

การวิเคราะห์และประเมินผลต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 6 กรกฎาคม 2565

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 19 ตุลาคม 2565

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 25 ตุลาคม 2565

ธนธณ์ แจ่มไม้^{1*}

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม และ 2) เพื่อประเมินผล การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมจากการนำลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร ไปใช้ มีวิธีดำเนินการวิจัยด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ วัฒนธรรม จังหวัดกำแพงเพชร ปราชญ์ชาวบ้าน และนักวิชาการ จำนวน 6 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบ สัมภาษณ์เชิงลึก มีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยเรียงตามวัตถุประสงค์ พบว่า 1) ต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์สำหรับการเพิ่มมูลค่า ทางวัฒนธรรมมีต้นทุนในด้านของต้นทุนแรงงาน ต้นทุนค่าออกแบบ และต้นทุนวัตถุดิบตามลำดับ 2) การประเมินผลการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมจากการนำลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลก เมืองกำแพงเพชรไปใช้ทำให้เกิดประโยชน์ในด้านการช่วยส่งเสริมเอกลักษณ์ของจังหวัดกำแพงเพชร เกิด ประโยชน์ในด้านการช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรม และทำให้มีรายได้จากการนำลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถาน มรดกโลกมาใช้

คำสำคัญ: ลวดลายเอกลักษณ์ มรดกโลกเมืองกำแพงเพชร ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม การวิเคราะห์ต้นทุน

วิธีการอ้างอิง:

ธนธณ์ แจ่มไม้. (2565). การวิเคราะห์และประเมินผลต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ จากโบราณสถาน มรดกโลกเมืองกำแพงเพชร สำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 4(3), 44-62.

Cost Analysis and Evaluation of Product Identity of World Heritage Site of Kamphaeng Phet for Value-added Cultural Products.

Received: 6 July 2022

Revised: October 19, 2022

Accepted: October 25, 2022

Thanatorn Jangmo^{1*}

Lecture of Entrepreneurship, Faculty of Management Science,
Kamphaeng Phet Rajabhat University

Abstract

The objectives of this research were to analyse the cost of product identity patterns of World Heritage Kamphaeng Phet archaeological sites for adding the value of cultural products and assess the effect of adding value to cultural products from the application of cultural product identity patterns derived from the sites. This qualitative research applied an in-depth interview for collecting the data. The 6 key informants were the director of provincial culture of Kamphaeng Phet Province, village sages and academics. The research tool was an in-depth interview form. The data were analysed by using content analysis. The results showed that the major costs of product identity patterns for adding cultural value were labor costs, design costs and raw material costs, respectively. Also, the results of the assessment indicated that the value-added cultural products of World Heritage Kamphaeng Phet archaeological sites by applying the unique patterns can be beneficial to promote the identity of Kamphaeng Phet Province in terms of cultural conservation and an increase of income.

Keywords: unique patterns, World Heritage site of Kamphaeng Phet, cultural products, cost analysis.

Cite this article as:

Thanatorn Jangmo. (2022). Cost Analysis and Evaluation of Product Identity of World Heritage Site of Kamphaeng Phet for Value-added Cultural Products. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 4(3), 44-62.

*Corresponding Author: weerawan.kkokk@gmail.com

บทนำ

รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศในระยะยาว เพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งหนึ่งในนั้นประกอบด้วยประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันและมีแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาตินั้นคือด้านการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรมีต้นทุนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมระดับนานาชาติ นั่นคือ โบราณสถานมรดกโลก เมืองกำแพงเพชร ตั้งอยู่ในเขตตำบลในเมือง อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร ไม่ไกลจากจังหวัดสุโขทัยเท่าใดนัก ลักษณะของศิลปะและสถาปัตยกรรมในอุทยานแห่งนี้เป็นศิลปะแบบเดียวกับที่ปรากฏในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย มีโบราณสถานที่สวยงามและขนาดใหญ่มากมายหลายแห่งที่มีลวดลายและเอกลักษณ์เฉพาะตัวซึ่งมีความเหมาะสมเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

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

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีคำถามการวิจัยในครั้งนี่ว่า ลวดลายเอกลักษณ์เฉพาะจากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมอย่างมีคุณภาพเป็นอย่างไร อันจะนำไปสู่เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการกระจายรายได้ไปยังยั่งยืนสืบไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อสำรวจความหมายและรูปแบบของลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม
2. เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์และประเมินผลตอบแทนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม” มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 1) แนวคิดทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรม
- 2) แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต
- 3) แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล
- 4) แนวคิดเรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์
- 5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1) แนวคิดทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรม

1. แนวคิดทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคมเป็นนามธรรม ซึ่งหมายถึง ความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น ความสามัคคีร่วมพลัง การมี องค์กร มีหน่วยงานที่จัดระบบต่างๆ ในชุมชนมี ศิลปวัฒนธรรม มีจิตรวมในมีศีลธรรม มีความสมัคร สนิทรักใคร่กลมเกลียวกัน ซึ่งเป็นพื้นฐานให้ท้องถิ่น และ ชุมชนมีการพัฒนาที่เข้มแข็งและยั่งยืน (สำนักงานกองทุนเพื่อสังคม, 2543) ซึ่งประเวศ วะสี (2541) ได้ อธิบาย ว่า “ทุนทางสังคม” เป็นคำที่นำมาใช้ในแง่บวก และสื่อกันสิ่งที่สำคัญต้องทำความเข้าใจในเรื่อง ของทุน ก่อน คือ ทุน ไม่ได้มีแต่ทุนที่เป็นเงินเท่านั้น แต่มีทุนอื่นๆ อีก เช่น ทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทาง สิ่งแวดล้อม ซึ่ง “ทุน ทางสังคม” หมายถึง ความเป็นกลุ่มก้อนกันทางสังคม การมีการศึกษาดี การมีวัฒนธรรม การมีความซื่อสัตย์ สุจริต การมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม การมีประสิทธิภาพในการทำงาน การมีการเมือง และระบบราชการที่ดี ทั้งนี้ทุนทางสังคมเป็นฐานที่ทำให้เศรษฐกิจดี ประเทศใดที่มีทุนทางสังคมมาก ย่อมส่งผล ดีต่อการพัฒนาประเทศ รวมทั้ง นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2541) เป็นนักคิด อีกท่านหนึ่งที่ได้ให้ความสนใจและแสดง ทรรศนะเกี่ยวกับประเด็นของทุนทางสังคม ไว้ว่า ทุนทางสังคมของคนไทย ไม่ใช่มีความหมายเพียงแต่คุณภาพ ของคนในสังคมที่มีอนามยดี การศึกษาดี และมีสมรรถภาพในการผลิตคนเท่านั้น คนไทยสังคมมีทุนทางสังคม อีกมากมาย เพียงแต่ว่าทุนทางสังคมเหล่านั้นไม่ได้มีโอกาสดำเนินการปรับเปลี่ยนให้ก้าวหน้าตามความเปลี่ยนแปลง ที่เกิดขึ้น ทุนทางสังคมเป็นปัจจัยหนึ่งในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับชุมชน เป็นทุนที่มีจำนวนมหาศาล ที่จะผลักดันการดำเนินการให้ชุมชนและท้องถิ่นเกิดความ แข็งแรงก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในการ พัฒนาและแก้ไขปัญหา ตลอดจนดำเนินการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้แก่ชุมชนและท้องถิ่นที่มีความเข้มแข็ง เป็นที่ฝึกหัดการบริหารจัดการของชุมชนและท้องถิ่น สร้างให้ประชาชนสำนึกและเกิดความรับผิดชอบต่อชุมชน และท้องถิ่น ถ้ามีสังคมที่มีทุนที่สมบูรณ์มั่นคง เพียงพอ เท่ากับเป็นภูมิคุ้มกันให้สังคมไม่ต้องประสบภาวะวิกฤต ทุนทางสังคมที่สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนท้องถิ่น (สำนักงานกองทุนเพื่อสังคม, 2543) ทุนทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาเป็นองค์ประกอบหนึ่งของทุนทางสังคมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งยวดต่อการพัฒนาประเทศเนื่อง ด้วยประเทศไทยมีความโดดเด่นและมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีผู้มีความรู้ด้านภูมิปัญญาไทยมากมาย กระจายอยู่ทุกพื้นที่ ซึ่งหากสามารถพัฒนาและใช้ประโยชน์จากทุนดังกล่าวได้อย่างเต็มที่แล้ว ก็จะสามารถสร้าง สรรค์คุณค่าและมูลค่าเพิ่มต่อเศรษฐกิจและ สังคมไทย

2. แนวคิดเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง (Self-sufficient economy) ประเวศ วะสี (2541) ได้ให้ ความหมายของเศรษฐกิจชุมชนไว้ด้วยกันหลายความหมายดังนี้เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง หมายถึง การประกอบสัมมาอาชีพของชาวบ้านที่เน้นการร่วมมือกันในรูปกลุ่มกิจกรรมการเกษตรต่อเนื่องการเกษตร และนอกภาคการเกษตรในระดับครอบครัวเพื่อพอกินพอใช้และกิจกรรมกลุ่มอาจขยายสู่ระดับชุมชนและ สู่ภูมิภาคในอนาคตในการนี้ได้เน้นจุดหมายเพื่อให้คนที่มีความสุขและชุมชนมีความเข้มแข็งเศรษฐกิจชุมชนหรือ เศรษฐกิจชุมชนหรือเศรษฐกิจพื้นฐาน หมายถึง เศรษฐกิจที่คำนึงถึงการทะนุบำรุงพื้นฐานของตัวให้เข้มแข็งทั้ง ทางสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจพื้นฐานของสังคมก็คือชุมชน

2) แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต

ชาญศักดิ์ ตั้งสันติกุลานนท์ (2560) กล่าวว่า ต้นทุน (Cost) หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่องค์กรใช้ ประโยชน์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ได้กำหนดไว้ เช่น ต้นทุนของวัตถุดิบและแรงงาน ที่เกิดขึ้นเพื่อผลิต สินค้าหรือบริการ และเมื่อต้นทุนได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจแล้ว ต้นทุนส่วนนั้นจะเปลี่ยนสภาพไปเป็น

ค่าใช้จ่าย (Expense) ซึ่งจะนำไปหักจากรายได้ในแต่ละงวดบัญชี ต้นทุนการผลิต คือ ต้นทุนที่ทำให้ได้สินค้าสำเร็จรูปใดๆ ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง ที่เบิกใช้ในการผลิต แรงงานทางตรงที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตและค่าใช้จ่ายในการผลิต เมื่อทั้ง 3 ส่วนประกอบ ได้เข้าสู่ขั้นตอนต่างๆ ของการผลิตก็จะถูกแปรสภาพเป็นสินค้าสำเร็จรูปต่อไป

$$\text{ต้นทุนการผลิต} = \frac{\text{ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง} + \text{ค่าแรงงานทางตรง} + \text{ค่าใช้จ่ายการผลิต}}{\text{จำนวนสินค้าที่ผลิตในงวดนั้น}}$$

การจำแนกประเภทต้นทุนได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ไว้หลายวิธี ซึ่งแต่ละวิธีจะช่วยในการ ตัดสินใจในโครงการต่างๆ ในแต่ละด้านได้อย่างมีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการดำเนินการสามารถแยกประเภทเพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ คือ การจำแนกต้นทุนตามพฤติกรรมของต้นทุน และจำแนกต้นทุนตามหน้าที่ของต้นทุนได้ดังนี้

การจำแนกต้นทุนตามพฤติกรรมของต้นทุน

เป็นการจำแนกต้นทุนตามความสัมพันธ์ที่มีต่อกิจกรรมหรือการวิเคราะห์พฤติกรรมต้นทุน และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรมประกอบด้วยต้นทุน ดังต่อไปนี้

1. ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) คือต้นทุนที่มีพฤติกรรมคงที่ หมายถึง ต้นทุนรวมที่ไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปตามระดับการผลิตในช่วงของการผลิตระดับหนึ่ง แต่ต้นทุนต่อหน่วยจะเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามปริมาณการผลิตที่เปลี่ยนแปลง กล่าวคือ หากปริมาณการผลิตมากขึ้นทำให้ต้นทุนคงที่ต่อหน่วยลดลง ตัวอย่างของต้นทุนคงที่ นอกจากนี้ ยังสามารถแบ่งต้นทุนคงที่ออกได้เป็นสองประเภท คือ ต้นทุนคงที่ที่เป็นเงินสดและต้นทุนคงที่ที่ไม่เป็นเงินสด

1.1 ต้นทุนคงที่ที่เป็นเงินสด หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ผู้ผลิตจะต้องจ่ายในรูปของเงินสดในจำนวนคงที่รอบการผลิต ได้แก่ ค่าเช่าที่ดิน ค่าภาษีที่ดิน เป็นต้น

1.2 ต้นทุนคงที่ที่ไม่เป็นเงินสด หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ผู้ผลิตไม่ได้จ่ายออกไปจริงในรูปของเงินสดหรือเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ที่ประเมินได้ ได้แก่ ค่าใช้ที่ดินในกรณีที่ดินเป็นของตนเอง ค่าเสื่อม ราคาของอุปกรณ์การเกษตร และค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนในการซื้ออุปกรณ์การเกษตรในหนึ่งรอบการผลิต

2. ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) คือ ต้นทุนการผลิตที่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณของผลผลิต ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการใช้ปัจจัยผันแปรในการผลิต โดยปัจจัยผันแปรจะใช้หมดไปในช่วงการผลิตนั้นๆ ต้นทุนผันแปรสามารถแยกออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ต้นทุนผันแปรที่เป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสด

2.1 ต้นทุนผันแปรที่เป็นเงินสด หมายถึง ต้นทุนผันแปรที่ผู้ผลิตจ่ายออกไปจริงเป็นเงินสดจากการใช้ปัจจัยผันแปรต่างๆ ได้แก่ ค่าจ้างแรงงาน ค่าวัสดุอุปกรณ์การเกษตร และค่าซ่อมแซมอุปกรณ์การเกษตร

2.2 ต้นทุนผันแปรที่ไม่เป็นเงินสด หมายถึง ต้นทุนผันแปรที่ผู้ผลิตไม่ได้จ่ายออกไปจริงในรูปของเงินสด หรือค่าใช้จ่ายคงที่ที่ประเมินได้ เป็นค่าใช้จ่ายที่คิดให้กับปัจจัยการผลิตผันแปรต่างๆ ที่เป็นของผู้ผลิตเองหรือได้รับมาและนำไปใช้ในรูปสิ่งของ ได้แก่ ค่าแรงงานของบุคคลในครอบครัว ค่าวัสดุอุปกรณ์การเกษตรที่เกษตรกรผลิตได้เองหรือได้รับมาฟรี และค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนหมุนเวียน

3. ต้นทุนผสม (Mixed Cost) คือต้นทุนที่มีพฤติกรรมผสมระหว่างต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร ซึ่งเป็นการยากที่จะกำหนดหรือระบุว่าต้นทุนส่วนใด จำนวนเท่าใดเป็นต้นทุนคงที่และต้นทุน ส่วนใดจำนวนเท่าใดเป็นต้นทุนผันแปรโดยที่ในทางปฏิบัติมักจะมีต้นทุนในลักษณะนี้อยู่เป็นจำนวนมาก การจำแนกต้นทุนตามหน้าทำงาน เป็นการพิจารณาต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานในหน้าที่ต่างๆ ซึ่งโดยปกติแล้วจะแบ่งออกเป็นสองส่วน คือส่วนงานที่เกี่ยวกับการผลิตกับส่วนงานที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิต โดยต้นทุนผสมนี้จะแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ ต้นทุนกึ่งผันแปร และต้นทุนกึ่งคงที่หรือต้นทุนเชิงขั้น

3.1 ต้นทุนกึ่งผันแปร (Semi Variable Cost) หมายถึง ต้นทุนที่จะมีต้นทุนที่มีต้นทุนส่วนหนึ่งคงที่ทุกระดับของกิจกรรม และมีต้นทุนอีกส่วนหนึ่งจะผันแปรไปตามระดับของกิจกรรม เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าโทรสาร เป็นต้น อย่างไรก็ตามในบางครั้งก็เป็นการยากที่จะระบุได้ว่า ต้นทุนส่วนใดเป็นต้นทุนผันแปร ดังนั้นจึงจำเป็นต้องใช้เทคนิคในการประมาณต้นทุนเข้าช่วยในการวิเคราะห์ ซึ่งเทคนิคในการประมาณต้นทุนจะได้ศึกษาต่อไปในส่วนของงบต้นทุนที่เกี่ยวกับการใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ

3.2 ต้นทุนเชิงขั้น (Step Cost) หรือต้นทุนกึ่งคงที่ (Semi Fixed Cost) หมายถึง ต้นทุนที่จะมีจำนวนคงที่ ณ ระดับกิจกรรมหนึ่งและจะเปลี่ยนไปคงที่ในอีกระดับกิจกรรมหนึ่ง เช่น เงินเดือน ผู้ควบคุมงาน ค่าเช่าบางลักษณะ เป็นต้น

การจำแนกต้นทุนตามหน้าทำงาน

การจำแนกต้นทุนตามหน้าทำงาน สามารถจำแนกได้ 2 ประเภท

1. ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการผลิต (Manufacturing cost) เป็นต้นทุนเกี่ยวกับการผลิตทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าปกติเป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นในโรงงาน ซึ่งได้แก่ ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ต้นทุนแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต

2. ต้นทุนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิต (Non-Manufacturing cost) ต้นทุนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิต หมายถึง ต้นทุนที่เกิดขึ้นกับส่วนงานที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า ซึ่งสามารถแบ่งได้ 3 ประเภท

2.1 ต้นทุนทางการตลาด (Marketing cost) หมายถึง ต้นทุนที่เกิดขึ้นเนื่องจากการจำหน่ายสินค้า เช่น ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ค่าโฆษณา

2.2 ต้นทุนทางการบริหาร (Administrative cost) หมายถึง ต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการบริหารกิจการ เกี่ยวกับการสั่งการ การควบคุม รวมทั้งการดำเนินงานของกิจการ เป็นต้น

2.3 ต้นทุนทางการเงิน (Financial cost) หมายถึง ต้นทุนที่เกิดขึ้นเนื่องจากเงินทุนที่กิจการนำมาลงทุน เช่น ดอกเบี้ยจ่าย การวิเคราะห์ต้นทุน ในการวิเคราะห์ต้นทุนจะใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์โดยอ้างอิงจากการจัดประเภทของต้นทุน ตามพฤติกรรมและจัดประเภทต้นทุนตามหน้าทำงาน โดยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้น จากนั้นนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้นั้นจำแนกเป็นต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและต้นทุนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิต

3) แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

ในปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ในยุคที่มีข้อมูลมากมายที่หลั่งไหลไปหาผู้บริโภคนั้น ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูงมากขึ้น ส่งผลต่อพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้บริโภค ทั้งในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการชมรายการโทรทัศน์การอ่านข่าวสารหรือบทความ การเล่นเกมหรือแม้แต่การสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตก็มีการเติบโตขึ้นอย่างมาก (อริสรา ไวยเจริญ, 2558) โดยที่ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องเดินทางออกนอกบ้าน ด้วยความสะดวกสบายที่ง่ายดาย ทำให้เกิดพฤติกรรมที่

เรียกว่าการเสฟสื่อหลายหน้าจอ (Multi-Screen) ในเวลาเดียวกัน ส่งผลให้ผู้บริโภคมีสมาธิหรือจดจ่อกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งนั้นสั้นลงเรื่อย ๆ ยิ่งถ้าเป็นการตลาดหรือโฆษณาแล้วนั้นยังมีความสนใจที่จะอยากรู้อยากดูนั้นสั้นลงไปอีก ซึ่งทำให้กับการตลาดนั้นต้องปรับตัวอย่างมากมายจนต้องหาวิธีใหม่ๆ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในยุคนี้ได้

ทั้งนี้เมื่อเวลามีค่ามากขึ้นทุก ๆ วินาทีต้องถูกใช้ให้เป็นประโยชน์ทำให้ผู้บริโภคนั้นมีทางเลือกว่าจะเลือกหรือไม่เลือกที่จะบริโภคเนื้อหาอะไรมากขึ้นไปอีก ถ้ายังได้เจอเว็บไซต์หรือเนื้อหาที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อตัวเอง ก็จะมีความรู้สึกแหย่ต่อแบรนด์ดังกล่าวไปเลย หรือถ้าได้เจอเนื้อหาที่ยาวมากไปผู้บริโภคจะเลิกอ่านทันที เพราะต้องมีสิ่งอื่นให้ทำต่อไปในชีวิต ซึ่งผู้บริโภคในยุคนี้ต้องการที่จะหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อตัวเองมากกว่าการยึดเหนี่ยวหรือมีเนื้อหาทางการตลาดมากมายเกินไป ทั้งนี้การทำให้เนื้อหาเพื่อรองรับความต้องการผู้บริโภค นั้นจึงมีความสำคัญขึ้นมากในอนาคต เนื่องจากผู้บริโภคสนใจอ่านเนื้อหาที่เน้นความสนุกสนานบันเทิงก่อนอย่างอื่น ผู้บริโภคมากกว่าหนึ่งในสามให้ความสำคัญกับความสนุกมากกว่าความน่าเชื่อถือ และมากกว่าร้อยละ 40 ไม่ได้ตรวจสอบข่าวที่ได้รับก่อนที่จะแชร์ต่อไปให้คนอื่น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการตั้งข้อสงสัยเรื่องความน่าเชื่อถือของเนื้อหามากขึ้นมากกว่าร้อยละ 60 สงสัยว่าข่าวสารที่ได้มีความลำเอียงหรือไม่ภาพที่เห็นมีการปรับเปลี่ยนหรือปลอมหรือผู้เขียนถูกจ้างมาเขียน หรือได้รับผลประโยชน์จากการเขียนในเชิงบวกหรือไม่จึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่นักการตลาดจะต้องคำนึงถึงอีกด้วย

4) แนวคิดเรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

ในปัจจุบันสื่อประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อการสร้างการรับรู้ในตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นมาใหม่เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รุดคได้จำนวนมากที่ไม่จำกัด และแน่นอนว่าการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์เป็นต้นทุนชนิดหนึ่งที่ผู้ผลิตสินค้าต้องเผชิญ ดังนั้นแนวคิดเกี่ยวกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ประกอบด้วย 4 ประเด็น ดังนี้ 1) สื่อสร้างสรรค์ 3) แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล และ 4) ขั้นตอนการผลิตสื่ออินโฟกราฟิก 2 มิติ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สื่อสร้างสรรค์

สื่อสร้างสรรค์ หมายถึง สื่อนำเสนอในรูปแบบของเทคโนโลยีนำเสนอต่างๆ เช่น คลิปวิดีโอ หนังสือ ภาพ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เป็นต้น

เมื่อพิจารณาคำว่า “สื่อ” ในภาษาไทยกับคำในภาษาอังกฤษ พบว่ามีความหมายตรงกับคำว่า “media” (ในกรณีที่มีความหมายเป็นเอกพจน์จะใช้คำว่า “medium”)

คำว่า “สื่อ” ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของคำนี้ไว้ดังนี้ “สื่อ (กริยา) หมายถึง ติดต่อให้ถึงกัน เช่น สื่อความหมาย, ชักนำให้รู้จักกัน สื่อ (นาม) หมายถึง ผู้หรือสิ่งที่ติดต่อให้ถึงกันหรือชักนำให้รู้จักกัน เช่น เขาใช้จดหมายเป็นสื่อติดต่อกัน, เรียกผู้ที่ทำหน้าที่ชักนำให้ชายหญิงได้แต่งงานกันว่า พ่อสื่อ หรือ แม่สื่อ; (ศิลปะ) วัสดุต่างๆ ที่นำมาสร้างสรรค์งานศิลปกรรม ให้มีความหมายตามแนวคิด ซึ่งศิลปินประสงค์แสดงออกเช่นนั้น เช่น สื่อผสม”

การพิจารณาถึงเรื่องสื่อนี้มีปัจจัย 3 ประการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (1) วัสดุที่รองรับ (2) สัญลักษณ์ที่สร้างขึ้นอย่างมีความหมายเป็นสาร (3) พาหนะที่จะนำวัสดุที่มีสารไปให้ถึงผู้รับสาร

ดังนั้น จึงขึ้นอยู่กับวิธีการหาช่องทางของมนุษย์ในรูปแบบต่าง ๆ กัน ในการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นของคนแตกต่างกันไปตามยุคตามสมัย เช่น ใช้ “สื่อบุคคล” หรือ “คน” เพื่อการสื่อสารด้วย

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่ต่างกัน โดยคนได้คิดหาทาง ออกปฏิกิริยาเป็นสารให้คนอื่น ๆ เข้าใจความหมายใช้สื่อบุคคลในลักษณะเป็นพาหนะที่มีสารโดยเป็นเจ้าของที่ส่งเสริมและเผยแพร่การเกษตร สาธารณสุขออกไปพบปะพูดคุยกับประชาชน การใช้ศิลปินสื่อพื้นบ้านเพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ความรู้และเปลี่ยนแปลงทัศนคติการทำหมัน และการวางแผนครอบครัว การใช้บุรุษไปรษณีย์เพื่อนำจดหมายไปบริการประชาชน นอกจากนั้น สื่อบุคคลยังพยายามหาวัสดุเพื่อรองรับสาร เป็นช่องทางในการเผยแพร่ เช่น ใช้ฝาผนัง ผนังถ้ำ ดินเหนียว หนังสติ๊ก ไม้ไผ่ กระดาษสา แผ่นใส และแม่แตงงานศิลปหัตถกรรม การปั้น แกะสลัก ได้ใช้เป็นช่องทางในการถ่ายทอดสารให้คนอื่นได้รับสารบางอย่างอยู่ด้วย

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า สื่อ หมายถึง สิ่งใดๆ ก็ตามที่เป็นตัวกลางระหว่างแหล่งกำเนิดของสารกับผู้รับสาร เป็นสิ่งที่นำพาสารจากแหล่งกำเนิดไปยังผู้รับสาร เพื่อให้เกิดผลใดๆ ตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

สื่อ หมายถึง สิ่งที่ทำให้ปรากฏด้วยอักษร เครื่องหมาย ภาพ หรือเสียง ไม่ว่าจะได้จัดทำในรูปแบบของเอกสาร สิ่งพิมพ์ ภาพเขียน ภาพพิมพ์ ภาพระบายสี รูปภาพ ภาพโฆษณา รูปถ่าย ภาพยนตร์ วิดีทัศน์ การแสดง ข้อมูลคอมพิวเตอร์ในระบบคอมพิวเตอร์ หรือได้จัดทำในรูปแบบอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง (มาตรา 3 วรรค 2)

สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ หมายความว่า สื่อที่มีเนื้อหาส่งเสริมศีลธรรม จริยธรรม วัฒนธรรมและความมั่นคง ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การเรียน ทักษะการใช้ชีวิตของประชาชนโดยเฉพาะเด็กและเยาวชน และส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัวและสังคมรวมถึงการส่งเสริมให้ประชาชนมีความสามัคคี และสามารถใช้ชีวิตในสังคมที่มีความหลากหลายได้อย่างเป็นสุข (กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2558)

5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิติพล ธาระรูป, ปรัชญา พิระตระกูล และกมลศิริ วงศ์หมึก (2564) เมืองมรดกโลกกับการสร้างอัตลักษณ์ด้วยทุนทางวัฒนธรรมในธุรกิจสปา บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) อธิบายแนวทางการค้นหาจังหวัดที่มีทุนทางวัฒนธรรมสำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา และ 2) วิเคราะห์แนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรม การวิจัยใช้วิธีการเชิงคุณภาพ ได้แก่ 1) การวิจัยเอกสารจากการศึกษานโยบายและแผนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยทุนทางวัฒนธรรม หลังจากนั้นนำข้อค้นพบจังหวัดที่มีแนวทางการพัฒนาด้วยทุนทางวัฒนธรรมให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน พิจารณาคัดเลือกจังหวัดที่มีความเหมาะสมในการศึกษา และ 2) การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง คณะผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์แก่นสาระเพื่ออธิบายแนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรม

ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการค้นหาทุนทางวัฒนธรรม สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา ต้องศึกษานโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนของกระทรวง แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด และแผนพัฒนาจังหวัด ซึ่งจังหวัดสุโขทัย เป็นจังหวัดที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นพื้นที่ศึกษาทุนทางวัฒนธรรม สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา เพราะจังหวัดสุโขทัยกำหนดประเด็นการพัฒนาด้านทุนทางวัฒนธรรมในแผนพัฒนาจังหวัดอย่างชัดเจน และ จังหวัดสุโขทัยมีจุดแข็งด้านทุนทางวัฒนธรรม ได้แก่ การเป็นเมืองมรดกโลก งานศิลปหัตถกรรมที่โดดเด่น เช่น งานทองคำ เครื่องสังคโลก เป็นต้น และการได้รับคัดเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ผลการวิเคราะห์แนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรมพบว่า จังหวัดสุโขทัยมีแนวเรื่องที่แสดงทุนทางวัฒนธรรม 4 แนว เรื่อง ได้แก่ 1) ความสุข ประกอบด้วย ความพอเพียง มรดกทางวัฒนธรรมและความภาคภูมิใจ 2) ความประณีต ประกอบด้วย การผลิตด้วยช่างฝีมือผู้ชำนาญ การใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและความ

ละเอียดอ่อนซ้อย 3) ภูมิปัญญา ประกอบด้วย การตื่นรู้ การคงอัตลักษณ์ดั้งเดิม และเรียนรู้จากภูมิปัญญาบรรพบุรุษ และ 4) วิถีชุมชน ประกอบ ด้วยการผสมเข้ากับวิถีวัฒนธรรมชุมชนและการใช้ในชีวิตประจำวัน

กุลจิต เสงนา (2564) การออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นกับลวดลายวัฒนธรรมเขมรในอีสาน
การออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นกับลวดลายวัฒนธรรมเขมรในอีสานจากการศึกษาและทดลองคิดค้นหาเทคนิคและวิธีการเพื่อเป็นแนวทางสู่การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นใหม่โดยใช้ลวดลายของวัฒนธรรมเขมรในอีสานเฉพาะที่ได้จากเทวรูปที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ที่มีการจัดแสดงศิลปะเขมรมาเป็นข้อมูลซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดให้ชุมชนในพื้นที่เขตจังหวัดอุดรธานีมีส่วนร่วมให้การสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบชุดนี้จึงได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นจำนวน 5 ชุด รวม 25 ชิ้น รูปแบบของผลิตภัณฑ์มีการใช้งานที่หลากหลาย โดยได้นำเทคนิคสมัยใหม่บางประการมาใช้ร่วมกับวิธีการแบบเดิมจนได้เป็นงานออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นแบบร่วมสมัย สอดคล้องกับแนวคิดวิธีการออกแบบจากปรัชญาตะวันตกที่เน้นประโยชน์ใช้สอยมากกว่ารูปทรงและแนวคิดปรัชญาตะวันออกที่เน้นพื้นที่ว่างและความเรียบง่ายตามปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ จากการศึกษาจึงได้ข้อสรุปผลตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. การศึกษาคุณลักษณะของรูปแบบลวดลายจากเครื่องทรงเทวรูปของวัฒนธรรมเขมรในภาคอีสานพบว่า การออกแบบด้านเทคนิคในแบบเดิม คือ การสกัดทำให้เกิดรูปแบบลวดลาย ผู้วิจัยจึงได้คัดลอกรูปแบบลวดลายที่ปรากฏใน 3 สมัยด้วยกันคือ ศิลปะปาพน ศิลปะนครวัด ศิลปะบาเยน โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนศิราภรณ์ ส่วนรัดพระองค์และส่วนกรองคอจากรูปทรง 3 มิติ มาสู่รูปแบบ 2 มิติ ทางด้านแนวคิดได้ใช้แรงบันดาลใจเรื่องความเชื่อในรูปแบบลวดลายที่ปรากฏในส่วนเทวรูปเปรียบได้กับการสักการะเทพเจ้าในศาสนาพราหมณ์ตามความเชื่อแบบอุมคติผ่านกระบวนการออกแบบวิเคราะห์และสังเคราะห์รูปแบบลวดลายในแต่ละส่วนให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นแบบร่วมสมัยใหม่

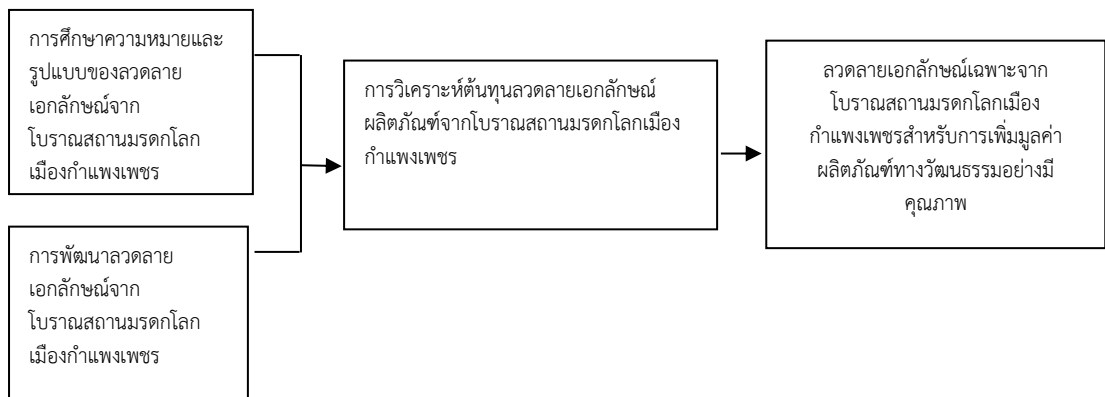
2. ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และ ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับการออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่น คือ สิ่งสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์ ดังนั้นในการออกแบบจึงต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ได้แก่ประโยชน์ใช้สอย (Useful or Function) ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นในแต่ละชุดมีความแตกต่างด้านประโยชน์ใช้สอยที่ต่างกันตามลักษณะการใช้งานและรสนิยมของผู้ใช้ในแต่ละคน ความงามทางศิลปะ (Sense of Beauty) ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นทั้ง 5 ชุดนี้ มีคุณค่าความงามทางศิลปะที่ชัดเจน เนื่องจากผู้วิจัยนำเอารูปแบบลวดลายในวัฒนธรรมเขมรมาใช้ในการจัดวางลงบนผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นในแต่ละชิ้นลวดลายแต่ละชิ้นมีท่วงทำนองและจังหวะที่ผสมกลมกลืนระหว่างอดีตและปัจจุบันได้อย่างลงตัว

3. การออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นเพื่อเป็นต้นแบบให้กับกลุ่มชุมชนในพื้นที่เขตจังหวัดอุดรธานีจำนวน 5 กลุ่ม 5 ชุดผลงานทำให้ได้สื่อสารเรื่องราวข้อมูลประวัติศาสตร์ศิลปะอีสานได้อย่างชัดเจนมากขึ้นอีกทั้งเพื่อเป็นแนวทางในการอนุรักษ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นให้ยั่งยืนสืบไป

นงคณู กลิ่นพิกุล, นารีรัตน์ อบเชยและปาณิสรา เจริญสุข (2562) การออกแบบผลิตภัณฑ์ประกอบเครื่องแต่งกายโดยใช้อัตลักษณ์จากเรือกอและ การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ประกอบเครื่องแต่งกายโดยใช้อัตลักษณ์จาก เรือกอและภายใต้แบรนด์เกตรา 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ ประกอบเครื่องแต่งกายโดยใช้อัตลักษณ์จากเรือกอและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยคือนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลจำนวน 30 คน ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 15 คน และชาวต่างชาติจำนวน 15 คน โดยวิธีการสุ่มแบบ

บังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบประเมินความพึงพอใจ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) การออกแบบผลิตภัณฑ์ประกอบเครื่องแต่งกายโดยใช้เอกลักษณ์จากเรือกอกและมีการนำลวดลายบนเรือกอกและที่ผสมผสานศิลปะไทย จีน อิสลามโดยใช้ลวดลายของสัตว์หิมพานต์ ลายเรขาคณิต ลายไทยและลายพรรณไม้นำมาตัดทอนรูปทรงโดยการนำสีโทนร้อน สีโทนเย็นและสีตรงข้ามกันมาทำการออกแบบ 2) ผลสรุปการประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่างพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย 15 คน และชาวต่างชาติ 15 คน มีความพึงพอใจด้านความสวยงาม ด้านความคิดสร้างสรรค์และด้านการใช้งานอยู่ในระดับมาก

กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์และประเมินผลต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม” แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนหลักๆ คือ

ส่วนที่ 1 ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความหมายและรูปแบบของลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรและพัฒนาลวดลายจากโบราณสถานดังกล่าวเพื่อนำมาเป็นตราสัญลักษณ์เพื่อบรรจุลงผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 2 ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และประเมินผลต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

ส่วนที่ 3 ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประเมินผลการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมจากการนำลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร

จากการแบ่งการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยจึงแบ่งวิธีการดำเนินงานโดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาความหมายและรูปแบบของลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรและพัฒนาลวดลายจากโบราณสถานดังกล่าวเพื่อนำมาเป็นตราสัญลักษณ์เพื่อบรรจุลงผลิตภัณฑ์

1. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างมีทั้งหมด 6 คน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและโบราณสถานในจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งได้แก่ วัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร ราษฎรชาวบ้าน ผู้ประกอบกิจการ ศิลปินและนักวิชาการจำนวน 6 คน

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ชื่อ	อายุ (ปี)	ตำแหน่ง
1. นายบัณฑิต ทองอร่าม	43	หัวหน้าอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร
2. นางสาวจินต์จุฑา เชนย	31	นักโบราณคดีอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร
3. นางชนิกา ศรีวรรณศิลป์	61	ผู้จัดการพิพิธภัณฑสถานจังหวัดกำแพงเพชรเฉลิมพระเกียรติ
4. นายสันติ อภัยราช	74	ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น
5. นางสาวพรพรรณ ชุ่มเปี่ยม	56	นักวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร
6. นางสาวปฐมาภรณ์ จริยวิทยานนท์	41	นักวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร

และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมในอุทยานเมืองประวัติศาสตร์กำแพงเพชรจำนวน 400 คน ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างสามารถหาได้จาก สูตรที่ไม่ทราบขนาดของกลุ่มตัวอย่างของคอคแรน (Cochran, 1977 อ้างถึงใน ธีรภูมิ เอกะกุล, 2543) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 สูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยทำการสุ่ม .50

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96

ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ระดับ .05)

E แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{(.05)(1-.5)(1.96)^2}{(.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

การเลือกตัวอย่าง ใช้การเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาดังกล่าวเป็นออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความหมายและรูปแบบของลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร ในส่วนนี้ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ส่วนที่ 2 ส่วนที่

เกี่ยวข้องกับการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรโดยใช้แบบสำรวจจำนวน 400 ชุด

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ก่อนที่จะนำเครื่องมือไปใช้ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นของเครื่องมือที่สร้างขึ้นก่อนนำไปใช้ โดยพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามกับคุณลักษณะของตัวแปรที่ต้องการวัดตามที่ได้นิยามไว้ว่าครอบคลุมหรือไม่ และทำการตรวจสอบคุณภาพโดยขอคำปรึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นลักษณะคำถามแบบมีการกำหนดโครงสร้างคำถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

ส่วนที่ 3 รูปแบบและความหมายของลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมือง

ส่วนที่ 4 การประเมินผลการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมจากการนำลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรไปใช้

แบบสอบถาม ก่อนนำเครื่องมือไปใช้ได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) หลังจากที่ได้จัดทำแบบสอบถามแล้วเสร็จในเบื้องต้น ผู้วิจัยได้นำไปปรึกษากับผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความถูกต้องตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมในการใช้ภาษา (Wording) และความชัดเจน (Clearing) ของคำถาม

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) หลังจากแบบสอบถามได้ผ่านการพิจารณา ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทำการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง (Try-out) จำนวน 30 ชุด นำผลการทดสอบไปวิเคราะห์ประสิทธิภาพและหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยการคำนวณตามสูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของคำถามที่ได้ต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 จึงจะยอมรับได้ว่ามีความเชื่อมั่น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยประเด็นการศึกษา 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามประเภทปลายปิด (Close-Ended Questions) มีลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามประเภทปลายปิด (Close-Ended Questions) มีลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับความต้องการด้านรูปแบบและความหมายของลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร

ส่วนที่ 3 เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด (Open-Ended Questions) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ

โดยเกณฑ์การวัดและการแปลผล มีการให้คะแนนคำตอบและการแปลความหมายเกี่ยวกับความคิดเห็นสามารถแบ่งตามระดับการให้คะแนนจากมากที่สุด (5 คะแนน) มาก (4 คะแนน) ปานกลาง (3 คะแนน) น้อย (2 คะแนน) น้อยที่สุด (1 คะแนน)

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย ซึ่งค่าเฉลี่ยที่ได้สามารถแปลความหมายได้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบกิจการ ศิลปิน และนักวิชาการ จำนวน 6 คน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุดกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับส่วนที่เกี่ยวข้องกับการใช้การพรรณนาเนื้อหาอย่างเป็นระบบตามประเด็น เนื้อหาที่ศึกษา แบ่งแยกเป็นกลุ่มตามเนื้อหาตัวแปร และประเด็นหลักตามที่กำหนด คัดสรรข้อมูลที่ ต้องการ ตัดทอนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องออกไป และนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อนำไปสู่ข้อสรุป พร้อมข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยเรียงตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้ 1) เพื่อสำรวจความหมายและรูปแบบ ของลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทาง วัฒนธรรม พบว่า จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 6 ท่าน ผู้วิจัยสรุปได้ว่าความหมายของลวดลายที่ปรากฏอยู่ใน โบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรอันมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เฉพาะตัว ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า ลวดลายต่างๆ มีความหมายได้ค่อนข้างยาก เพราะส่วนหนึ่งไม่ทราบถึงความหมาย และมีผู้ที่สามารถให้ ความหมายได้เป็นบางลายเช่น ลายพญากษัตริย์ที่วัดช้างรอบแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ เสมือนช้างที่ แบกเขาพระสุเมรุที่เป็นศูนย์กลางของจักรวาล และลายบนชายผ้าพระอิศวรที่ได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติ นอกจากนี้เมื่อทราบถามจากความต้องการลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมือง กำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมจำนวน 400 ชุด ได้ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 -40 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.90 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 41 -60 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.90 ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.10 และ อายุ 60 ปี ขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 7.10 ตามลำดับ เมื่อ พิจารณาดมดูการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อย ละ 30.90 รองลงมาคือ ระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.00 โดยส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจ ส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.30 รองลงมาคืออาชีพรับจ้าง/งานบริการ คิดเป็นร้อยละ 22.30 กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.90 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.00

จากการสอบถามประชาชนทั่วไปจำนวน 400 คน ผู้วิจัยสรุปได้ว่าลวดลายที่มีเอกลักษณ์ทาง วัฒนธรรมที่เฉพาะตัว ประกอบไปด้วย “ลวดลายประติมากรรมดินเผารูปหงส์บนเจดีย์วัดช้างรอบ” “ลวดลาย ประติมากรรมรูปช้างปูนปั้นบนเจดีย์วัดช้างรอบ” “ลวดลายบนชายผ้า เครื่องแต่งกายของพระ อิศวร” “ลวดลายพญากษัตริย์ระหว่างช้างบนฐานเจดีย์วัดช้างรอบ” และ “ลวดลายที่อยู่บนเครื่องนุ่งห่มของเทวรูป

บุรุษและเทวรูปสตรี” ซึ่งเป็นลวดลายที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เฉพาะตัวมากที่สุด แต่เมื่อถามถึงความต้องการด้านลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 2 แสดงความต้องการด้านลวดลายและความหมายที่เป็นเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม

ลวดลาย/ความหมายเอกลักษณ์ที่ปรากฏในโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)		ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)		ระดับความคิดเห็น	
	ลวดลาย	ความหมาย	ลวดลาย	ความหมาย	ลวดลาย	ความหมาย
ลวดลาย/ความหมาย ณ วัดพระแก้ว	4.50	4.43	0.592	0.601	มากที่สุด	มาก
ลวดลาย/ความหมาย ณ วัดพระธาตุ	4.40	4.32	0.640	0.663	มาก	มาก
ลวดลาย/ความหมาย ณ วัดพระนอน	4.27	4.29	0.670	0.641	มาก	มาก
ลวดลาย/ความหมาย ณ วัดพระสี่อิริยาบถ	4.33	4.33	0.662	0.638	มาก	มาก
ลวดลาย/ความหมาย ณ วัดช้างรอบ	4.37	4.34	0.669	0.671	มาก	มาก
รวม	4.37	4.34	0.647	0.643	มาก	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ความต้องการด้านลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 จากคะแนนเต็ม 5 และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.647 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ลวดลายที่ปรากฏในวัดพระแก้ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ลวดลายที่ปรากฏในวัดพระธาตุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และลวดลายที่พบในวัดช้างรอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ลวดลายที่ปรากฏในวัดพระนอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

ในส่วนของความหมายลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 จากคะแนนเต็ม 5 และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.643 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความหมายของลวดลายที่ปรากฏในวัดพระแก้ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ความหมายของลวดลายที่ปรากฏในวัดช้างรอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และความหมายของลวดลายที่ปรากฏในวัดพระสี่อิริยาบถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความหมายของลวดลายที่ปรากฏในวัดพระนอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

2) การวิเคราะห์ต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม การวิเคราะห์ต้นทุนดังกล่าวได้มาจากการสัมภาษณ์บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการออกแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เมืองกำแพงเพชรทั้ง 6 ท่าน ซึ่งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ต้นทุนและนำไปสู่การออกแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เมืองกำแพงเพชรออกเป็น 2 ส่วนด้วยกันคือ

2.2 ส่วนที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร ส่วนที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรพบว่า ต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการออกแบบลวดลายที่ผู้ผลิตจะต้องคำนึงถึงเสมอ ประกอบไปด้วย

2.2.1 ต้นทุนค่าวัตถุดิบในการบรรจุลวดลายลงบนสินค้า ซึ่งต้นทุนดังกล่าวจะมีต้นทุน
อย่างไรขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตจะนำไปบรรจุว่ามีความละเอียดและต้องการความคงทนเพียงใด

2.2.2 ค่าอุปกรณ์ ผู้ผลิตสามารถเปรียบเทียบทางเลือกระหว่างการผลิตด้วยตนเองและการ
จ้างผลิตลวดลายได้

2.2.3 ต้นทุนทางด้านแรงงาน ต้นทุนทางด้านแรงงาน เป็นต้นทุนที่เกิดจากการใช้แรงงานใน
การนำลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เมืองกำแพงเพชรลงบนผลิตภัณฑ์ของตนเอง ซึ่งผู้ผลิตสามารถเลือกได้ว่า
ตนเองจะเป็นผู้ดำเนินการเอง จ้างผลิตหรือจ้างแรงงานนอกเหนือจากแรงงานเดิมเพื่อนำมาดูแลด้านการใส่
ลวดลายลงบนผลิตภัณฑ์ของตนเอง

2.2.4 ต้นทุนค่าออกแบบ หรือค่าขึ้นบล็อก คือต้นทุนคงที่ที่ผู้ผลิตจะต้องจ่ายในการออกแบบ
ตราสินค้าหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ต้องการแสดงความเป็นเอกลักษณ์ให้ผู้บริโภคได้รับรู้

2.2.5 ต้นทุนทางวัฒนธรรม คือ ต้นทุนที่เกิดจากการนำเอาสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีตมาตีค่าสร้าง
เป็นคุณค่า ความเชื่อ เพื่อให้เกิดความตระหนักและเกิดการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น

2.2.6 ค่าใช้จ่ายในการผลิต เช่น ค่าสาธารณูปโภคต่างๆ คือ ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการ
ดำเนินการผลิตของผู้บริโภค ค่าใช้จ่ายในการผลิตต่าง ๆ ที่นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้วนั้น สามารถจำแนกได้
ในหมวดของต้นทุนผันแปร กล่าวคือ ต้นทุนชนิดนี้คือต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นเมื่อผู้ผลิตมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจหรือ
ผลิตเพิ่มขึ้น อาทิ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น

ดังนั้นจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์สำหรับการเพิ่มมูลค่าทาง
วัฒนธรรมมีต้นทุนในด้านของต้นทุนแรงงาน ต้นทุนค่าออกแบบเป็นส่วนใหญ่ และมีต้นทุนค่าออกแบบต้นทุน
วัตถุดิบตามลำดับ

จากการดำเนินงานดังกล่าวผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปสร้างสรรค์และ
ออกแบบโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ เป็นลวดลายต้นแบบเครื่องทรงเทวรูปพระอิศวรเมือง
กำแพงเพชรและเครื่องทรงช่างทรงวัดช้างรอบจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งมีความหมายโดยรวม คือ การปกป้อง
รักษาด้วยบารมีสูง ความเมตตา มหามงคล ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์ลวดลายต้นแบบ ที่พัฒนาจากเครื่องทรงเทวรูปพระอิศวรเมืองกำแพงเพชร
และเครื่องทรงช่างทรงวัดช้างรอบจังหวัดกำแพงเพชร

จากความต้องการของตลาดที่มีต่อลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของโบราณสถานเมืองกำแพงเพชรทำให้
การผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีองค์ประกอบเกี่ยวกับตราที่พัฒนาจากเครื่องทรงเทวรูปพระอิศวรเมืองกำแพงเพชร

มากขึ้นผู้วิจัยจึงนำไปประทับบนผลิตภัณฑ์อื่น อาทิ รม แก้วน้ำ สมุดบันทึก พร้อมเขียนเล่าเรื่องราวและความหมายของแต่ละส่วนว่ามีที่มาที่ไปอย่างไร เพื่อให้ผู้รับตระหนักถึงคุณค่าของของระลึกประจำเมืองกำแพงเพชร และตราเอกลักษณ์ดังกล่าวเป็นตราที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปบรรจุไว้ในผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกของตนเองได้

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยเรียงตามวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อสำรวจความหมายและรูปแบบของลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม และ 2) เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

สรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เพื่อสำรวจความหมายและรูปแบบของลวดลายเอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม พบว่า ลวดลายที่ปรากฏอยู่ในโบราณสถานระดับโลกเมืองกำแพงเพชรได้แก่ ลวดลายประติมากรรมรูปช้างปูนปั้นบนวัดช้างรอบลวดลายบนเครื่องแต่งกายของพระอิศวรเมืองกำแพงเพชร ที่ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่ามีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เฉพาะตัวและลวดลายต่างๆ นั้นการตีความหมายทำได้ค่อนข้างยาก เพราะส่วนหนึ่งไม่ทราบถึงความหมายและมีผู้ที่สามารถให้ความหมายได้ก็รู้เป็นบางลาย เช่น ลายพฤษภาที่อยู่ระหว่างช้างที่วัดช้างรอบแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ เสมือนช้างที่แบกเขาพระสุเมรุที่เป็นศูนย์กลางของจักรวาล และลายบนชายผ้าพระอิศวรที่ได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติและจากความต้องการลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ที่เกิดจากการสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมโบราณเมืองกำแพงเพชรพบว่า ส่วนใหญ่ชอบลวดลายที่ปรากฏบนวัดช้างรอบมากที่สุด จากนั้นผู้วิจัยจึงพัฒนาลวดลายเพื่อเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม คือ โลโก้ บรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เสื่อยัด และสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีลวดลายของประติมากรรมรูปเครื่องทรงช้างทรงปูนปั้นของวัดช้างรอบจังหวัดกำแพงเพชร และลวดลายที่ปรากฏบนเครื่องทรงเทวรูปพระอิศวรเมืองกำแพงเพชร

สรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2) เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม ประกอบไปด้วย

จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเกิดจากการสอบถามความต้องการลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เมืองกำแพงเพชรมาก่อนแล้วจึงมาดำเนินการหาความหมายของลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ที่มีนัยสำคัญทางประวัติศาสตร์ มีการอ้างอิงอย่างชัดเจน ซึ่งผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับลวดลายที่ปรากฏในวัดพระแก้ว ลวดลายที่ปรากฏในวัดพระธาตุ มากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาด้วยความหมายที่ปรากฏตามประวัติศาสตร์นั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความหมายที่ปรากฏในวัดพระแก้วมากที่สุด รองลงมาคือ ความหมายของลวดลายที่ปรากฏในวัดช้างรอบ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความหมายของลวดลายที่ปรากฏในวัดพระสี่อิริยาบถ

ต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์สำหรับการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมมีต้นทุนในด้านของต้นทุนแรงงาน ต้นทุนค่าออกแบบ และต้นทุนวัตถุดิบตามลำดับ ค่าอุปกรณ์ ต้นทุนทางวัฒนธรรม ค่าใช้จ่ายในการผลิต เช่น ค่าสาธารณูปโภคต่างๆ

อภิปรายผลการวิจัย

ด้านลวดลายต้นแบบเครื่องทรงเทวรูปพระอิศวรและเครื่องทรงช้างทรงวัดช้างรอบจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งมีความหมายโดยรวม คือ การปกป้องรักษาด้วยบารมีสูง ความเมตตา มหามงคล ทั้งนี้กรมศิลปากรได้ดำเนินการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่จัดตั้งเป็นอุทยานประวัติศาสตร์ ซึ่งโบราณสถานของเมืองกำแพงเพชรเกือบทั้งหมดเป็นศาสนสถานในพุทธศาสนานิกายเถรวาทแบบลังกาวงศ์ โดยมีอายุไม่เก่าไปกว่าปลายพุทธศตวรรษที่ 19 หรือสมัยพระมหาธรรมราชาลิไท พุทธศาสนาในสมัยนั้นมีพระสงฆ์สองฝ่ายคือฝ่ายคามวาสีหรือคณะสงฆ์ที่ตั้งวัดอยู่ในเมืองและฝ่ายอรัญวาสีหรือคณะสงฆ์ที่ตั้งวัดอยู่นอกเมืองหรือในป่า วัดช้างรอบนั้นเป็นโบราณสถานเขตนอกกำแพงเมือง (อรัญญิก) สิ่งสำคัญของวัดแห่งนี้คือ เจดีย์ประธานทรงระฆังขนาดใหญ่ ซึ่งยอดหักพังหมดแล้ว ฐานสี่เหลี่ยมด้านล่างสูงใหญ่ มีบันไดอยู่ที่กลางด้านทั้งสี่เพื่อขึ้นไปถึงลานด้านบนหรือลานประทักษิณ ฐานล่างประดับช้างปูนปั้นครึ่งตัวจำนวน 68 เชือก ตัวช้างทำลายปูนปั้นที่แผงคอ โคนขา และข้อขา ระหว่างช้างแต่ละเชือกตกแต่งลายปูนปั้นนูนสูงรูปพันธุ์พฤกษา (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร, 2561) นอกจากนี้ เทวรูปพระอิศวรเมืองกำแพงเพชร สร้างเมื่อปีพุทธศักราช 2053 หล่อด้วยทองสัมฤทธิ์ สูง 210 เซนติเมตร เจ้าพระยาศรัทธาธรรมาโศกราชเจ้าเมืองกำแพงเพชรเป็นผู้หล่อขึ้น ลักษณะของเทวรูปพระอิศวรเมืองกำแพงเพชร มีพระพักตร์รูปพระพักตร์รูปสี่เหลี่ยม แสดงถึงพระราชอำนาจ มีพระมัสสุ (หนวด) มีเครา ปรากฏชัดเจน ลักษณะของผ้าทรงมีอิทธิพลของศิลปะเขมรสมัยปลายรัชสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 กรองคอและสายรัดพระองค์มีอุบะสั้นๆ ห้อยประดับผ้าโจงกระเบนที่นุ่งสั้นมีชายผ้าเป็นสามเหลี่ยมห้อยอยู่ข้างหน้า กรรเจียกหรือรัดเกล้าช้างพระเศียรเหนือพระกรรณ (หู) ไม่เคยปรากฏในเทวรูปสมัยสุโขทัย (ฐานข้อมูลท้องถิ่นกำแพงเพชร-ตาก, 2564)

ด้านต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์สำหรับการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม มีต้นทุนในด้านของต้นทุนแรงงาน ต้นทุนค่าออกแบบ และมีต้นทุนวัตถุดิบตามลำดับ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง การจำแนกต้นทุนตามหน้างาน ประเภทต้นทุนที่เกี่ยวข้องการผลิต (Manufacturing cost) เป็นต้นทุนเกี่ยวกับการผลิตทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าปกติเป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นในโรงงาน ซึ่งได้แก่ ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ต้นทุนแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต (ชาญศักดิ์ ตั้งสันติกุลานนท์, 2560) นอกจากนั้นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมจากการนำลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรไปใช้ทำให้เกิดประโยชน์ในด้านของการช่วยส่งเสริมเอกลักษณ์ของจังหวัดกำแพงเพชร เกิดประโยชน์ในด้านของการช่วงอนุรักษ์วัฒนธรรม และทำให้มีรายได้จากการนำลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลกมาใช้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลจิต เสงินา (2564) ที่พบว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นเพื่อเป็นต้นแบบให้กับกลุ่มชุมชนในพื้นที่เขตจังหวัดอุดรธานี จำนวน 5 กลุ่ม 5 ชุดผลงานทำให้ได้สื่อสารเรื่องราวข้อมูลประวัติศาสตร์ศิลปะอีสานได้อย่างชัดเจนมากขึ้น อีกทั้งเพื่อเป็นแนวทางในการอนุรักษ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นให้ยั่งยืนสืบไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร ควรเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการการถ่ายทอดองค์ความรู้ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากลวดลายเอกลักษณ์

โบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร เพื่อเป็นการส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม และเพื่อส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน

2. ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์นี้ ควรมีการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ทางด้านนโยบายให้ทราบโดยทั่วกัน รวมไปถึงการส่งเสริมให้เกิดการรับรู้ถึงความหมายและความเป็นมาของลวดลายเพื่อสามารถนำไปปรับใช้ในการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อไปได้

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์และประเมินผลต้นทุนลวดลายเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม” เป็นส่วนหนึ่งของชุดโครงการวิจัยเรื่อง “ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม” ซึ่งเป็นชุดโครงการวิจัยที่ได้รับเงินทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้บริหารสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ที่ให้โอกาสทางวิชาการแก่ผู้วิจัย ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานการวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาลวดลายเอกลักษณ์เฉพาะจากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. (2558). *พระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. 2558*. สืบค้น 13 มีนาคม 2564, จาก <http://www.thaimediafund.or.th/page/view/24/>
- กุลจิต เสงี่ยม. (2564). การออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นกับลวดลายวัฒนธรรมเขมรในอีสาน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*. 10(1), 73-91.
- ชาญศักดิ์ ตั้งสันติกุลานนท์. (2560). *การคำนวณต้นทุนการผลิต*. สืบค้น 2 มกราคม 2564, จาก <http://fishtech.rmutsv.ac.th/fishtech/sites/default/files/files/2557/56/%201.0.3-4-01.pdf>.
- ฐานข้อมูลท้องถิ่นกำแพงเพชร-ตาก. (2564). *เฉลิมฉลอง 504 ปี พระอิศวร เมืองกำแพงเพชร*. สืบค้น 2 มกราคม 2564, จาก https://arit.kpru.ac.th/ap2/local/?nu=pages&page_id=1284&code_db=610001&code_type=01.
- ธีรภูมิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- นงคันช กลิ่นพิกุล นาริรัตน์ อบเชย ปาณิสรา เจริญสุข. (2562). การออกแบบผลิตภัณฑ์ประกอบเครื่องแต่งกายโดยใช้เอกลักษณ์จากเรือกอลและ. *วารสาร สจล.ชุมนุมพรเชตรุดมศักดิ์ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 1(1-2), 8-14.
- นิติพล ธาระรูป ปรัชญา พิระตระกูล และกมลศิริ วงศ์หมึก. (2564). เมืองมรดกโลกกับการสร้างอัตลักษณ์ด้วยทุนทางวัฒนธรรมในธุรกิจสปา. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 13(1), 92-103.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2541). *ชุมชนเข้มแข็งทุนทางสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนเพื่อสังคม.
- ประเวศ วะสี. (2541). *แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ: หมอชาวบ้าน.
- สำนักงานกองทุนเพื่อสังคม. (2543). *แผนชุมชนพึ่งตนเอง*. เอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน. กรุงเทพฯ: ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่.

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร. (2561). อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร. สืบค้น 4
มกราคม 2564, จาก https://kamphaengphet.mots.go.th/news_view.php?nid=420.
อริสรา ไวยเจริญ. (2558). การโฆษณากับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตย,
9(1), 11 – 35.