

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรม ตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ.สุโขทัย
DEVELOPMENT PRODUCT DESIGN FROM CULTURAL CAPITAL OF ANCIENT
MARKET, SI SATCHANALAI DISTRICT, SUKHOTHAI PROVINCE.

จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง¹ และสุพรชัย แสงรัตนวัชร²

Chaturong Louhapensang¹ and Supornchai Saengratwathara²

¹รองศาสตราจารย์ ²อาจารย์ ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Klchatur@kmitl.ac.th and Supornchai@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวิธีการดำเนินงานวิจัยแบบผสมการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีจุดมุ่งหมาย คือ 1) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ. สุโขทัย และ 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจของต้นแบบผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ. สุโขทัย จากผู้ประกอบการ และ ผู้บริโภค ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว โดยการประยุกต์รูปแบบและวัสดุให้มีความเหมาะสมกับยุคสมัย แสดงให้เห็นถึงคุณค่าและเอกลักษณ์โดยให้อยู่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภค ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะสามารถช่วยเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ. สุโขทัย ให้เป็นที่รู้จักได้มากขึ้น อีกทั้งยังจะช่วยสร้างความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมของไทย สามารถเป็นตัวแทนที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรมไทยอันดงามได้เป็นอย่างดี ซึ่งผลการวิจัยพิจารณาแบ่งออกเป็นแต่ละด้านพบว่า ด้านตัวสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ =4.01,S.D.=0.40) ด้านการดึงดูดใจจากการออกแบบพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ =3.90,S.D.=0.51) ด้านขนาด รูปร่างและน้ำหนักที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการนำพาหรือขนส่ง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ =4.09,S.D.=0.29) และด้านราคา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ =3.96,S.D.=0.47) และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมที่ระดับ 3.99 อยู่ในเกณฑ์ดี

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทุนทางวัฒนธรรม ตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย สุโขทัย

Abstract

This research was mix methods. There were two objectives of this study :1) To develop the product based on concept of Creative Economy from Cultural Capital of Ancient Market, Si Satchanalai district, Sukhothai province and 2) To assess satisfaction of those interested in product design based on the concept of the Creative Economy from Cultural Capital of Ancient Market, Si Satchanalai district, Sukhothai province that has been developed and improved. By application forms and materials that are appropriate to the era. Demonstrate the value and uniqueness of a Cultural Capital of Ancient Market, Si Satchanalai district, Sukhothai province in product form for sale to customers. This is another way that helps spread the art of Cultural Capital Ancient Market, Si Satchanalai district, Sukhothai province to be known more. It would also help to diversify the product design of Thailand. And product design from Cultural Capital of Ancient Market, Si Satchanalai district, Sukhothai province can be an agent that represents the cultural identity of Thailand. This research is divided into each side was found. The results shown the unique local level of satisfaction at a high level with an average $\bar{x}$ =4.01, S.D. =0.40. The attractiveness of the design showed satisfaction at a high level with an average $\bar{x}$ =3.90, S.D. =0.51. The size, shape and weight is not an obstacle to the carry or

transport, satisfaction levels in the average $\bar{x}=4.09$, S.D. =0.29. And the prices are moderately satisfied with average $\bar{x}=3.96$, S.D. =0.47 and total average $\bar{x}=3.99$ S.D. =0.42

Keywords: Product Development; Cultural Capital; Ancient Market; Si Satchanalai district; Sukhothai province

1. ความเป็นมาของปัญหา

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลางในการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการบูรณาการ การบริหารจัดการ การพัฒนาในการอนุรักษ์ฟื้นฟู และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของพื้นที่ให้เกิดความสมดุล เพื่อให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืน การดำเนินการดังกล่าวเน้นความสำคัญในการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการประสานความร่วมมือและร่วมใจกันในการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อพท. ได้ดำเนินการศึกษาและจัดทำแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ 6 ยุทธศาสตร์ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดให้ขับเคลื่อนกลไกไปสู่เป้าหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ โดยปัจจุบันได้มีความร่วมมือทางวิชาการ เพื่อพัฒนาชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างร่วมกับภาคีเครือข่าย และ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในพื้นที่ตลาดโบราณ อ.ศรีสัชชนาลัย อ.เมือง จ.สุโขทัย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ และเป็นการสร้างโอกาสสำหรับธุรกิจใหม่ที่ใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ [1] ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กำหนดขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative economy) และจัดประเภทของกิจกรรม โดยยึดหลักตามกรอบของสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development : UNCTAD) และนำมาผสมผสานกับเอกลักษณ์ ทุนทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย โดยสามารถจัดแบ่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative economy) ในประเทศไทยได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ (1) มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ประกอบด้วย งานฝีมือและหัตถกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ความหลากหลายทางชีวภาพ การแพทย์แผนไทยและอาหารไทย (2) ศิลปะ ประกอบด้วย ศิลปะการแสดงและทัศนศิลป์ (3) สื่อสมัยใหม่ ประกอบด้วย ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การพิมพ์และ สื่อการพิมพ์ การกระจายเสียงและดนตรี (4) งานสร้างสรรค์และการออกแบบ ประกอบด้วย การออกแบบ แฟชั่น สถาปัตยกรรม การโฆษณา และซอฟต์แวร์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เกิดจาก 2 ปัจจัยหลักคือ ทุนทางปัญญา ร่วมกับทักษะความสร้างสรรค์ ซึ่งมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับบริบทของทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ศึกษาวิจัย โดยพื้นที่ศึกษาวิจัยคือ ตลาดโบราณ อ.ศรีสัชชนาลัย จ.สุโขทัย ถือได้ว่าเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์มากกว่า 700 ปี โดยเป็นเมืองศูนย์กลางของกลุ่มแม่น้ำยม มาตั้งแต่สมัยสุโขทัย ตลาดโบราณ อ.ศรีสัชชนาลัย มีบทบาทเป็นเมืองศูนย์กลางของกลุ่มแม่น้ำยม ระยะสั้นๆ โดยตลาดโบราณ อ.ศรีสัชชนาลัยในปัจจุบัน ยังเป็นที่ตั้งของโบราณสถานที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ แนวคูเมืองโบราณ และ วัดวาอารามที่มีสถาปัตยกรรมที่มีความงดงามควรค่าแก่การอนุรักษ์ ได้แก่ วัดพระปรารักษ์ ซึ่งเป็นวัดประจำตลาดโบราณ อ.ศรีสัชชนาลัย สร้างตั้งแต่สมัยสุโขทัย และวัดอื่นๆ อีกหลายแห่ง นอกจากนี้ ตลาดโบราณ อ.ศรีสัชชนาลัยยังถือได้ว่าเป็นเมืองท่าที่สำคัญในกลุ่มแม่น้ำยม โดยเป็นย่านการค้าเก่าแก่ที่เคยเจริญรุ่งเรืองมาในอดีต มีท่าเทียบเรือสำหรับขนถ่ายสินค้าและคมนาคมของชุมชน จากความสำคัญของพื้นที่และทุนวัฒนธรรมอันทรงคุณค่า จึงมีหลายหน่วยงานจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่หลากหลายในพื้นที่ ซึ่งตลาดโบราณ ในอำเภอศรีสัชชนาลัย จ.สุโขทัย นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญประกอบไปด้วย สามตลาดโบราณสำคัญคือ ตลาดโบราณท่าเสด็จ ตลาดโบราณท่าพระปรารักษ์ และตลาดโบราณท่าชัย ซึ่งทั้งสามตลาดมีทรัพยากร และองค์ประกอบที่เรียกว่า ทุนวัฒนธรรม อันสามารถจะนำมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ ที่สะท้อนอัตลักษณ์ และมีเอกลักษณ์ เพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์ในชุมชนได้อย่างเหมาะสม

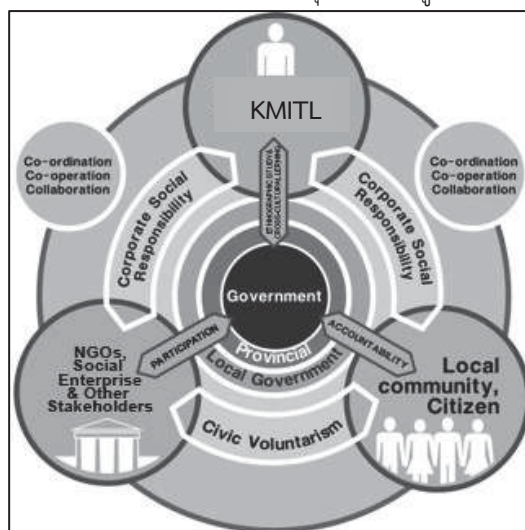
ทุนทางวัฒนธรรมของตลาดโบราณ อ.ศรีสัชชนาลัย จ.สุโขทัย เป็นสิ่งที่มีมูลค่าและให้คุณค่าต่อวิถีชีวิตของสังคม ดังที่กล่าวมาแล้ว แต่ทุนทางวัฒนธรรมหลายเรื่องมีความเป็นนามธรรมสูง เช่น วัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้เป็นพลวัต (Dynamic) สามารถเปลี่ยนแปลงและถ่ายทอดข้ามสังคม กลุ่มคน สถานที่ และเวลาได้ตลอด (Pierre Bourdieu,1986)[2] การนำทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยมาพัฒนาและใช้ประโยชน์ในการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมประเทศต้องมีการบริหารจัดการที่ดี และตั้งอยู่บนหลักการที่สำคัญ คือการเคารพความหลากหลายทางวัฒนธรรม การพัฒนาวัฒนธรรมอย่างเป็นองค์รวม การสร้างความสมดุลและความยั่งยืน และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เนื่องจากทุนทางวัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งอาจเป็นผลมาจากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การมีปฏิสัมพันธ์ของสังคมโลก การเลื่อนไหลหรือการกระจายทางวัฒนธรรม จึงก่อให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรม การปลูกฝังให้ประชาชนได้ตระหนักถึงวัฒนธรรมที่สั่งสมของชุมชนและของท้องถิ่น จึงเป็นสิ่งจำเป็น

และเร่งด่วนที่จะต้องอาศัยระบบการศึกษา และรูปแบบการจัดการเรียนการสอน ที่มีความเหมาะสมรวมถึงสถาบันทางสังคม และทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการควบคุม ฝักระวังทางวัฒนธรรม ปลุกฝังและส่งเสริมให้มี ให้เกิดขึ้น

การอนุรักษ์มรดกประเภทชุมชนประวัติศาสตร์ได้รับความสนใจมากขึ้น และปัจจุบันตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัยถือเป็นส่วนหนึ่งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนไว้ในบัญชีรายชื่อแหล่งมรดกโลกในการประชุมคณะกรรมการมรดกโลกแห่งอนุสัญญาคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติของโลก องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ ณ เมืองคาร์เทจ ประเทศตูนิเซีย เมื่อปี พ.ศ. 2534 ส่งผลให้ที่ผ่านมามีการดำเนินการอนุรักษ์โบราณสถานและการพัฒนาชุมชนในเขตโบราณสถานมาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิประเทศ ปัญหาการทำลายและรुकล้ำแหล่งโบราณสถาน ปัญหาการเจริญเติบโตของชุมชนอย่างไม่เป็นระเบียบ ปัญหาการก่อสร้างสถาปัตยกรรมและสิ่งปลูกสร้างที่ไม่ผสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมชุมชนและการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนในระยะสั้น และระยะยาว ขอบเขตพื้นที่ ศึกษาครอบคลุมพื้นที่ ตำบลนครชุม จังหวัดสุโขทัย พื้นที่ประมาณ 40,625 ไร่ หรือประมาณ 65 ตารางกิโลเมตร

เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย เป็นไปอย่างเหมาะสมและเป็นไปตามพัฒนาการทางด้านเศรษฐกิจอย่างพอเพียง มีการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมและการดูแลสภาพแวดล้อมชุมชนเป็นอย่างดี โดยประชาชนมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นหัวใจของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การวิจัยของภาคเหนือ (ยุทธศาสตร์การวิจัย พ.ศ. 2555-2559 : ภาคเหนือ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ) ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ 2 การวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุนภาคเหนือสู่ประเทศอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขงและอินโดจีน กลยุทธ์การวิจัยที่ 2 ยกระดับความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ศิลปหัตถกรรม และประเพณีโดดเด่นด้วยภูมิปัญญาสานความเชื่อและการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีสู่คุณภาพการท่องเที่ยว สร้างเศรษฐกิจท้องถิ่นภาคเหนือให้สมดุลและยั่งยืน เท่าทันกระแสตลาดท่องเที่ยวสากล

งานวิจัยนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อเป็นแนวคิดในการอนุรักษ์และพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน[3] โดยศึกษาถึงคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมศักยภาพในการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นสำคัญ พร้อมกับเสนอเป็นแนวคิดในการอนุรักษ์และพัฒนาเพื่อให้ชุมชนสามารถรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จะเกิดขึ้นหลังจากการอนุรักษ์แล้ว โดยไม่ให้เกิดการทำลายหรือลดทอนคุณค่าของสภาพแวดล้อม อีกทั้งมุ่งเน้นส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปโดยความต้องการของชุมชน และส่งเสริมโครงสร้างทางสังคมของชุมชนและบริบทแวดล้อม โดยมุ่งหวังให้ชุมชนสามารถดำเนินไปได้อย่างยั่งยืน ตามแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามนโยบายการมีส่วนร่วมของประชาชน แบบ “ประชารัฐ” คือ ใช้แนวคิดเรื่องการประสานงานการสร้างความร่วมมือและการทำงานร่วมกันจากภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนรูปที่1



รูปที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามนโยบายการมีส่วนร่วมของประชาชน แบบ “ประชารัฐ”

ที่มา: ภาพกราฟิกโดย จตุรงค์ เล่าหะเพ็ญแสง

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ. สุโขทัย
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจต้นแบบผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ. สุโขทัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเป็นแบบผสมวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากทุนทางวัฒนธรรมตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ. สุโขทัย โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งเน้นการได้มาซึ่งข้อมูล จากผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจ ประกอบในการออกแบบผลิตภัณฑ์ซึ่งพบว่า มีแนวทางที่จะพัฒนาต่อยอดจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วในท้องตลาดโดยประยุกต์ทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ในการออกแบบกราฟิก บนตัวผลิตภัณฑ์ การวิจัยเชิงปริมาณ มุ่งเน้นการตรวจสอบและรับรองผลการออกแบบจากการประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการ และ ผู้บริโภค

4. ขอบเขตของการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1

แหล่งข้อมูล ได้แก่ผู้บริโภค ผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภค 100 คน ผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ. สุโขทัย ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 10 ท่าน และ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จำนวน 5 ท่านโดยการเลือกแบบเจาะจง

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค

กลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการ จำนวน 5 ท่าน และผู้บริโภคจำนวน 50 คน ที่จำหน่ายสินค้าและเข้ามาซื้อสินค้าในพื้นที่ตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ. สุโขทัย ในช่วงเทศกาล เดือน มิถุนายน-กรกฎาคม พ.ศ.2560 และทำการสุ่มตัวอย่างโดยการเลือกสุ่ม [4] [5]

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น คือ รูปแบบผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ. สุโขทัย

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจในผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการพัฒนาขึ้น

5. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยมีดังนี้

1. รูปแบบผลิตภัณฑ์ จากทุนทางวัฒนธรรมพื้นที่ตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ. สุโขทัย
2. แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจในผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการพัฒนาขึ้น จำนวน 10 ข้อ โดยมีเนื้อหาการประเมินครอบคลุมตามกรอบ 4 ด้านคือ 1.ด้านเป็นสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น จำนวน 3 ข้อ 2.ด้านการดึงดูดใจจากการออกแบบ จำนวน 3 ข้อ 3.ด้านขนาด รูปร่างและน้ำหนักที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการนำพาหรือขนส่ง จำนวน 2 ข้อ 4.ด้านราคา จำนวน 2 ข้อ ซึ่งผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ โดยมีค่าดัชนีความคิดเห็นสอดคล้องเฉลี่ยที่ 0.87

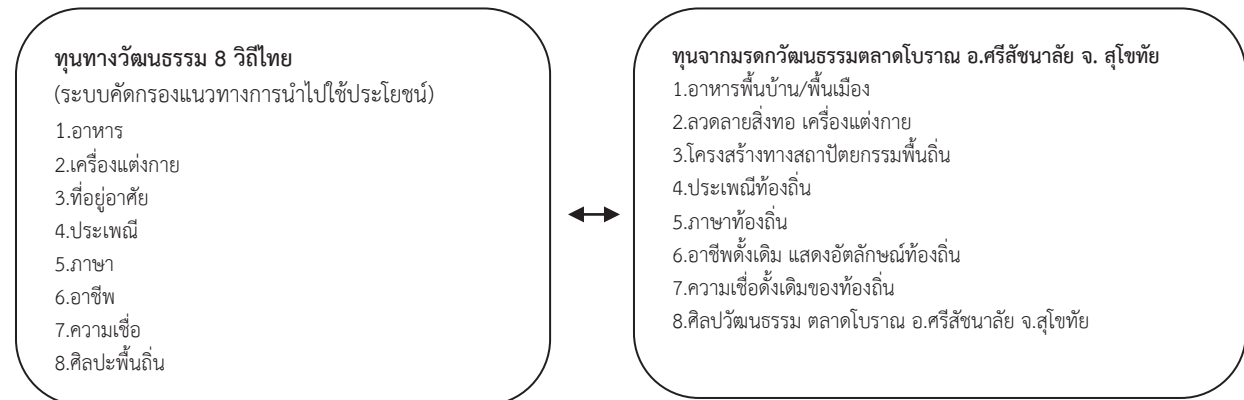
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยศึกษาข้อมูล ความต้องการผู้บริโภค 100 คน และพัฒนารูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ. สุโขทัย นำไปประเมินประสิทธิภาพของรูปแบบฯ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 10 ท่าน และ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จำนวน 5 ท่าน
2. ผู้วิจัยทำการประเมินความพึงพอใจ โดยผู้ประกอบการ จำนวน 5 ท่าน ผู้บริโภคจำนวน 50 คน ในการประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ. สุโขทัย

7. สรุปผลการวิจัย

7.1. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรม ตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ. สุโขทัย

7.1.1 ผลการศึกษาจากภาคเอกสาร และ ประชุมกลุ่มย่อยผู้เชี่ยวชาญ สามารถสรุปองค์ประกอบของทุนทางวัฒนธรรมไทยตามแนวทางของกระทรวงวัฒนธรรม ในฐานข้อมูล <http://www.thaiculture.in.th/> ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ เพื่อนำไปพัฒนาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ได้ ดังนี้



รูปที่ 2 ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบรูปแบบการคัดกรองเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการออกแบบ (8 วิถีไทย) กับความรู้จากทุนทางวัฒนธรรมตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ. สุโขทัย

7.1.2 ผลการศึกษาแนวทางและพัฒนารูปแบบกระบวนการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผ่านการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ มีค่าดัชนีความคิดเห็นสอดคล้องเฉลี่ยที่ 0.89 โดยได้ 3 กระบวนการสำคัญในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

7.1.2.1 กระบวนการเตรียมและการยอมรับมี 3 ขั้นตอนที่มีความสัมพันธ์กันดังนี้

7.1.2.1.1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น โดยการทบทวนวรรณกรรมและศึกษาข้อมูลจากภาคสนาม และเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมโดยการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับภาคีเครือข่ายตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ. สุโขทัย

7.1.2.1.2 การวิเคราะห์ด้วย เทคนิคการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT) และ เทคนิคการแปลงหน้าที่ ผลิตภัณฑ์เชิงคุณภาพ ให้เป็นแนวทางปฏิบัติ QFD (Quality Function Deployment) ได้ประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากทุนทางวัฒนธรรม 5 กลุ่มประเภท คือ

1. ผลิตภัณฑ์อาหาร
2. ผลิตภัณฑ์ของใช้ของที่ระลึก
3. ผลิตภัณฑ์ผ้า
4. ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม
5. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีใช้อาหารและยา

7.1.2.1.3 การสังเคราะห์สรุป เลือกพัฒนาด้านแบบ ด้วยเทคนิคการตัดสินใจด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น AHP (Analytic Hierarchy Process)

7.1.2.2 กระบวนการออกแบบมี 3 ขั้นตอนที่มีความสัมพันธ์กันดังนี้

7.1.2.2.1 การใช้ระบบคัดกรอง (8 วิถีไทย) กับมรดกทางวัฒนธรรม ตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ. สุโขทัย ในการสร้างแรงบันดาลใจและแนวคิดการออกแบบ

7.1.2.2.2 การพัฒนาและออกแบบร่าง

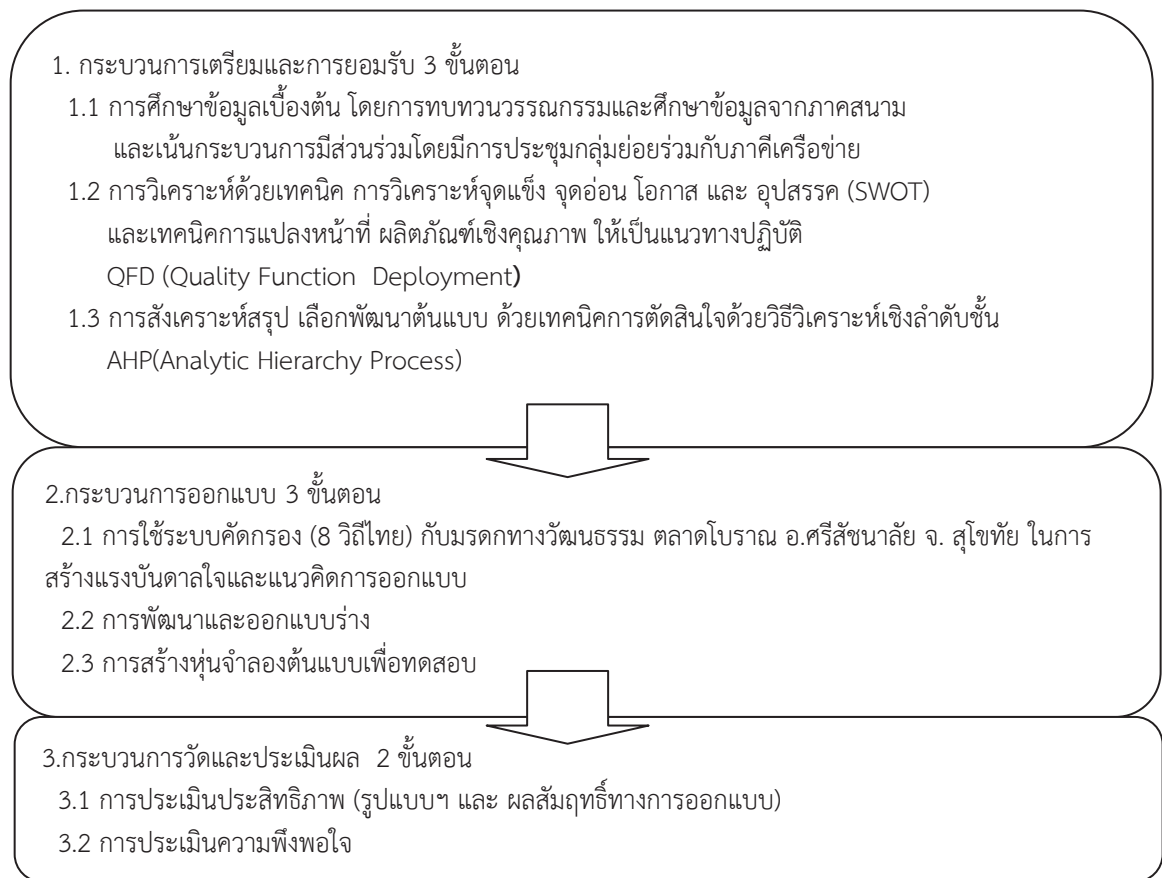
7.1.2.2.3 การสร้างหุ่นจำลองเพื่อทดสอบ

7.1.2.3 กระบวนการวัดและประเมินผล 2 ขั้นตอนที่มีความสัมพันธ์กันดังนี้

7.1.2.3.1 การประเมินประสิทธิภาพ (รูปแบบฯ และ ผลสัมฤทธิ์ทางการออกแบบ)

7.1.2.3.2 การประเมินความพึงพอใจ

โดยลักษณะของรูปแบบและโครงสร้างความสัมพันธ์ของรูปแบบ ดังปรากฏในรูปที่ 3



รูปที่ 3 ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรม ตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ.สุโขทัย

ตารางที่ 1 แสดงการสรุปแนวทางเลือกพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบด้วย AHP ได้แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้และของที่ระลึก

เกณฑ์การตัดสินใจ	ผลิตภัณฑ์อาหาร	ผลิตภัณฑ์ของใช้ของที่ระลึก	ผลิตภัณฑ์ผ้า	ผลิตภัณฑ์ของใช้	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีใช้อาหารและยา	ลำดับความสำคัญ
ผลิตภัณฑ์อาหาร	1	1/5	1/3	1/4	1/3	2.4
ผลิตภัณฑ์ของใช้ของที่ระลึก	5	1	1	5	4	16
ผลิตภัณฑ์ผ้า	3	1	1	3	1	10
ผลิตภัณฑ์ของใช้	4	1/5	1/3	1	1/2	6
ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีใช้อาหารและยา	3	1/4	1	2	1	7.25

กระบวนการสังเคราะห์และสรุป เลือกพัฒนาต้นแบบ ด้วย เทคนิควิธีวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น AHP(Analytic hierarchy process) แสดงรายละเอียดในตารางที่ 1 และ 2

จากตารางที่ได้แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้และของที่ระลึกที่เหมาะสมและสำรวจข้อมูลเพื่อสรุปเป็นตัวผลิตภัณฑ์สำหรับพัฒนาต้นแบบดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการสำรวจและการตอบแบบสอบถามความต้องการของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ของใช้และของที่ระลึก

ความต้องการของผู้บริโภคในตัวผลิตภัณฑ์	จำนวน (100 คน)	ร้อยละ (100%)	ระดับ
1.ประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้และของที่ระลึก			
1.1 แม่เหล็กติดตู้เย็น (Magnets)	21	21	1*
1.2 หมวก ผ้าพันคอ ผ้าพันตัว (Hats and Scarves)	14	14	3
1.3 กระเป๋าผ้า (bag)	12	12	5
1.4 เครื่องประดับ (Jewelry)	10	10	6
1.5 งานศิลปะและของตกแต่งบ้าน (Artifacts and Household Items)	13	13	4
1.6 อาหารแปรรูป (Local dry food items)	3	3	9
1.7 ไปสการ์ด ไปสเตอร์ หรือสิ่งพิมพ์บนกระดาษ (Postcards, Posters, etc)	4	4	8
1.8 งานหัตถกรรมท้องถิ่น (Local handicraft)	6	6	7
1.9 เสื้อยืด (T-shirts)	16	16	2*
1.10 แก้วกาแฟทรงสูงและแก้วใสทรงเล็ก (Mugs and shot glasses)	1	1	10

สรุปผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาพัฒนาเป็นแนวทางในการออกแบบคือเลือกจากผลสำรวจความต้องการของผู้บริโภคสูงสุด 2 อันดับคือ 1.แม่เหล็กติดตู้เย็น (Magnets) 2.เสื้อยืด (T-shirts) และทำการออกแบบโดยนำแนวคิดจากระบบคัดกรอง (8 วิถีไทย) กับมรดกทางวัฒนธรรม ตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ. สุโขทัย มาประยุกต์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและแนวคิดในการออกแบบ ซึ่งสิ่งที่ถูกสะท้อนในงานออกแบบมากที่สุดคือ การออกแบบให้เรียบง่าย เพื่อสะดวกต่อการรับรู้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค โดยตัวผลิตภัณฑ์พัฒนาจากรูปแบบ วิธีการดำเนินชีวิตพื้นบ้านที่พึ่งพาอาศัยแม่น้ำยม และประเพณีท้องถิ่น รวมถึงสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นคือ สะพานแขวน และวัดพระปรางค์ เมื่อสรุปแบบร่างโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน แล้วจึงนำมาปรับปรุง พัฒนาต้นแบบ ได้ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงผลิตภัณฑ์ต้นแบบ แม่เหล็กติดตู้เย็น(Magnets)

รูปแบบ	รายละเอียด
	แนวคิดจากสถาปัตยกรรมวัดพระปรางค์ และวิถีแห่งลำน้ำยมที่ชาวศรีสัชนาลัยใช้แม่น้ำยมในการเดินทางและสัญจรในวิถีชีวิต เชื่อมโยงกับตลาดโบราณในสามท่าน้ำคือ ทำเสด็จ ทำพระปรางค์ และ ทำซอ
	แนวคิดจากสถาปัตยกรรมวัดพระปรางค์ และวิถีแห่งลำน้ำยมที่ชาวศรีสัชนาลัยใช้แม่น้ำยมในการเดินทางและสัญจรในวิถีชีวิต

ตารางที่ 4 แสดงผลิตภัณฑ์ต้นแบบเสื้อยืด (T-shirts)

รูปแบบ	รายละเอียด
	แนวคิดจากการสถาปัตยกรรมวัดพระปฐมเจดีย์ และวิถีแห่งลำน้ำยมที่ชาวศรีสะเกษน่ายมใช้แม่น้ำยมในการเดินทางและสัญจร
	แนวคิดจากวิถีตลาด และศิลปะพื้นบ้าน ซึ่งเป็นวิถีชีวิตและประเพณีท้องถิ่นของชาวศรีสะเกษ

7.2 ผลการศึกษาความพึงพอใจ

ผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่ประเมินผลิตภัณฑ์ ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรายด้านของผู้ประกอบการ และผู้บริโภค ที่ใช้งานผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (n=55)

รายการ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ($\bar{x}$)	ค่าแสดงส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)
1. ด้านตัวสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	4.01	0.40
2. ด้านการดึงดูดใจจากการออกแบบ	3.90	0.51
3. ด้านขนาด รูปร่างและน้ำหนักที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการนำพาหรือขนส่ง	4.09	0.29
4. ด้านราคา	3.96	0.47
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99	0.42

จากตารางค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่ประเมินผลิตภัณฑ์เท่ากับ ($\bar{x}$ = 3.99) อยู่ในเกณฑ์ดี

8. อภิปรายผล

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากทุนทางวัฒนธรรมตลาดโบราณ อ.ศรีสะเกษ จ. สุโขทัยเป็นผลิตภัณฑ์ที่มี การใช้ มรดกทางวัฒนธรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ เข้ามามีส่วนในการพัฒนาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้ เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค คือ แม่เหล็กติดตู้เย็น และเสื้อยืด (T-shirts) โดยทุนทางวัฒนธรรม ตลาดโบราณ อ.ศรีสะเกษ จ.สุโขทัยจะปรากฏบนผลิตภัณฑ์ ในรูปแบบกราฟิกที่สะท้อนวิถีชีวิต ในการใช้แม่น้ำยมในการสัญจร เป็นแหล่งอาหาร เส้นทางการค้าขาย รวมถึง เป็นเส้นทางวัฒนธรรมทางน้ำโบราณที่เปรียบเสมือนเส้นเลือดใหญ่หล่อเลี้ยง ผู้คนในชุมชน ผสานกับความโดดเด่นของสถาปัตยกรรม ในท้องถิ่นซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนางานวิจัยหลายโครงการ เช่น การศึกษาเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมล้านนาเพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบงานเครื่องเรือน [6] การศึกษาและพัฒนาของที่ระลึก จากเครื่องแขวนไทย [7] การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น หมู่บ้านถวายจังหวัดเชียงใหม่ [8] และนอกจากนี้ยังสามารถเชื่อมโยงประเด็นความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรมได้กับงานวิจัยของ อรุณี ปัญญสวัสดิ์สุทธิ์ ที่ศึกษาเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมในแบบจำลองการเจริญเติบโต ทางเศรษฐกิจ โดยให้ความสำคัญว่าทุนทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างสรรค์งาน [9] รวมถึงแนวทางการพัฒนาจากทุนวัฒนธรรมของกระทรวงวัฒนธรรม [10] ซึ่งได้รวบรวมและวิเคราะห์ มรดกทางวัฒนธรรม รวมถึง วิถีชีวิต เพื่อเป็นกรอบในการนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และข้อค้นพบในการวิจัยที่ได้คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากทุนทางวัฒนธรรมตลาดโบราณ อ.ศรีสะเกษ จ. สุโขทัย ซึ่งมีรูปแบบเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ ผลิตภัณฑ์ที่ได้อาจไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่เป็นการประยุกต์ใช้ทุนวัฒนธรรมในรูปแบบของกราฟิกบนตัวผลิตภัณฑ์ โดยรูปแบบที่ได้รับการประเมินความพึงพอใจในเกณฑ์

ดี นอกจากนั้นวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากแนวคิดดังกล่าวมีความเป็นระบบ สามารถทำความเข้าใจ และเรียนรู้ได้ง่าย อันจะทำให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดขึ้นในชุมชน ได้ต่อไป

9. ข้อเสนอแนะ

การทำวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมตลาดโบราณ อ.ศรีสัชนาลัย จ. สุโขทัยในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับความต้องการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรม ในพื้นที่อื่นๆ ที่ต้องการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งจะทำให้มีการพัฒนาที่หลากหลายและตรงกับความต้องการของผู้ผลิตและผู้บริโภคอย่างแท้จริง
2. ควรมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรม สำหรับชุมชนในระดับต่าง ๆ กันเช่น ระดับอำเภอ และระดับจังหวัด โดยพิจารณาถึงความแตกต่างระหว่างพื้นที่ ซึ่งจะเป็ปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดองค์ประกอบของรูปแบบ

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณคณะกรรมการเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่สนับสนุนทุนวิจัย รวมถึง ผู้ประกอบการ ประชาชน ภาคีเครือข่ายในพื้นที่ทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์และอำนวยความสะดวกการจัดทำงานวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- [1] Economic Development Board National Society And TCDC . 2552. **Preliminary Report creative economy**. Bangkok: B . C . Press (Boon Chin) Limited .
- [2] Bourdieu, Pierre. 1986. 'The Forms of Capital' in John Richardson (ed.) **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education**. New York: Greenwood Press.
- [3] Warakorn Samkoset . 2553. Documentation. Describing the **creative economy Chanthaburi** May 7, 2553 . Chanthaburi : published by the Bureau Chanthaburi.
- [4] Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A.-G. 2009. **Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses**. *Behavior Research Methods*, 41, p.1149-1160.
- [5] Nongluk viratchai . 2555. **The sample sizes in the research hypothesis** . documentation The lecture entitled "How accurate and up to date to determine the sample size, " a project organized by the Research Zone Learning Center at the Research Center for Learning Research . Commission National Research (college.) On January 26, 2555. Time 9:00 to 12:00 pm.
- [6] Thanyapak Thidet , et al. 2555. **A Study of Lanna Art Identity for Applied in Furniture Design**. *Journal of Industrial Education*. 11(1), p. 208-219
- [7] Kittisak Tamasakchai , et al. 2558. **Study and development souvenir product from thai flower mobile**. *Art and Architecture Journal* , Faculty of Arts . Naresuan University, 6 (1) , p. 149-160 .
- [8] Buraparat Nanchai , et al. 2558. **Study and Development products from local wisdom of Baan Tawal village , Chiangmai**. *Journal of Industrial Education*, 14(1), p. 116-120
- [9] Arunee Punyasavatsut. 2554. **Cultural Capital in an Endogenous Growth Model**. The 49th Kasetsart University Annual Conference.
- [10] Central information cultural center . 2556 . **9 cultural heritage and way of life 8 Thailand** . (Culture Online) . Retrieved August 11, 2557 from: <http://www.thaiculture.in.th/index>.