

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบภายในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ในแนวคิดการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ไทย

DESIGN OF SOUVENIR PRODUCTS FROM THE WISDOM OF THE GLAZED CERAMIC DECORATION WITHIN WAT PHRA CHETUPHON WIMONMANGKALARAM IN THE CONCEPT OF CREATING THAI IDENTITY PRODUCTS

ฤทธิรัตน์ ดารารัตน์¹, และ กรกฎ ศิริสวัสดิ์^{2*}

Rittirat Dararat¹, and Korakot Sisawad^{2*}

¹ คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, กรุงเทพฯ

^{2*} นักวิจัยอิสระ, กรุงเทพฯ

¹ Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok

^{2*} Independent Researcher, Bangkok

Received: April 11, 2022 Revised: May 6, 2022 Accepted: May 23, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ไทย ของภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบภายในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม โดยการศึกษาความต้องการนักท่องเที่ยว และเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึก ในแนวคิดการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ไทย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ โดยมีการศึกษาตามวัตถุประสงค์ คือ 1.เพื่อศึกษารูปแบบภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบภายในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม 2.เพื่อศึกษาปัจจัยและความต้องการของนักท่องเที่ยว วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม 3.เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึก วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ประชากร และ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ทรงคุณวุฒิและ ผู้เชี่ยวชาญ ด้านประวัติศาสตร์ศิลป์ และ โบราณคดีของพื้นที่ศึกษา เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์ แบบไม่มีโครงสร้าง วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ประชากร และ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมาย เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบโควต้า เครื่องมือ ได้แก่ แบบสอบถามข้อมูล เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาความต้องการของผลิตภัณฑ์ที่ระลึก วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ทรงคุณวุฒิและ ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือ ได้แก่ แบบตรวจสอบรายการ และ แบบสอบถามแบบปลายเปิด เพื่อขอความคิดเห็น ตามวัตถุประสงค์เพื่อขอคำแนะนำ การวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ยและ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกที่ 1 มีระดับความเหมาะสมในระดับดีมาก ($\bar{X}=4.55$, $SD=0.48$) ซึ่งถือได้ว่ามีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้เป็นรูปแบบสำหรับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ระลึกวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ที่ระลึก การสร้างสรรค์ อัตลักษณ์ ภูมิปัญญา ศิลปะ

*Corresponding author. Tel.: 088 941 0124

Email address: rittirat.d@mail.rmuk.ac.th

Abstract

The purpose of this research was to study Thai identity in terms of wisdom, glazed tile decorations within Wat Phra Chetuphon Wimonmangkalaram by studying the demand of tourists, and to design souvenir products in the concept of creating Thai identity products by using qualitative and quantitative research methods. The objectives of this study were: 1) to study the wisdom model of glazed tile decorations, 2) to study the factors and demand of tourists, and 3) to design souvenir products. The population and the sample group according to objective no. 1: The population and the sample group were highly qualified people and experts in art history and archeology of the study area. The sample was selected using the specific selection method. The tools used were interview forms and interviews and unstructured. Objective no. 2. The population and the sample group were tourists visiting the area as targets. The sample was selected using the quota selection method. The tools include an information inquiry form as a guide to studying the needs of souvenir products. Objective no. 3. The population and the sample group were highly qualified people and experts in product design. The selection of sample using the specific selection method. The tool was a checklist form an open-ended questionnaire to ask for opinions to seek advice on the analysis of data, percentages, mean and standard deviation. The results showed that the first souvenir product model had a high level of suitability ($\bar{X}=4.55$, $SD= 0.48$) which was considered appropriate to be used as a model for the development of souvenir products of Wat Phra Chetuphon Wimonmangkalaram.

Keywords: souvenir products, creative, identity, wisdom, art

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และการพัฒนาประเทศ หลังวิกฤตโควิด-19 อุตสาหกรรมและธุรกิจการท่องเที่ยวจะมีบทบาทความสำคัญในการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับประเทศและสร้างอาชีพให้กับคนภายในประเทศและเพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม สถานที่สำคัญเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรมมีเอกลักษณ์อัตลักษณ์วัฒนธรรมที่ทำให้เกิดการสร้างรายได้ที่สามารถเชื่อมโยงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงต้องมีการพัฒนาอุตสาหกรรมสินค้าที่ระลึกโดยมีการออกแบบให้มีเอกลักษณ์ดึงดูด และเป็นที่ต้องการของตลาดนักท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์ในการเยี่ยมชมวัฒนธรรมของเจ้าของประเทศถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีเป้าหมายในการเที่ยวชมประวัติศาสตร์ศิลปะและวัฒนธรรมเป็นหลัก เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมคงหนีไม่พ้นการออกแบบบริการ และผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของไทย วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม จึงเป็นหนึ่งในจุดสำคัญในการท่องเที่ยวของย่านเกาะรัตนโกสินทร์ด้วยทำเลในย่านจุดศูนย์กลางจึงเป็นหนึ่งในจุดมุ่งหมายที่นักท่องเที่ยวมีเป้าหมายในการมาเยี่ยมชมศิลปะและวัฒนธรรม ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวหลั่งไหลมาเที่ยวชมความสวยงามของศิลปวัฒนธรรมภายในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามเป็นจำนวนมาก ทำให้เป็นจุดยุทธศาสตร์ที่ต้องมีการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวทางเศรษฐกิจในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ ซึ่งหลังวิกฤตโควิด-19 กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการ ที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่ระลึก จึงจัดเป็นหนึ่งใน ธุรกิจที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องโดยตรงกับธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเชื่อมโยงให้เกิดการสร้าง

รายได้ รวมทั้ง การอนุรักษ์และเผยแพร่ในเชิงวัฒนธรรม และเพื่อให้เกิดการสื่อสารเรื่องราวทางวัฒนธรรม ที่ทำให้เกิดการระลึกรู้ถึงในความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ

ผู้วิจัยมีแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบภายในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม เนื่องจากการศึกษาในเบื้องต้นผลิตภัณฑ์ที่ระลึกในปัจจุบันมีรูปแบบที่สำคัญทำให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น หรือความแตกต่างที่สร้างแรงจูงใจในการซื้อของผู้บริโภคในกลุ่มนักท่องเที่ยวและเพื่อเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมในรูปแบบของเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบของประเทศซึ่งถือหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สำคัญของไทยให้เกิดการริเริ่ม การต่อยอดงานสร้างสรรค์เชิงพาณิชย์ในรูปแบบศิลปะภูมิปัญญาไทยให้เกิดการเชื่อมต่อและสื่อสารทางวัฒนธรรมไปสู่ผู้คนและนักท่องเที่ยว

การศึกษาและเก็บข้อมูลเชิงพื้นที่

ผู้วิจัยได้ดำเนินการลงพื้นที่และเก็บข้อมูลในเชิงลึกเพื่อเป็นประโยชน์ต่อกระบวนการวิจัย มีประเด็นดังนี้

1. ศึกษาและรวบรวม "ภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม" ผู้วิจัยได้ศึกษารูปแบบภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ ด้านประวัติศาสตร์ศิลป์และโบราณคดี ร่วมถึงการลงพื้นที่จริง และรวบรวมเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า ภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบที่โดดเด่นจะอยู่ บนพระวิหารหรือศาลาราย เก๋งจีน ชุ่มประตูลหระซัง พระมณฑป และเจดีย์ ภายในวัด

พระวิหารหรือศาลาราย ที่อยู่ภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม โดยพบรูปแบบของภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบบริเวณ หน้าจั่วบนอาคารพระวิหารหรือศาลาราย ด้านบนหลังคาปีกนกหรือหลังคากันสาด ตกแต่งเป็นลวดลายพรรณพฤกษา เถาวัลย์ ใบไม้ ดอกไม้ และสัตว์บนต้นไม้ อย่างนก และกระรอก



ภาพที่ 1 งานประดับกระเบื้องบริเวณเคลือบพระวิหาร หรือศาลาราย ภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม
ที่มา ฤทธิรัตน์ ดารารัตน์

เก่งจีนภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ที่อยู่ในทิศตะวันตกของวัด ข้างวิหารพระนอน และในสระจะเข้ โดยพบรูปแบบของภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบบริเวณ หลังคาหางแฉก (燕尾脊) บนหลังคาเก่งจีน ตกแต่งเป็นลวดลายดอกไม้ กลีบดอกไม้ และใบไม้รายรอบดอกไม้ ที่ประกอบไปด้วยรูปทรง วงกลม หยดน้ำ มาศี วางซ้อนกัน เรียงกันไปตามขอบหลังคา และรูปทรงหัวมังกรตามมุมของหลังคาพร้อมทั้งลักษณะของลำตัวมังกรที่แหวกว่าย



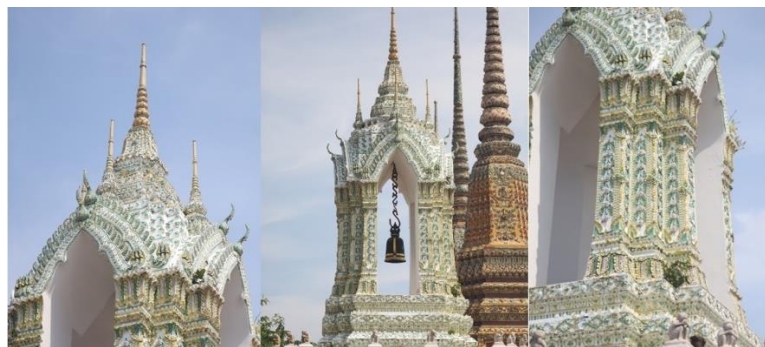
ภาพที่ 2 งานประดับกระเบื้องบริเวณเก่งจีนภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม
ที่มา ฤทธิรัตน์ ดารารัตน์

ซุ้มประตู ที่อยู่ภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม จะถูกแบ่งเป็น 2 แบบ แบบแรกคือซุ้มประตู ที่อยู่ตามแนวกำแพงของวัด และซุ้มประตูมณฑป เป็นซุ้มประตูขนาดใหญ่ ที่ลักษณะเฉพาะตามแบบสถาปัตยกรรมไทย รูปทรงคล้ายเครื่องยอดมงกุฎ โดยพบรูปแบบของภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบด้านบนของซุ้มประตู ตกแต่งเป็นลวดลายดอกไม้ รูปกลีบดอกไม้เรียงกัน ลายไทย มีรูปแบบการวางลดหลั่นตามลำดับตั้งแต่ ฉัตร ยอดปลี และเชิง รวมทั้งบัวหัวเสา มุมเสา และฐานเสา แบบที่สองคือ ซุ้มประตูที่อยู่ตามแนวกำแพงแบ่งเขตพื้นที่ของมหาเจดีย์ 4 รัชกาล เก่งจีน และสระจะเข้ ที่มีรูปแบบการประดับกระเบื้องเคลือบด้านบนซุ้มประตู เป็นรูปทรงแบบศิลปะจีน ตกแต่งเป็นลวดลายดอกไม้ ใบไม้หลากหลายสี รูปทรงถ้วยเงินและแจกันดอกไม้สีสดใสสวย



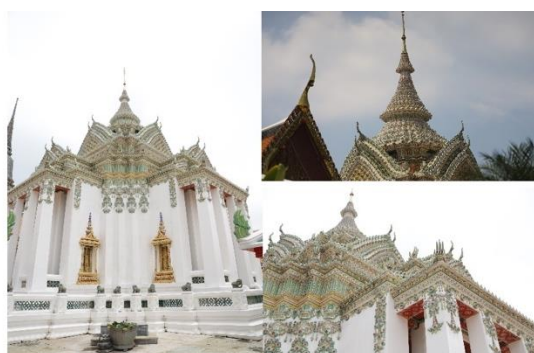
ภาพที่ 3 งานประดับกระเบื้องบริเวณซุ้มประตู ที่อยู่ภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม
ที่มา ฤทธิรัตน์ ดารารัตน์

หอรระฆัง ที่อยู่ภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม เป็นหอรระฆังชนิดเครื่องก่อ ทรงปราสาทยอดเจดีย์ 5 ยอด” ยอดเป็นรูปทรงหลังคาปราสาทเรือนยอด หลังคาทรงจัตุรมุขเป็นฐานรับยอดเจดีย์ 5 ยอด มุมกำแพงย่อไม้สิบสอง เสาเม็ดกำแพงแก้วตั้งรูปวนรหินตามมุม โดยพบรูปแบบของภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบ ด้านบนตั้งยอดลงมาถึงคาคลุ่ม เสาหัวบัวบนล่าง รวมไปถึงฐานลำดับชั้น ทางหงค์ นาคปัก ปากนก ตกแต่งเป็นลวดลายดอกไม้ กลีบดอกไม้ และ ลายไทย รอบตัวหอรระฆัง



ภาพที่ 4 งานประดับกระเบื้องบริเวณหอรระฆัง ที่อยู่ภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม
ที่มา ฤทธิรัตน์ ดารารัตน์

พระมณฑป ที่อยู่ภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม สถาปัตยกรรมจตุรมุขเครื่องยอดทรงมงกุฎ ยอดลูกแก้วและปลีสีทอง ภายในมีตู้เก็บพระไตรปิฎก ชุ่มประตู่ทางเข้ามณฑปทั้งสองข้างมียักษ์วัดโพธิ์ เสาเม็ดกำแพงแก้วตั้งรูปสิงโตจีนหินตามมุมล้อมรอบตัวอาคารมณฑป โดยพบรูปแบบของภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบ ด้านบนตั้งยอดลงมาถึงคาคลุ่ม ช่อฟ้าใบระกา เชิงชาย ฐานพื้น เสาบัวจงกล รวมไปถึงฐานลำดับชั้นทางหงค์ หัวนาค ตกแต่งเป็นลวดลายดอกไม้ กลีบดอกไม้ และ ลายไทย รอบตัวพระมณฑป ย่อมุมอาคารตกแต่งเป็นหน้าสิงโตแบบจีน ตามเสาดกแต่งลายดอกไม้มีรูปแบบคล้าย ลายเฟื่อง พุ่มพวงแก้ว ในสถาปัตยกรรม และ เครื่องแขวนดอกไม้สดไทยโบราณ



ภาพที่ 5 งานประดับกระเบื้องบริเวณหอรระฆัง ที่อยู่ภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม
ที่มา ฤทธิรัตน์ ดารารัตน์

เจดีย์ ที่อยู่ภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม เป็นเจดีย์ทรงเครื่อง โดยถูกแบ่งเป็น 2 แบบ แบบแรกคือ มหาเจดีย์ เจดีย์ขนาดใหญ่ เจดีย์สำคัญประจำวัด เป็นเจดีย์ประจำรัชกาลที่ 1-4 มหาเจดีย์ 4 รัชกาล โดยพบรูปแบบของ ภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบตั้งแต่เมื่อน้ำค้าง ปลียอด ลูกแก้ว ปลี บัวกลุ่ม บัวถลา คอฐานยอด บัลลังก์ องค์ระฆัง บัวเชิงบาตร บัวปากกระฆัง ลูกแก้วอกไก่ บัวคว่ำ ฐานสิงห์ ถึงฐานเชิงสี่เหลี่ยมตัดมุม ตกแต่งเป็นลวดลายดอกไม้ กลีบดอกไม้ทับซ้อนกันใบไม้เรียงล้อมรอบเจดีย์ ฐานล่างตกแต่งเป็นลวดลายดอกไม้กระจายออก ดอกไม้ สี่มุมในกรอบสี่เหลี่ยม โดยมีสีพื้นของเจดีย์แตกต่างกันไปตามเจดีย์ประจำรัชกาล 1-3 และเจดีย์รัชกาลที่ 4 ที่มีลักษณะแตกต่างออกไปโดยไม่มีฐานกรอบสี่เหลี่ยม แต่ยังคงตกแต่งเป็นลวดลายดอกไม้ ใบไม้เรียงล้อมรอบเจดีย์



ภาพที่ 6 มหาเจดีย์ 4 รัชกาล วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม
ที่มา ฤทธิรัตน์ ดารารัตน์



ภาพที่ 7 งานประดับกระเบื้องบริเวณมหาเจดีย์ 4 รัชกาล ที่อยู่ภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม
ที่มา ฤทธิรัตน์ ดารารัตน์

แบบที่ 2 คือ เจดีย์กลุ่ม กับเจดีย์ราย ที่อยู่ล้อมรอบนอกกำแพงพระเบียงคต พระอุโบสถ โดยพบรูปแบบของภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบ บนบัวกลุ่ม องค์ระฆังตกแต่งคล้ายกับการร้อยพวงมาลัย หรือเครื่องแขวนไถ่ลงมาจากยอดถึงฐานด้วยลวดลายดอกไม้ล้อมรอบ แบ่งเป็น 3 ชนิด

เจดีย์กลุ่มองค์กลาง ตกแต่งงานประดับกระเบื้องเคลือบ ตั้งแต่เม็ดน้ำค้าง ฐานเชียงย้อมมัยยี่สิบ

เจดีย์กลุ่มบริวาร ตกแต่งงานประดับกระเบื้องเคลือบ ตั้งแต่เม็ดน้ำค้าง ฐานทักษิณ

เจดีย์ราย ตกแต่งงานประดับกระเบื้องเคลือบ ตั้งแต่เม็ดน้ำค้าง ฐานสิงห์



ภาพที่ 8 งานประดับกระเบื้องบริเวณเจดีย์กลุ่ม ที่อยู่ภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม
ที่มา ฤทธิรัตน์ ดารารัตน์



ภาพที่ 9 งานประดับกระเบื้องบริเวณเจดีย์ราย ที่อยู่ภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม
ที่มา ฤทธิรัตน์ ดารารัตน์

2. ปัจจัยและความต้องการของ นักท่องเที่ยวที่มาวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม การศึกษาชิ้นนี้ทำขึ้นเพื่อหาเหตุผลที่จะนำไปสู่รูปแบบการออกแบบโดยทำการศึกษาทำให้เห็นภาพรวมของความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกโดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามจากการสำรวจเป็นนักท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายไป

ยังจังหวัดอื่นต่อไปแต่เนื่องจากกรุงเทพเป็นที่ลงเครื่องจึงไม่พลาดโอกาสที่หาสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพอย่างพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ชั้นใน ส่งผลเลือกซื้อรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกที่มีขนาดไม่ใหญ่จนเกินไปเพราะไม่ส่งผลกระทบต่อน้ำหนักกระเป๋าในการเดินทางไปเที่ยวที่อื่นต่อ ต้องมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นไทยอย่างชัดเจน เห็นแล้วรู้ว่าเป็นมาจากแหล่งท่องเที่ยวอย่างวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามจากการสอบถามจุดที่นักท่องเที่ยวประทับใจมากที่สุดในการมาเที่ยวชมวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามแบ่งเป็นลำดับได้แก่ ลำดับที่ 1 มหาเจดีย์ 4 รัชกาลระดับกระเบื้องเคลือบ ลำดับที่ 2 พระพุทธไสยาสน์พระนอนขนาดใหญ่ที่มีจุดเด่นอยู่ที่ภาพมงคล 108 ประการประดับมุกบริเวณฝ่าพระบาท ลำดับที่ 3 ชุมประตูดมขลุ่ย ระดับกระเบื้องเคลือบ

จุดประสงค์การวิจัย

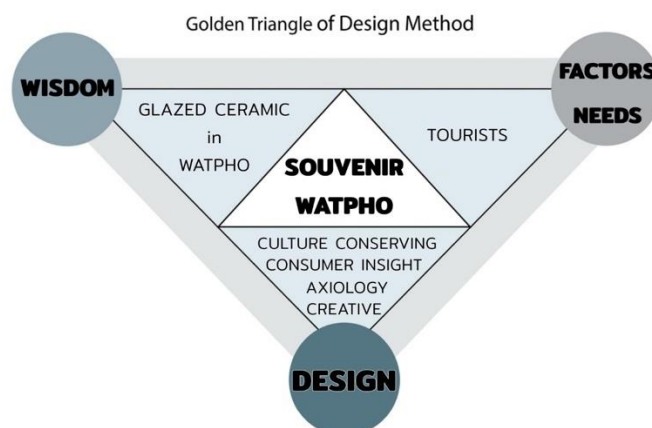
1. เพื่อศึกษา รูปแบบภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยและความต้องการของนักท่องเที่ยว วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม
3. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึก วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ในแนวคิดการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ไทย

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

1. กรอบแนวความคิดในการศึกษาวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม โดยมีรายละเอียดการศึกษาดังนี้ศึกษาในเรื่องของประวัติความเป็นมาของรูปแบบ องค์ประกอบ เทคนิค ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และความสำคัญของภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบภายใน ของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม รวมไปถึงด้านศิลปะวิทยาการ พุทธศิลป์ จารึก และ สถาปัตยกรรม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชื่อมโยงไปสู่การออกแบบตามหัวข้องานวิจัย

2. กรอบแนวความคิดในการศึกษาวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยและความต้องการนักท่องเที่ยวที่มาวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม เพื่อศึกษาปัจจัยและความต้องการที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดการศึกษานี้ในเรื่องของความประทับใจ และความรู้สึก เหตุผล การตัดสินใจซื้อ แรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกรวมถึงด้านกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดในการท่องเที่ยวเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปออกแบบ เพื่อใช้ในการสื่อสารด้านภูมิปัญญากับนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายตามหัวข้องานวิจัย

3. กรอบแนวคิดในการศึกษาวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ 3 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ผู้วิจัยได้นำหลักการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ เชิงวัฒนธรรม โดยสร้างสรรค์ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจากการศึกษาในวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ 2 และสามารถพัฒนารูปแบบที่หลากหลาย สามารถประยุกต์ใช้วัสดุต่างๆ แต่ยังคงอัตลักษณ์ของพื้นที่เป้าหมายในงานวิจัยได้ ภายใต้แนวความคิดเปลี่ยนแปลงและความต่อเนื่องในการสร้างสรรค์งานออกแบบเชิงวัฒนธรรม โดยมีแนวคิดด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และการอนุรักษ์ใน 4 ด้าน คือ 1. ด้านการสร้างสรรค์ 2. ด้านความสวยงาม 3. การใช้งานตอบสนองความต้องการผู้บริโภค 4. ด้านอนุรักษ์วัฒนธรรม



แผนภูมิที่ 1 ความสัมพันธ์แบบขนานที่ใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบกรอบแนวคิดในการวิจัย โดย สิทธิศักดิ์ รัตนประภาวรรณ (2562) พัฒนาโดย ฤทธิรัตน์ ดารารัตน์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. วิธีการดำเนินงานวิจัย เพื่อศึกษารูปแบบภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม โดยมีรายละเอียดในการศึกษาดังนี้ ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่ ด้านการศึกษาในเรื่องประวัติความเป็นมา ภูมิปัญญา เอกลักษณ์ และสถาปัตยกรรม โดยเจาะจงไปในรายละเอียดและองค์ประกอบในภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบ ที่พบภายในวัด โดยการค้นหาข้อมูลให้สอดคล้องตามประเด็นที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ การสัมภาษณ์ ทำแบบสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล และผู้วิจัยได้ใช้วิธีการลงพื้นที่ โดยเข้าไปเป็นผู้สังเกต และถ่ายรูปในพื้นที่ เพื่อเก็บข้อมูลที่สำคัญ

ด้วยข้อมูลสำคัญในบทความนี้ เป็นข้อมูลในกระบวนการศึกษาข้อมูลในบริบทเบื้องต้นเชิงพื้นที่และการประยุกต์ใช้ในกระบวนการการออกแบบ และพัฒนา จึงทำการเก็บข้อมูลในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญ มีความเกี่ยวข้องโดยตรงในขั้นตอนการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญ ด้านประวัติศาสตร์ศิลป์ และโบราณคดีที่มีประสบการณ์ในการศึกษา วิจัย หรือเกี่ยวข้องกับวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม จำนวน 5 ท่าน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ และการสัมภาษณ์ แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) โดยทำการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญให้สอดคล้องตามประเด็นที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ การสัมภาษณ์ ทำแบบสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล และผู้วิจัยได้ใช้วิธีการลงพื้นที่ โดยเข้าไปเป็นผู้สังเกตและถ่ายรูป เพื่อเก็บข้อมูลที่สำคัญ โดยใช้การสังเกต และเก็บข้อมูลแบบไม่มีโครงสร้าง

การวิเคราะห์ ได้แก่ ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ การสังเกต โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลและการวิจัยเชิงบรรยายที่เกี่ยวข้องในประเด็นรูปแบบภูมิปัญญา งานประดับกระเบื้องเคลือบที่พบ จากความเป็นมาและความสำคัญของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม

2. วิธีการดำเนินงาน เพื่อศึกษาปัจจัยและความต้องการนักท่องเที่ยวที่มาวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม โดยมีรายละเอียดในการวิจัยดังนี้ ศึกษาปัจจัยและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวภายในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ใช้กระบวนการ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตาโดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวเป็น 3 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวจากยุโรป

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวจากเอเชีย

กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ

โดยมีการศึกษาความสัมพันธ์ กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว เพื่อวิเคราะห์ความต้องการนักท่องเที่ยว และใช้แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และ แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Form)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่มาวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม จำนวน 120 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง ลักษณะเป็นแบบการตรวจสอบ (Checklist) เป็นการประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) กำหนดค่าคะแนน (Weight) ออกเป็น 5 ระดับ และแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Form) เพื่อขอความคิดเห็น

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากงานประดับกระเบื้องเคลือบทางศิลปะ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม มีรายละเอียดในการวิจัยดังนี้ ใช้กระบวนการการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญรวมถึงข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสอบถามนักท่องเที่ยวเพื่อหาปัจจัยและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกเพื่อนำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึก วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม โดยใช้แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Form)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง ลักษณะเป็นแบบการตรวจสอบ (Checklist) เป็นการประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดค่าคะแนน (Weight) ออกเป็น 5 ระดับ และแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Form) เพื่อขอคำแนะนำ

การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปรที่ศึกษา คือ ค่าความเหมาะสมของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากงานประดับกระเบื้องเคลือบ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการวิจัย

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ในขั้นตอนการดำเนินงาน ผู้วิจัยได้ออกแบบโดยอิงข้อมูลจากข้อมูลที่ได้ลงไปสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิและ ผู้เชี่ยวชาญ ที่เกี่ยวข้องกับวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ในเรื่องของความสำคัญและการพัฒนาต่าง ๆ ภายในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ผู้วิจัยจึงได้ทำการลงพื้นที่เพื่อสำรวจพื้นที่เป้าหมายด้วยตนเอง และได้สำรวจกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวภายในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ระลึก โดยได้ดำเนินการออกแบบ มีรายละเอียดการออกแบบดังนี้

1. การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม

รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกแบบที่ 1 วิจัยได้ออกแบบโดยใช้แนวคิดที่นำรูปแบบอัตลักษณ์ที่มีอยู่ในมหาเจดีย์ 4 รัชกาล เจดีย์กลุ่ม และเจดีย์ราย อย่างกระเบื้องเคลือบที่ใช้ประดับตกแต่งตัวของล้อมรอบเจดีย์โดยการดึงความสวยงามของลวดลายธรรมชาติดอกไม้ไปไม่มีการจัดวางทับซ้อนกันจนมีมิติที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ความประทับใจในตัวสถาปัตยกรรม

รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกแบบที่ 2 วิจัยได้ออกแบบโดยใช้แนวคิด ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากพระวิหารหรือศาลาราย ที่อยู่รอบๆของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามที่เน้นความเป็นธรรมชาติจัดวางในกรอบสามเหลี่ยม โดยดึงลวดลายที่พบบอกมาเพื่อสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ที่ระลึก การที่คลี่คลายรูปแบบและตัดทอนเพื่อให้ได้ลวดลายที่สวยงาม

รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกแบบที่ 3 ผู้วิจัยได้ออกแบบโดยมีแนวคิดในการดึงอัตลักษณ์เทคนิคการประดับกระเบื้องเคลือบที่แสดงบนซุ้มประตูอุตรมณกุฎ หอระฆัง พระมณฑป มีลวดลาย รูปทรง การเน้นใช้สี อย่าง สีเขียว เหลือง และขาว ลวดลายไม้ดอกไม้ประดับสวยงามโดยใช้เทคนิคการช่วยตัดเป็นชิ้นเล็ก ๆ และนำมาเรียงต่อกันจนสวยงาม

2. ขั้นตอนการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึก ผู้วิจัยได้แบบร่างทั้ง 3 รูปแบบ ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จำนวน 3 ท่าน ทำการประเมินและตอบแบบสอบถาม เพื่อให้คำแนะนำในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึก โดยใช้การประเมินในประเด็นหลักการออกแบบเชิงวัฒนธรรม แนวคิดด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และการอนุรักษ์ใน 4 ด้าน คือ 1. ด้านการสร้างสรรค์ 2. ด้านความสวยงาม 3. การใช้งานตอบสนองความต้องการผู้บริโภค 4. ด้านอนุรักษ์วัฒนธรรม

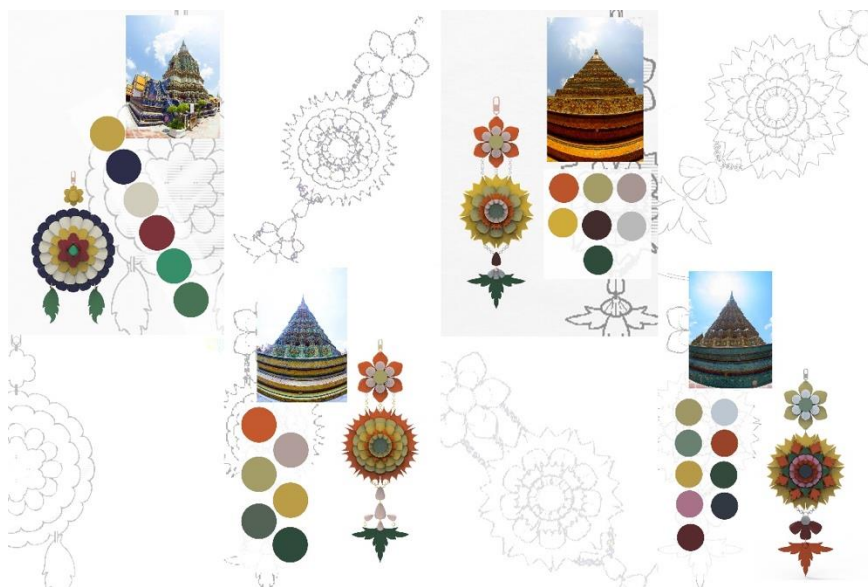
ตารางที่ 1 ผลประเมิน ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม

รายละเอียด	รูปแบบ 1		รูปแบบ 2		รูปแบบ 3	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
1.ด้านการสร้างสรรค์						
1.1 โดดเด่นน่าสนใจ	4.83	0.40	3.00	0.08	4.00	0.63
1.2 รูปแบบแปลกใหม่	4.50	0.54	3.00	0.08	3.33	0.51
1.3 ผสมผสานความทันสมัย	4.66	0.51	3.33	0.51	3.33	0.51
2.ด้านความสวยงาม						
2.1 ความเป็นเอกลักษณ์	4.83	0.40	3.66	0.81	3.50	1.00
2.2 คุณค่าความงาม	4.50	0.54	3.00	0.08	3.67	1.00
2.3 การจัดวางองค์ประกอบ	4.50	0.54	3.33	0.51	3.50	1.00
3.การใช้งานตอบสนองความต้องการผู้บริโภค						
3.1 รูปแบบตอบสนองผู้บริโภค	4.50	0.54	3.50	1.00	3.67	1.00
3.2 สามารถสะท้อนอัตลักษณ์พื้นที่	4.17	0.75	3.00	0.08	3.67	1.00
3.3 การเชื่อมโยงกับสถานที่	4.33	0.51	3.00	0.08	3.50	1.00
4.ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม						
4.1 การสื่อสารผ่านอัตลักษณ์ภูมิปัญญา	4.33	0.51	3.66	0.81	3.83	0.75
4.2 อนุรักษ์งานศิลปะไทย	4.50	0.54	3.83	0.75	4.33	0.51
4.3 ความเป็นเอกลักษณ์ของรูปแบบ เทคนิคและ ลวดลาย	5.00	0.00	4.66	0.51	4.17	0.75
ค่าเฉลี่ยรวม	4.55	0.48	3.42	0.44	3.71	0.80

จากตารางพบว่ารูปแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม รูปแบบที่ 1 มีระดับความเหมาะสมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ =4.55, SD=0.48) ถือได้ว่ามีความเหมาะสมสำหรับการนำมาสร้างเป็นต้นแบบต่อไปลำดับที่ 2 คือ รูปแบบที่ 3 มีระดับความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ =3.71, SD=0.80) ลำดับที่ 3 คือ รูปแบบที่ 2 มีระดับความเหมาะสมอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{X}$ =3.42, SD=0.44)

จากการประเมิน รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ทั้ง 3 รูปแบบ พบว่า รูปแบบที่ 1 มีระดับความเหมาะสมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ =4.55, SD=0.48) และคำตอบจากแบบสอบถามมีความเห็นไปในทางเห็นชอบต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามมีมากที่สุด จึงถือได้ว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเป็นต้นแบบเพื่อการผลิตต่อไป

3. ขั้นตอนการปรับปรุงและพัฒนาไปสู่กระบวนการ final design เพื่อสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึก ผู้วิจัยได้แก้ไขและพัฒนาจากรูปแบบที่ได้จากจากประเมิน ผนวกกับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ จึงนำไปสู่การออกแบบและสร้างต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม



ภาพที่ 10 รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม
ที่มา ฤทธิรัตน์ ดารารัตน์

SOUVENIR



APPLIED



ภาพที่ 11 รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบ
ที่มา ฤทธิรัตน์ ดารารัตน์

การอภิปรายผล

วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามพระอารามหลวงชั้นเอกศาสนสถานสำคัญมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานควบคู่มากับวัดพระแก้ววัดอรุณที่ขนาด 2 ฝั่งทางทิศใต้และทิศเหนือ ทำให้จุดที่ตั้งของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามเป็นภูมิศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวที่ถือเป็นจุดมุ่งหมายอันดับต้นๆของนักท่องเที่ยวที่วางแผนมาเที่ยวชมภายในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ โดยวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามยังถือเป็นสถานที่ในบัญชีการดูแลและพัฒนาของแผนยุทธศาสตร์ในการควบคุมของคณะอนุกรรมการด้านศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบภายใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ได้รับอิทธิพลจากศิลปะแบบจีน ที่มีข้อมูลว่าเป็นผู้อาศัยอยู่ดั้งเดิมบริเวณท่าเตียน ตั้งแต่ช่วงสมัยอยุธยา จนถึงสมัยก่อตั้งกรุงรัตนโกสินทร์ ที่มีการเวนคืนที่ดินของพื้นที่เพื่อสร้างพระราชวังและเขตพระราชฐาน จนทำให้บางส่วนต้องย้ายไปอยู่สำเพ็ง และเยาวราช แต่ก็ยังมีส่วนที่ยังอาศัยอยู่ในพื้นที่ ในประเพณีดั้งเดิม ผู้ปกครองบ้านเมืองต้องมีการสร้างวัดประจำตัว ด้วยทำเลใกล้พระราชวัง รัชกาลที่1 จึงเลือกบูรณะวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามเป็นวัดประจำรัชกาล ภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบภายในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ประดับตกแต่งสถาปัตยกรรมปรากฏลักษณะแบบไทยอย่างเด่นชัด มีความโดดเด่นในการนำเสนอผ่านสถาปัตยกรรมไทยที่อยู่ทั่ววัด แสดงถึงคุณค่าความงาม ด้านตกแต่งสถาปัตยกรรมที่มีปะติด ปะต่อ เรียบเรียง การซ้ำ การซ้อน ยกตัวอย่างขึ้นกระเบื้องเคลือบเป็นข้อเป็นดอก สร้างความงามจาก รูปร่าง รูปทรง ลวดลาย สี สัน ผสมผสาน โดดเด่นและความเหมาะสมกับรูปแบบสถาปัตยกรรมไทยที่รับอิทธิพลจีน หรือการผสมผสานกับรูปแบบสถาปัตยกรรมในแบบประเพณีไทย จากการศึกษาเชิงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลด้านปัจจัยและพฤติกรรมที่แตกต่างไปในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่า ความชื่นชอบของภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรม สถาปัตยกรรม ประวัติศาสตร์ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการจัดการแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม เพื่อรองรับประเทศไทย 4.0 (พระมหาศุภวัฒน์ ฐานวุฑโฒ และ นพวรรณ วิเศษสินธุ์, 2562) ที่ระบุว่า แหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม คือ ศาสนวัตถุ ศาสนสถาน และโบราณวัตถุ ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรม เช่นเดียวกับส่วนหนึ่งของผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) (วันเพ็ญ เบอรันเทห์, 2549) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านสถาปัตยกรรม ความงาม สิ่งก่อสร้าง และแหล่งเรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมภายในวัด อยู่ในระดับดีมาก

รายละเอียดข้างต้นเป็นปัจจัยสนับสนุนในการส่งเสริมการเรียนรู้ รับรู้ ผ่านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ทั้งนี้ ความสำคัญของของที่ระลึกในด้านการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นการย้ำเตือนและกระตุ้นการเข้าถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม การเชื่อมโยงของยุคสมัยในอดีตถึงปัจจุบัน จากส่วนหนึ่งของบทคัดย่อในบทความเรื่องการออกแบบของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว และอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้าน (สุชาติ อัมสำราญ, พรเทพ เลิศเทวศิริ, และ อินทรา พรหมพันธุ์, 2564) ที่ระบุว่าของที่ระลึกกระตุ้นให้ระลึกถึงและเกิดความทรงจำกับอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านของสถานที่นั้น ๆ สะท้อนผ่านการออกแบบ โดยนำเอาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นมาเป็นแรงบันดาลใจเพื่อดึงดูดความต้องการซื้อของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับบทความเรื่องการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อการประชาสัมพันธ์วัดไชโยวรวิหาร อำเภอไชโย จังหวัดอ่างทอง (สุรศักดิ์ ใจหาญ, 2559) ที่ระบุว่าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกควรเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้ ตอบโจทย์ของการประชาสัมพันธ์ได้ดี มีความเหมาะสมทั้งด้านการสื่อสาร ความสวยงาม รูปทรง ขนาด ความเข้าใจชัดเจน รูปแบบสัญลักษณ์ มีลักษณะเป็นสื่อเฉพาะ ดึงดูดความสนใจ นำไปสู่การจดจำ มีการดัดทอนลักษณะเด่นของศิลปกรรม วัฒนธรรมไทย ได้อย่างเรียบง่ายและน่าสนใจ

สรุปผลการวิจัย

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากภูมิปัญญางานประดับกระเบื้องเคลือบ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ในแนวคิดการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ไทยผู้วิจัยได้ออกแบบให้ด้วยรูปแบบตามหลักการด้านการออกแบบเชิงวัฒนธรรม แนวคิดด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และการอนุรักษ์ในด้านความสร้างสรรค์ ด้านความสวยงาม การใช้งานตอบสนองความต้องการผู้บริโภค และด้านอนุรักษ์วัฒนธรรม ปัจจัยที่สร้างอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของผู้ชื่อนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวภายในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามจนได้รูปแบบที่ต้องการหลังจากนั้นทำการสร้างต้นแบบเพื่อจำลองรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกให้เป็นรูปประธรรม เพื่อเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ โดยได้ความเห็นว่าเป็นที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุดที่จะนำไปสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อเพิ่มโอกาสและสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยวรวมถึงอนุรักษ์วัฒนธรรมอัตลักษณ์

การอ้างอิง

- กฤษณะ เดชาสุรักษ์ชน. (2552). พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวอิสระชาวต่างชาติที่มีต่อวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร กรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). รายงานสถานการณ์และผลประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว . กรุงเทพฯ. อนุกรมการด้านการศิลปะและวัฒนธรรม. (2561). รายงานโครงการมรดกความทรงจำแห่งโลกวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหารวิมลมังคลาราม. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการการศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว สภานิติบัญญัติแห่งชาติ.
- พัชรพรพรรณ เสงี่ยมศักดิ์. (2560). ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาของไทย. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- พระมหาศุภวัฒน์ ฐานวุฑโฒ, และนพพรพรรณ วิเศษสินธุ์. (2562). การจัดการแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ ของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม เพื่อรองรับประเทศไทย 4.0. วารสารพุทธศาสนศึกษา, 10(1), 149-165.
- วันเพ็ญ เบอร์เนนท์. (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุชาติ อิมสาราญ, พรเทพ เลิศเทวศิริ, และ อินทิรา พรหมพันธุ์. (2564). การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านสำหรับนักท่องเที่ยว. วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล., 33(23), 115-129.
- สุศักดิ์ ใจหาญ. (2559). การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อการประชาสัมพันธ์วัดไชโยวรวิหาร อำเภอไชโย จังหวัดอ่างทอง. วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 8(2), 341-355.
- อภิญา เพื่องฟูสกุล. (2546). อัตลักษณ์ = Identity : การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.