ คงไว้ซึ่ง ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของปวงชนชาวไทย

3.3 ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบควรมีความเหมาะสมในแง่การสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ที่ ออกแบบโดยมีองค์ประกอบของมรดกทางวัฒนธรรม ควรออกแบบให้เหมาะสม ไม่ควรเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานในที่ ต่ำ หรือใช้งานในทางที่ไม่ถูกไม่ควร อันกระทบต่อมรดกทางวัฒนธรรมอันดีงามของปวงชนชาวไทย

3.4 การนำองค์ประกอบทางวัฒนธรรมของอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรนำมาใช้ในการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรคำนึงในแง่ความเหมาะสมเชิงวัฒนธรรม และหลีกเลี่ยงการนำองค์ประกอบที่สุ่มเสี่ยงที่จะ กระทบต่อความรู้สึกของผู้เสพผลงานในทางลบมาใช้ในการออกแบบ



3.5 ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบควรมีศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความเป็นเอกลักษณ์ของ
มรดกวัฒนธรรม จังหวัดกาแพงเพชร



ภาพที่ 2 ผลการออกแบบเบื้องต้น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากมรดกวัฒนธรรม “วัดช้างรอบ”

4. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง
จากมรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กาแพงเพชร อย่างมีส่วนร่วม พบว่า

ด้านความเหมาะสมเชิงวัฒนธรรม ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันว่า ควร
เพิ่มเติมรายละเอียดของ “ช้างทรงเครื่อง” ให้มีความใกล้เคียงกับประติมากรรมวัดช้างรอบ ภายในอุทยาน
ประวัติศาสตร์กาแพงเพชรมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สิ่งที่ทำให้วัดช้างรอบ จังหวัดกาแพงเพชร แตกต่างจากวัดช้าง
ล้อม จังหวัดสุโขทัย คือ เครื่องทรงบนตัวช้าง ซึ่งแตกต่างจากของจังหวัดสุโขทัยที่เป็นช้างไม่มีเครื่องทรง จึงควร
เพิ่มเติมรายละเอียดของช้างให้มีความเหมาะสมในด้านของมรดกวัฒนธรรมที่เป็นพระขุ่มกอ พระเครื่องที่มีความโดดเด่น
เด่นของจังหวัดกาแพงเพชร ไม่ควรให้อยู่ในระดับเดียวกันกับตัวช้างเพราะเป็นของสูง จึงเหมาะสมในการอยู่ด้านบน
ตัวช้าง ดังรูปแบบที่ 2 และรูปแบบที่ 3

ด้านความสวยงาม (Aesthetics) ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันว่า รูปแบบที่มี
ความสวยงามตามองค์ประกอบมากที่สุด คือรูปแบบที่ 2 ซึ่งเป็นรูปแบบที่แสดงให้เห็นถึงตัวช้างของวัดช้างรอบ 2 ฝั่ง
หน้าและหลัง ทำให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง ที่สามารถมองได้ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง
แตกต่างจากรูปแบบที่ 1 และ รูปแบบที่ 3 ที่มองเห็นตัวช้างวัดช้างรอบได้เพียงด้านเดียว

ด้านวัสดุและการผลิต (Materials and Production) ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญมีความเห็น
สอดคล้องกันว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ประเภทประดับตกแต่ง จากทุนทางมรดกวัฒนธรรม ภายในอุทยาน
ประวัติศาสตร์กาแพงเพชร ทั้ง 3 รูปแบบ มีความสอดคล้องในด้านวัสดุและการผลิต โดยกำหนดให้ตัวช้างทรงเครื่อง
ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากวัดช้างรอบ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์กาแพงเพชร ให้ใช้เป็นวัสดุเป็นดินเผา หรือหิน
แกะสลัก (ศิลาแลง-หินอ่อน) หรือวัสดุทนแทนอื่นๆ เช่น ปูนพลาสติก ตามแต่ความเหมาะสมของศักยภาพและ
วัสดุถิ่นของชุมชนที่ทำการผลิต ซึ่งจะเป็นการจัดระดับราคาสินค้าตามคุณค่าของวัสดุที่ใช้ ส่วนตัวฐานของผลิตภัณฑ์
ให้ใช้เป็นไม้สัก เนื่องจากมีคุณค่าด้านวัสดุ และมีความสวยงามเมื่อนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นของที่ระลึก ส่วนใน
ด้านการผลิตควรคำนึงถึงองค์ประกอบของช้างทรงเครื่องให้มีรายละเอียดที่สวยงาม

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จาก
มรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กาแพงเพชร อย่างมีส่วนร่วม พบว่า จากการออกแบบผลิตภัณฑ์
ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จากทุนทางมรดกวัฒนธรรม ภายในอุทยานประวัติศาสตร์กาแพงเพชร 3 รูปแบบ
โดยนำองค์ประกอบของประติมากรรมช้าง จากวัดช้างรอบ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์กาแพงเพชร มาผนวกกับ
มรดกทางวัฒนธรรม พระขุ่มกอ ซึ่งเป็นพระเครื่องชื่อดังประจำจังหวัดกาแพงเพชร โดยออกแบบให้เหมาะสมจาก
การวิเคราะห์ปัจจัยในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ประเภทประดับตกแต่ง จากทุนทางมรดกวัฒนธรรม
ภายในอุทยานประวัติศาสตร์กาแพงเพชร ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันว่า ผลิตภัณฑ์
รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมากที่สุดทั้งในด้านของความเหมาะสมเชิงวัฒนธรรม วัสดุและการผลิต โดยให้เพิ่มเติม
รายละเอียดของ “ช้างทรงเครื่อง” ให้มีความใกล้เคียงกับประติมากรรมวัดช้างรอบ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์

กำแพงเพชรมากขึ้น และใช้วัสดุในการจำลองประติมากรรมข้างทรงเครื่องตามความเหมาะสมของศักยภาพของกลุ่มชุมชนที่ผลิต เช่น ดินเผา หรือหินแกะสลัก (ศิลาแลง-หินอ่อน) หรือวัสดุทนแทนอื่นๆ เช่น ปูนปลาสเตอร์ เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อราคาในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และใช้ฐานของผลิตภัณฑ์เป็นไม้สัก ซึ่งเป็นวัสดุที่มีคุณค่า เหมาะสมต่อการเป็นของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม



ภาพที่ 3 รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ประเภทประดับตกแต่ง จากทุนทางมรดกวัฒนธรรม ที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ

5. สรุปผลการวิเคราะห์ การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ประเภทประดับตกแต่ง ที่ออกแบบใหม่อย่างมีส่วนร่วม ให้มีศักยภาพตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และความยั่งยืนในชุมชน พบว่า แสดงผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่มีต่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่งจากมรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร จำนวน 100 คน โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.71) และเมื่อแยกเป็นประเด็นตามกรอบแนวคิดด้านการตลาดตาม หลัก 4C (ฟิลิป คอตเลอร์, 2550, หน้า 299) พบว่า

ด้านคุณค่าผู้บริโภค (Customer Value) โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.69) ในด้านความสวยงามของผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.61) ด้านความเหมาะสมของการเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรมมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.74) ด้านภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับการประดับตกแต่งบ้าน มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.64)

ด้านต้นทุนต่อผู้บริโภค (Cost to the Customer) โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.54) ในด้านความเหมาะสมของราคาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม จังหวัดกำแพงเพชร มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.54)

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience) โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.73) ในด้านขนาดของที่ระลึก มีความเหมาะสมในการซื้อฝาก มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.69) ด้านรูปแบบของที่ระลึกง่ายต่อการจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.63) ด้านความเหมาะสมในการขนส่ง-นำพา มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.75)

ด้านการสื่อสาร (Communication) โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.71) ในด้านบ่งบอกถึงความเป็นผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดกำแพงเพชร มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.57) ด้านบ่งบอกถึงความแปลกใหม่ ไม่จำเจในท้องตลาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน



(S.D.= 0.58) ด้านเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ สื่อถึงอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ
มาก ($\bar{X} = 4.10$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.71) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่มีต่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่
ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จากมรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	ผู้บริโภค (n=100)	
1. คุณค่าผู้บริโภค (Customer Value)	\bar{X}	S.D.	
	1. ด้านความสวยงามของผลิตภัณฑ์	4.44	0.61
	2. ด้านความเหมาะสมของการเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เชียงวัฒนธรรม	4.04	0.74
	3. ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับการประดับตกแต่งบ้าน	4.51	0.64
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.33	0.69
	ระดับความเหมาะสม	มาก	
2. ต้นทุนต่อผู้บริโภค (Cost to the Customer)	\bar{X}	S.D.	
	1. ความเหมาะสมของราคาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประดับตกแต่ง จาก มรดกวัฒนธรรม อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร (300 - 500 บาท)	3.82	0.54
	ค่าเฉลี่ยรวม	3.82	0.54
	ระดับความเหมาะสม	มาก	
3. ความสะดวกสบาย (Convenience)	\bar{X}	S.D.	
	1. ขนาดของที่ระลึก มีความเหมาะสมในการซื้อฝาก	4.35	0.69
	2. รูปแบบของที่ระลึกง่ายต่อการจัดจำหน่าย	3.98	0.75
	3. ความเหมาะสมในการขนส่ง-นำพา	4.54	0.63
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.29	0.73
	ระดับความเหมาะสม	มาก	
4. การสื่อสาร (Communication)	\bar{X}	S.D.	
	1. ปังบอกถึงความเป็นผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดกำแพงเพชร	4.59	0.57
	2. ปังบอกถึงความแปลกใหม่ ไม่จำเจในท้องตลาด	4.51	0.58
	3. ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ สื่อถึงอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร	4.10	0.85
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.40	0.71
	ระดับความเหมาะสม	มาก	
สรุปผลวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภท ประดับตกแต่ง จากมรดกวัฒนธรรม อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร		\bar{X}	S.D.
ค่าเฉลี่ยรวม		4.29	0.71
ระดับความเหมาะสม		มาก	

นอกจากนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยว ได้เพิ่มเติมข้อเสนอแนะ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับ
ตกแต่ง จากมรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร เพื่อเป็นแนวทางความเป็นไปได้ทาง
การตลาด ได้ข้อสรุปดังนี้

ในด้านการขนส่ง ควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพิ่มเติม เพื่อปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้แตกหัก และบอก
เล่ารายละเอียดของผลิตภัณฑ์ หรือรายละเอียดด้านวัฒนธรรม ให้ผู้ซื้อสามารถเข้าใจเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ได้ดี
ยิ่งขึ้น

ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีหลากหลายขนาด เพื่อการจัดจำหน่ายได้หลากหลายกลุ่ม ทั้งผู้ที่ต้องการ
ผลิตภัณฑ์ตกแต่งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก



□ ควรมีข้อมูลหรือข้อความที่สื่อถึงความเป็นของที่ระลึกจังหวัดกำแพงเพชร เป็นส่วนหนึ่งในองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ เช่น คำขวัญประจำจังหวัดกำแพงเพชร หรือ ประโยค “ของที่ระลึกประจำเมืองกำแพงฯ” เป็นต้น

อภิปรายผล

1. อภิปรายผลขั้นตอน การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จากทุนทางมรดกวัฒนธรรมอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรอย่างมีส่วนร่วม

จากการศึกษาและจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จังหวัดกำแพงเพชร ที่มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของจังหวัดกำแพงเพชร สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประดับตกแต่ง เพื่อความเป็นสิริมงคล อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งที่จัดอยู่ในหมวดพระเครื่อง และกลุ่มผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่งเพื่อความสวยงาม ซึ่งได้แก่หุ่นจำลองเครื่องถ้วยชาม และต้นกล้วยไข่ ซึ่งจากผลการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรม จังหวัดกำแพงเพชร เล็งเห็นว่า ควรมีการนำมรดกทางวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร มาเป็นองค์ประกอบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ซึ่งได้แก่ สถาปัตยกรรมของวัดภายในอุทยานประวัติศาสตร์ “วัดช้างรอบ” ผสานกับเอกลักษณ์ด้านกรุพระเครื่องที่โดดเด่น ซึ่งได้แก่ “พระซุ้มกอ” เพื่อเป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชิสิกกา วรณจันทร์ และคณะ (2555, หน้า 61) ได้กล่าวไว้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องมีการพัฒนาและปรับเปลี่ยนเพื่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้และให้ได้มาซึ่งเงินและกำไร งานหัตถกรรมรวมทั้งสินค้าต่างๆ จึงต้องมีการปรับตัวจนกระทั่งในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป ผู้วิจัยจึงได้มีการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชนโดยหลักกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ (สิทธิณัฐ ประพทุทธินิธิตสาร, 2545, หน้า 24-27) พบว่า ปัจจัยในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จากมรดกวัฒนธรรม ภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร จะต้องคงไว้ซึ่งรายละเอียดทางมรดกวัฒนธรรม มีคุณค่าในเชิงวัฒนธรรม มีความเหมาะสมในแง่ความสร้างสรรค์ นำองค์ประกอบทางวัฒนธรรมของอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรมาใช้ได้อย่างเหมาะสม เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร สอดคล้องกับแนวคิดมรดกวัฒนธรรมของ (สมใจ ศรีนวล, 2545, หน้า 8) และออกแบบอย่างเป็นขั้นตอนตั้งแต่การพัฒนาแนวคิด ความเป็นไปได้ การออกแบบเบื้องต้น และการสร้างต้นแบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ของจตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง (2558, หน้า 105-107) ทั้งนี้จะต้องมีความเหมาะสมในแง่ขององค์ประกอบ และวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการออกแบบ จะต้องเป็นวัตถุดิบภายในพื้นที่ ซึ่งชัญญชิตา ยุคศิริรัตน์ (2557, หน้า 13) ได้กล่าวไว้ว่า วัตถุดิบในท้องถิ่นที่มีมากน้อยแตกต่างกันเนื่องจากอยู่ในภูมิภาค ประเทศ และสภาพแวดล้อมต่างกัน ทำให้การสร้างสรรค์สิ่งของเครื่องใช้ มีความแตกต่างและทำให้เกิดเอกลักษณ์เฉพาะตนที่เด่นชัด และเมื่อวิเคราะห์ข้อมูลความเหมาะสมเชิงวัฒนธรรม จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม ประเภทประดับตกแต่ง โดยใช้ทุนทางมรดกวัฒนธรรม อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ต้องคำนึงทั้งในด้านความเหมาะสมเชิงวัฒนธรรม ความสวยงาม และวัสดุรวมถึงการผลิต ให้มีความสอดคล้องกัน โดยผู้วิจัยได้พัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 2 โดยคำนึงตามข้อเสนอแนะของทั้งผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรม และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ

2. อภิปรายผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง ที่ออกแบบใหม่อย่างมีส่วนร่วม ให้มีศักยภาพตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยประเมินตามกรอบแนวคิดด้านการตลาดของ ฟิลิป คอตเลอร์ (2550, หน้า 299) พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านคุณค่าผู้บริโภค โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก และพบว่ามีความพึงพอใจในด้านภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมในการประดับตกแต่งบ้านมากที่สุด ด้านต้นทุนต่อผู้บริโภค โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในความเหมาะสมของราคาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรมในระดับมาก ด้านความสะดวกสบาย โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ง่ายต่อการจัดจำหน่ายมากที่สุด ด้านการสื่อสาร โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก พบว่า ผลิตภัณฑ์สามารถบ่งบอกถึงความเป็นผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม จังหวัดกำแพงเพชรได้ในระดับมากที่สุด



ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จากทุนทางมรดกวัฒนธรรมอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรอย่างมีส่วนร่วม ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ และเพื่อการทำวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. การศึกษาในด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทประดับตกแต่ง จากทุนทางมรดกวัฒนธรรมอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรในครั้งนี้ มุ่งเน้นกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกภายในจังหวัดกำแพงเพชร ที่ไม่ได้สื่อถึงความเป็นจังหวัดกำแพงเพชรนั้นมีหลากหลายในการจัดกลุ่มมากกว่า
2. ในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ควรมีความชัดเจนจากข้อมูลในการสัมภาษณ์และสอบถาม โดยวิเคราะห์แยกเป็นส่วนๆตามอุปกรณ์ ราคา เวลาผลิต วัสดุ หรือกระบวนการในการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เป็นเหตุเป็นผลชัดเจนในการอ้างอิง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยในแง่มุมของการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เพื่อการต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักในแง่มุมของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวมากขึ้น
2. ควรมีการพัฒนานำวัสดุท้องถิ่นอื่นๆภายในชุมชน มาสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยมุ่งเน้นที่ศักยภาพของชุมชนสามารถดำเนินการผลิตได้ด้วยตนเองอย่างครบวงจรเพื่อให้เกิดความยั่งยืนแก่ชุมชน
3. ควรมีการศึกษาข้อมูลด้านกระบวนการผลิต ของชุมชนที่ดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต่างๆ เพื่อการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาบนฐานของศักยภาพชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- จตุรงค์ เลาะห์เพ็ญแสง. (2558). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย กำแพงเพชร. กรุงเทพฯ: มินิ เซอร์วิส ซัพพลาย.
- ชนัญชิตา ยุคศิริรัตน์. (2557). แนวคิดในการออกแบบ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม. กรุงเทพฯ: กวิภัส โอเอ.
- ชิสสิกา วรณจันทร์. (2555). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเพื่อสร้างเอกลักษณ์สู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์ ในชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนใต้. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- แพตติยา ทองใบ. (2553). การพัฒนาศักยภาพการจัดการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษาอำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการ การท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ฟิลิป คอตเลอร์. (2550). การตลาดฉบับคอตเลอร์. กรุงเทพฯ: พิษณุเศศ พรินต์ติ้ง เซ็นเตอร์.
- สิทธิณัฐ ประพุทธนิตสาร. (2545). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม: แนวคิดและแนวปฏิบัติ (Participatory Action Research PAR). สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.