เครื่องหนังร่วมสมัย: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยบนฐานอัตลักษณ์ซอฟต์พาวเวอร์จังหวัดนครศรีธรรมราช

Contemporary Leather Products : Contemporary Product Development Based on the Soft Power Identity of Nakhon Si Thammarat Province

วันที่รับบทความ: 30 พฤษภาคม 2568
วันที่แก้ไขบทความ: 8 กรกฎาคม 2568
วันที่ตอบรับบทความ: 15 กรกฎาคม 2568

ตวงรัก รัตนพันธุ์ [1*]
ชัชวาลย์ รัตนพันธุ์ [2]
อติวิช น้ำขาว [3]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของบริการวิชาการภายใต้โครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูสืบทอด และพัฒนาศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านกิจกรรมย่อย คือ การออกแบบแฟชั่นไทย การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัยบนฐานอัตลักษณ์ซอฟต์พาวเวอร์จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัยบนฐานอัตลักษณ์ซอฟต์พาวเวอร์จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นบริการวิชาการโดยใช้กระบวนการวิจัยเป็นฐานผ่าน 4 ขั้นตอน ได้แก่ การรวบรวมองค์ความรู้ การอบรมเชิงปฏิบัติการ การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ และการนำเสนอต้นแบบผลิตภัณฑ์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มนครหัตถกรรม กลุ่มย่านลิเภาอะโทสะ กลุ่ม ช.ช่างแฝด กลุ่ม 4 ป.บาติก และกลุ่มเครื่องหนังแบรนด์มังคุด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยสรุปได้ 4 ส่วน 1) การรวบรวมองค์ความรู้ พบว่า จังหวัดนครศรีธรรมราชมีทุนวัฒนธรรมด้านหัตถศิลป์ที่รวบรวมได้ 5 กลุ่ม ได้แก่ เครื่องถม จักสานย่านลิเภา งานไม้แกะสลัก ผ้าบาติก และเครื่องหนังร่วมสมัย 2) การอบรมเชิงปฏิบัติการ พบว่า ผู้ประกอบการได้รับความรู้ด้านการตลาดและต้นทุนการผลิต พร้อมพัฒนาแนวคิดการออกแบบเครื่องหนังที่ตอบโจทย์ความต้องการผู้บริโภค 3) การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ พบว่า แต่ละกลุ่มได้สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบชุดเซ็ตประกอบด้วย กระเป๋าหนังเครื่องถม อุปกรณ์คาเฟ่ ฮอปปิ้ง เครื่องประดับจากไม้มงคล ผ้าบาติกตกแต่งที่พัก และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง และ 4) การนำเสนอต้นแบบผลิตภัณฑ์ พบว่า ต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัยได้รับการพัฒนาตามบริบทชุมชน ใช้วัสดุและกรรมวิธีท้องถิ่น พร้อมสร้างความสนใจและการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน

คำสำคัญ: เครื่องหนังร่วมสมัย ซอฟต์พาวเวอร์จังหวัดนครศรีธรรมราช

---

[1] อาจารย์ ดร. สาขาวิชาศิลปกรรมศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
[*] ผู้ประสานงานหลัก e-mail: tuangrak_vej@nstru.ac.th
[2] อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบเครื่องถมและเครื่องประดับ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
e-mail: chatchawal_rat@nstru.ac.th
[3] นักออกแบบอิสระ
e-mail: atiwit.n2025@gmail.com

Contemporary Leather Products: Contemporary Product Development Based on the Soft Power Identity of Nakhon Si Thammarat Province

Received: May 30, 2025
Revised: July 8, 2025
Accepted: july 15, 2025

Tuangrak Rattanapan [1*]
Chatchawal Rattanapan [2]
Atiwit Numkaow [3]

Abstract

This This study is part of an academic service under the project for the conservation, restoration, preservation, and development of local arts, culture, and wisdom, as part of a sub-activity of Thai fashion design. This study on contemporary product development based on the soft power identity of Nakhon Si Thammarat Province aims to develop leather products that reflect its soft power identity. The study, as part of an academic service, is based on four steps of research methodology, including knowledge compilation, workshop training, creation of product prototypes, and prototype presentation. The research population comprised Nakhon Hattagam Group, A-tho-sa Lipao Group, Chor. Chang Faed Group, 4 Por. Batik Group, and Mangkud Brand Leather Group. The research instrument consisted of in-depth interviews. The results are summarized in four parts: 1) knowledge compilation: Nakhon Si Thammarat has five categories of cultural capital, namely nielloware, Lipao handicrafts, wood carving, batik textiles, and contemporary leather products; 2) workshop session: entrepreneurs gained knowledge in marketing, manufacturing costs, and design concept development for leather goods that meet consumer needs. 3) creating product prototypes: each group developed a set of prototype products, including nielloware-decorated leather bags, café-hopping equipment, accessories made from auspicious plants, interior decorations made from batik textiles, and pet supplies; and 4) product prototype presentation:

[1] Lecturer Dr., Department of Fine Art Education, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University
[*] Corresponding author, e-mail: tuangrak_vej@nstru.ac.th
[2] Lecturer, Program in Nielloware and Jewelry Design, Faculty of Industrial Technology, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University
e-mail: chatchawal_rat@nstru.ac.th
[3] Freelance designer
e-mail: atiwit.n2025@gmail.com

contemporary leather products were developed in accordance with the community context, using local materials and craftsmanship, generating clear interest and acceptance from the target audience.

Keywords: Contemporary leather products, Nakhon Si Thammarat soft power

บทนำ

ปัจจุบันการขับเคลื่อนวัฒนธรรมบนฐานอัตลักษณ์ซอฟต์พาวเวอร์ถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญของประเทศไทย ในการผลักดันคุณค่าทางวัฒนธรรมให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจในระดับประเทศและระดับสากล โดยรัฐบาลไทยได้กำหนดทิศทางการส่งเสริมวัฒนธรรมผ่านนโยบาย 5F Soft Power ได้แก่ อาหาร (food) ภาพยนตร์ (film) แฟชั่น (fashion) ศิลปะการต่อสู้ (fighting) และเทศกาลประเพณี (festival) พร้อมกำลังจะขยายเพิ่มเติมในมิติของศิลปะการแสดง และความเชื่อทางวัฒนธรรม (วรกมล วงษ์สถาปนาเลิศ, สุดสวาท จันทร์ดำ และสุดารัตน์ เทพพิมล, 2567, หน้า 384) ซึ่งล้วนสะท้อนอัตลักษณ์ไทยที่มีศักยภาพในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักในระดับสากล นโยบายดังกล่าวสอดรับกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ที่มุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มบนฐานภูมิปัญญา วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยั่งยืน (วิบูลพร วุฒิคุณ และรัชนิกร กุสลานนท์, 2563, หน้า 47)

หนึ่งในมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ คือ เครื่องหนัง ซึ่งพบได้ในหลายพื้นที่ของภาคใต้ โดยเฉพาะจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีช่างฝีมือสืบทอดภูมิปัญญาด้านการทำเครื่องหนังมาอย่างยาวนาน (พีรพงษ์ พันธะศรี, 2564, หน้า 142) งานหนังที่ผลิตมักอยู่ในรูปแบบงานหัตถกรรม เช่น ตัวหนังตะลุง ทำมาจากหนังสัตว์ที่ผ่านกรรมวิธีทำให้โปร่งแสง เพื่อใช้สำหรับศิลปะการแสดงหนังตะลุง งานหนังที่ผลิตในรูปแบบเชิงพาณิชย์ เช่น กระเป๋า เข็มขัด เป็นต้น ทำมาจากหนังสัตว์ หรือหนังสังเคราะห์ อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ที่พบส่วนใหญ่ยังคงมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ขาดความหลากหลายทางรูปแบบ ไม่สะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นภาคใต้ และไม่อาจจะพัฒนาเทคนิคหรือนวัตกรรมใหม่ให้เกิดความทันสมัยและมีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจที่ชัดเจน (ปริญญา ยอดแก้ว, นิคม นกอักษร และเสกสรรค์ คงอ่อน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 มกราคม 2568)

ภายใต้ยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ในฐานะสถาบันอุดมศึกษาที่มีพันธกิจในการพัฒนาท้องถิ่น แนวทางการบูรณาการองค์ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้กลายเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้เกิดคุณค่าใหม่ทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัย ซึ่งควรเน้นการประยุกต์องค์ความรู้ด้านการออกแบบเข้ากับทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นภาคใต้ อันตอบสนองต่อบริบทการใช้งานของผู้บริโภคในปัจจุบัน กระบวนการดังกล่าวยังสามารถต่อยอดการใช้วัสดุจากอุตสาหกรรมเครื่องหนังเชิงพาณิชย์ การออกแบบที่ผสมผสานระหว่างความร่วมสมัยกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น จึงไม่เพียงส่งเสริมมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ แต่ยังทำหน้าที่เป็นเครื่องมือขับเคลื่อนซอฟต์พาวเวอร์ที่สามารถนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่ระดับประเทศและสากลได้อย่างมีศักยภาพ

จากการศึกษาข้อมูลท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยเห็นถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องหนัง ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ และด้วยจังหวัดนครศรีธรรมราชมีศักยภาพด้านวัฒนธรรมที่สามารถพัฒนาเป็นซอฟต์พาวเวอร์ได้อย่างหลากหลาย โดยเฉพาะในมิติของแฟชั่น (fashion) ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่ม 5F Soft Power ที่รัฐบาลส่งเสริม งานหัตถศิลป์ท้องถิ่นที่สะท้อนอัตลักษณ์จังหวัดนครศรีธรรมราชมีมากมาย เช่น งานโลหะรูปพรรณ

งานจักสาน งานผ้า และงานไม้แกะสลัก เป็นต้น ซึ่งมีทั้งความวิจิตรประณีต สะท้อนภูมิปัญญา และมีคุณค่าทางวัฒนธรรมสูง วัสดุจากงานหัตถศิลป์สามารถนำมาผสมผสานกับงานเครื่องหนังร่วมสมัยได้ในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบในยุคปัจจุบัน ทั้งในด้านความงาม การใช้งาน และศักยภาพทางการตลาด นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และเสริมความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจของชุมชนได้ ดังนั้น ศิลปะร่วมสมัยกับนัยยะการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง ถือเป็นการเชื่อมโยงอดีตเข้ากับปัจจุบัน ผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่เคารพรากฐานทางวัฒนธรรมท้องถิ่นตอบโจทย์รสนิยมและบริบทของผู้บริโภคยุคใหม่

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัยบนฐานอัตลักษณ์ซอฟต์พาวเวอร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. วิธีการดำเนินการวิจัย แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 รวบรวมองค์ความรู้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนามเพื่อศึกษาทุนทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเน้นกลุ่มทุนแฟชั่น ที่สอดคล้องกับแนวคิด 5F Soft Power เพื่อรวบรวมข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และบริบทของชุมชน อันจะนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัยให้สอดคล้องกับบริบทท้องถิ่นและแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 อบรมเชิงปฏิบัติการ ผู้วิจัยดำเนินการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ โดยเน้นความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการตลาดสำหรับธุรกิจเครื่องหนัง การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัย และเทคนิคการสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านงานออกแบบ กิจกรรมประกอบด้วย การบรรยาย การฝึกปฏิบัติการ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสามารถพัฒนาแนวคิดหลักและแบบร่างเบื้องต้น สำหรับการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังได้

ส่วนที่ 3 สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัย หลังผ่านกระบวนการอบรม ผู้วิจัยร่วมกับกลุ่มผู้ประกอบการ พัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัย โดยใช้แนวคิดการออกแบบที่ผสมผสานอัตลักษณ์ท้องถิ่น เข้ากับความร่วมสมัยและความต้องการของตลาดเป้าหมาย การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ ดำเนินไปตามบริบทของชุมชน โดยคำนึงถึงกรรมวิธีการผลิต วัสดุที่หาได้ในพื้นที่ และความเป็นไปได้ในการผลิตจริง ทั้งนี้ ผู้วิจัยติดตามให้คำปรึกษา และประเมินผลต้นแบบอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวคิดที่กำหนดไว้อย่างเป็นรูปธรรม

ส่วนที่ 4 นำเสนอผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัย เมื่อได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัยที่สมบูรณ์แล้ว จะถูกนำเสนอผลงานผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัยต่อสาธารณชน เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้าง และเปิดโอกาสให้เกิดการต่อยอดเชิงธุรกิจ

2. ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการในพื้นที่นครศรีธรรมราช ประกอบด้วยประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม จำนวน 5 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มนครหัตถกรรม กลุ่มย่านลิเภาอะโทสะ กลุ่ม ช.ช่างแฝด กลุ่ม 4 ป.บาติก และกลุ่มเครื่องหนังแบรนด์มังคุด รวมทั้งหมด 20 คน

3. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการฯ 5 กลุ่ม นักออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 30 คน เพื่อประเมินความพึงพอใจต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัยร่วมกัน

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้รูปแบบของ (คณิน ไพรวันรัตน์, 2566 หน้า 50-51) รายละเอียดแบ่งเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัย ประกอบด้วย ความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัย กระบวนการผลิต ต้นทุน กลุ่มเป้าหมาย

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการบันทึกภาพระหว่างเก็บข้อมูล โดยการขออนุญาตจากกลุ่มผู้ประกอบการ ในการเก็บภาพระหว่างการสัมภาษณ์ และบันทึกเสียง พร้อมทั้งจดบันทึก

6. การวิเคราะห์ข้อมูล นำประเด็นที่ได้จากการเก็บข้อมูล นำมาวิเคราะห์ และสรุปแยกประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามการดำเนินการงาน โดยแบ่งเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 รวบรวมองค์ความรู้

จังหวัดนครศรีธรรมราชมีทุนวัฒนธรรมด้านหัตถศิลป์ที่หลากหลาย อันเป็นผลผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมายาวนาน โดยทุนทางวัฒนธรรมที่รวบรวมได้ มี 5 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มนครหัตถกรรม มีครูช่างต้นแบบ ผู้วางรากฐานการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านงานถมเมืองนครศรีธรรมราชในระบบการศึกษา ผ่านสาขาศิลปหัตถกรรมรูปพรรณเครื่องถมและเครื่องประดับ ณ วิทยาลัยศิลปหัตถกรรมนครศรีธรรมราช กลุ่มนี้มีจุดเด่นที่เทคนิคการผลิตเครื่องถมซึ่งมีความประณีต เช่น การสลักดุลและการถมยาลงบนผิวโลหะ เงิน ทอง ทองแดง และทองเหลือง ลวดลายเฉพาะที่สะท้อนความวิจิตรของงานฝีมือ ทำให้กลุ่มนครหัตถกรรมได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง

2. กลุ่มย่านลิเภาอะโทสะ เป็นการสืบสานงานจักสานย่านลิเภาจากวิสาหกิจชุมชนบ้านลิเภา โดยทายาทรุ่นใหม่ที่สามารถต่อยอดองค์ความรู้ดั้งเดิมสู่การผลิตย่านลิเภาแบบร่วมสมัย ใช้วัสดุจากธรรมชาติและเทคนิคการสานแบบไล่ระดับสี เป็นเทคนิคเฉพาะของกลุ่มในการสร้างสรรค์ผลงานที่สะท้อนถึงวิถีเดิม ผสมวิถีใหม่ และความละเอียดอ่อนทางฝีมืออย่างโดดเด่น

3. กลุ่ม ช.ช่างแฝด กลุ่มช่างฝีมือพี่น้องฝาแฝด ผู้เชี่ยวชาญงานไม้แกะสลัก โดยใช้ไม้จากท้องถิ่นหรือไม้มงคล เป็นวัสดุหลักในการสร้างสรรค์ชิ้นงานที่มีลวดลายประณีต และการเล่นเนื้อไม้อย่างชำนาญ ผลงานกลุ่ม ช. ช่างแฝด ปรากฏทั้งในศิลปวัตถุและสถาปัตยกรรมในพื้นที่ อีกทั้งยังเน้นการผลิตเพื่อคุณค่าทางศิลปะมากกว่าการค้า จึงมีฐานผู้บริโภคที่ชื่นชอบงานคราฟต์เฉพาะกลุ่ม

4. กลุ่ม 4 ป. บาติก กลุ่มช่างในอำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีความชำนาญในการเขียนลายเทียนผ้าบาติก ซึ่งเป็นทักษะเฉพาะตัว โดยดึงเอาเรื่องราวของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น

มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบลวดลาย ทั้งยังสามารถผสมผสานลวดลายศิลปะไทยเข้าไว้ได้อย่างกลมกลืน ก่อให้เกิดผลงานที่มีความร่วมสมัยและทรงคุณค่าทางวัฒนธรรม

5. กลุ่มเครื่องหนังแบรนด์มังคุด ช่างทำเครื่องหนังรุ่นใหม่ ที่มีพื้นฐานด้านศิลปะประยุกต์ เทคนิคการตอกลวดลายลงบนแผ่นหนัง ร่วมกับทักษะการทำมือ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปลักษณ์คลาสสิกและร่วมสมัย โดยใช้วัสดุที่คงทนและกระบวนการผลิตที่ซับซ้อน ซึ่งต้องอาศัยความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ส่งผลให้ผลงานมีแตกต่างจากงานหนังทั่วไป และได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมงานแฮนด์เมดคุณภาพสูง

จากการรวบรวมองค์ความรู้ทั้ง 5 กลุ่ม ผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหา สรุปมาเป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัย เพื่อเข้าสู่การดำเนินงานในกระบวนการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพชุมชนในขั้นตอนต่อไป



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการรวบรวมองค์ความรู้
ที่มา: ผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 2 อบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 2 วัน ระหว่างวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568 และ 1 มีนาคม พ.ศ. 2568 ณ ห้องประชุมศูนย์ศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช โดยบรรยายให้ความรู้เรื่องการตลาดสำหรับธุรกิจเครื่องหนัง และการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารธุรกิจ จากนั้นปฏิบัติการพัฒนาแนวคิดหลัก และแบบร่างเบื้องต้น โดยมีที่ปรึกษาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ร่วมวิพากษ์และสรุปแนวทางในการออกแบบร่วมกันกับผู้ประกอบการ จากการอบรมเชิงปฏิบัติการครั้งนี้ ช่วยให้ผู้ประกอบการได้แนวคิดในการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค พร้อมทั้งจัดทำสเก็ตช์ดีไซน์ที่สอดรับกับแนวความคิดหลัก เพื่อใช้ในการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัยในขั้นตอนต่อไป ผู้วิจัยสรุปแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัยจาก 5 ผู้ประกอบการ ดังนี้

1. กลุ่มนครหัตถกรรม แนวคิด “กระเป๋าหนังเครื่องถมร่วมสมัย ความเชื่อที่พกพาได้ทุกวัน” แรงบันดาลใจจากดอกพุดตานสัญลักษณ์แห่งความรัก และการเริ่มต้นใหม่ ผสานเรื่องราวของนกใหญ่จากตำนานท้องถิ่นที่เปี่ยมด้วยพลังและความเป็นสิริมงคล ถ่ายทอดผ่านงานหัตถศิลป์เครื่องถมเมืองนครศรีธรรมราช ลงบนกระเป๋าหนังร่วมสมัย ดีไซน์เรียบเท่ ใช้งานได้จริง พกพาสะดวก เหมาะสำหรับคนวัยทำงานและผู้สูงอายุที่ต้องการความคล่องตัวในชีวิตประจำวัน สะท้อนอัตลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นในรูปแบบที่ร่วมสมัยและเข้าถึงง่าย

2. กลุ่มย่านลิเภาอะโทสะ “Cultural cafe hopping สัมผัสอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผ่านคาเฟ่บ้านเรา” จักสานย่านลิเภา เป็นงานหัตถกรรมท้องถิ่นที่สะท้อนภูมิปัญญาภาคใต้เข้ากับวัสดุร่วมสมัยอย่าง

เครื่องหนัง สร้างความร่วมสมัยให้กับผลิตภัณฑ์ โดยการออกแบบคำนึงถึงฟังก์ชันการใช้งานในกิจกรรมของคนรุ่นใหม่ เช่น cafe hopping ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวคาเฟ่เชิงไลฟ์สไตล์ที่กำลังได้รับความนิยม อันเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นในบริบทใหม่ ที่เชื่อมโยงภูมิปัญญากับวิถีชีวิตร่วมสมัย

3. กลุ่ม ช. ช่างแฝด “Contemporary Mootelu accessories” ออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวสายมูเตลูในบริบทจังหวัดนครศรีธรรมราช เมืองแห่งวัฒนธรรม สายธรรมที่มีรากลึกของความเชื่อและพิธีกรรม โดยออกแบบภายใต้แนวคิด เครื่องประดับที่สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน ผลิตภัณฑ์เน้นการผสมผสาน วัสดุจากไม้มงคล ซึ่งมีความหมายในเชิงโชคลางกับเครื่องหนัง เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมสมัย แข็งแรง และปลอดภัย ภายใต้รูปแบบ มินิมอล เรียบง่าย แต่แฝงความหมายเชิงสัญลักษณ์ ให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายหลากหลายช่วงวัย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการความเชื่อมโยงกับความเชื่อดั้งเดิมในรูปแบบที่ร่วมสมัย

4. กลุ่ม 4 ป.บาติก “Into the Woods” (Pa Pras) แรงบันดาลใจจากป่าประ อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านการสร้างสรรค์ลวดลายบนผ้าบาติกผสานงานเครื่องหนัง เป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งที่พัก โดยเน้นสัญลักษณ์ของธรรมชาติ เช่น สีเขียวของป่าประ นกประจำถิ่น ภูเขาและสายหมอก ที่เชื่อมโยงผู้ใช้กับการสัมผัสความสงบจากธรรมชาติ ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวกลุ่มธรรมชาติบำบัดที่ต้องการผ่อนคลายและการเชื่อมต่อกับธรรมชาติผ่านการพักผ่อน ณ สถานที่พัก เช่น โฮมสเตย์ รีสอร์ท โรงแรม

5. กลุ่มเครื่องหนังแบรนด์มังคุด “งานหนัง ฟังก์ชันทันสมัย เชื่อมต่อนวัตกรรมเพื่อสัตว์เลี้ยงแสนรัก” พัฒนาอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงด้วยการสร้างสรรค์งานเครื่องหนังร่วมสมัยกับนวัตกรรมการใช้งาน เพื่อตอบโจทย์เจ้าของสัตว์เลี้ยงรุ่นใหม่ที่ใส่ใจทั้งสไตล์และคุณภาพ เน้นความเรียบ เท่ และทำมือทุกขั้นตอน ด้วยเทคนิคการตอกลายหนังแบบเฉพาะตัว ผลิตภัณฑ์อุปกรณ์เสริมที่สามารถทำงานร่วมกับระบบ iOS อย่าง iPhone และ iPad เพื่อให้เจ้าของสามารถติดตามสัตว์เลี้ยงได้อย่างสะดวกและมั่นใจ สร้างจุดขายที่แตกต่างในตลาดสัตว์เลี้ยง ผ่านดีไซน์เฉพาะ วัสดุคุณภาพ และฟังก์ชันที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนรักสัตว์ในยุคดิจิทัล



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการ
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 3 แบบสรุปแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัย
ที่มา: ผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 3 สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัย

ผู้วิจัยร่วมกับผู้ประกอบการ ร่วมสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัย โดยใช้เวลา 40 วัน ซึ่งการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัย จะเน้นกระบวนการดำเนินงานเป็นไปตามบริบทของชุมชน โดยคำนึงถึงกรรมวิธีการผลิต วัสดุท้องถิ่น และความเป็นไปได้ในการผลิตจริง ผู้วิจัยได้ติดตามให้คำปรึกษา และประเมินผลอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 4 ติดตามให้คำปรึกษา และประเมินผลกลุ่มนครหัตถกรรม
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 5 ติดตามให้คำปรึกษา และประเมินผลกลุ่มย่านลิเภาอะโทสะ
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 6 ติดตามให้คำปรึกษา และประเมินผลกลุ่ม ช.ช่างแฝด
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 7 ติดตามให้คำปรึกษา และประเมินผลกลุ่ม 4 ป.บาติก
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 8 ติดตามให้คำปรึกษา และประเมินผลกลุ่มเครื่องหนังแบรนด์มังคุด
ที่มา: ผู้วิจัย

จากการติดตามให้คำปรึกษา และประเมินผลงานกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ พบว่า การดำเนินงานเป็นไปตามแผนงานและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน นับเป็นการบริการวิชาการที่มีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้ การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัยสอดคล้องกับกระบวนการทำงานตามบริบทของกลุ่มผู้ประกอบการ ส่งผลให้การผลิตเป็นไปอย่างราบรื่น ผลงานตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ผู้วิจัยทำการการประเมินความพึงพอใจต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัย จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แปลผลประเมินเป็นค่าร้อยละ โดยผลประเมินความพึงพอใจต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัยแต่ละรูปแบบมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปผลประเมินความพึงพอใจต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัย

กลุ่มผู้ประกอบการ	ชนิดผลิตภัณฑ์	รายละเอียด	จำนวนผู้ประเมิน (คน)	แปลผลค่าร้อยละ
กลุ่มนครหัตถกรรม	กระเป๋าหนังเครื่องถม	ประกอบด้วย กระเป๋าหนังเครื่องถมสำหรับผู้ชายกระเป๋าหนังเครื่องถมสำหรับผู้หญิง และกระเป๋าหนังเครื่องถมสำหรับวัยทำงาน	27	ร้อยละ 90.00
กลุ่มย่านลิเภาอะโทสะ	อุปกรณ์ cafe hopping	ประกอบด้วย ปลอกแก้วร้อน ปลอกแก้วเย็น และ กระเป๋าถือ (Handbag)	25	ร้อยละ 83.33
กลุ่ม ช. ช่างแฝด	เครื่องประดับงานไม้มงคล	ประกอบด้วย สร้อยคอ กำไล และกระเป๋า	30	ร้อยละ 100.00
กลุ่ม 4 ป. บาติก	ผ้าบาติกตกแต่งที่พัก	ประกอบด้วย ผ้าม่าน หมอนอิง เบาะรองนั่ง และโคมไฟ	27	ร้อยละ 90.00
กลุ่มเครื่องหนังแบรนด์มังคุด	อุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง	ประกอบด้วย สายจูง ชุดรัดตัวสัตว์เลี้ยง ปลอกคอ และ Air Tag Holder	28	ร้อยละ 93.33

จากตารางที่ 1 สรุปผลประเมินความพึงพอใจต้นแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย โดยรวมได้รับความพึงพอใจจากกลุ่มผู้ประเมินอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะรูปแบบที่ 3 จากกลุ่ม ช. ช่างแฝด ได้รับความพึงพอใจร้อยละ 100 รองลงมา คือ รูปแบบที่ 5 จากกลุ่มเครื่องหนังแบรนด์มังคุด ได้รับความพึงพอใจ ร้อยละ 93.33 รองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 และ รูปแบบที่ 4 จากกลุ่มนครหัตถกรรม และกลุ่ม 4 ป. บาติก ได้รับความพึงพอใจเท่ากัน ร้อยละ 90 และรูปแบบที่ 2 จากกลุ่มย่านลิเภาอะโทสะ ได้รับความพึงพอใจ ร้อยละ 83.33 ตามลำดับ โดยแต่ละกลุ่มได้สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเซ็ต ประกอบด้วย 1) นครหัตถกรรม พัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าหนังเครื่องถม ประกอบด้วย กระเป๋าหนังเครื่องถมสำหรับผู้ชาย ผู้หญิง และวัยทำงาน 2) ย่านลิเภาอะโทสะ พัฒนาผลิตภัณฑ์อุปกรณ์สำหรับกิจกรรม Cafe Hopping ประกอบด้วย ปลอกแก้วร้อน ปลอกแก้วเย็น และกระเป๋าถือ 3) ช. ช่างแฝด พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากไม้มงคล ประกอบด้วย สร้อยคอ กำไล 4) 4 ป. บาติก พัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกตกแต่งที่พัก ซึ่งประกอบด้วย ผ้าม่าน หมอนอิง เบาะรองนั่ง และโคมไฟ 5) กลุ่มเครื่องหนังแบรนด์มังคุด พัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง ประกอบด้วย สายจูง ชุดรัดตัวสัตว์เลี้ยง ปลอกคอ และ Air Tag



ภาพที่ 9 ต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัยจาก 5 ผู้ประกอบการ
ที่มา: ผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 4 นำเสนอผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัย

ผู้วิจัยดำเนินการเผยแพร่ผลงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัย สู่สาธารณะผ่านการจัดนิทรรศการ เพื่อสร้างการรับรู้และเชื่อมโยงองค์ความรู้กับชุมชน ระหว่างวันที่ 20–21 พฤษภาคม พ.ศ. 2568 ณ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า จังหวัดนครศรีธรรมราช กิจกรรมภายในงาน ประกอบด้วย การเสวนาทางวิชาการในหัวข้อแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนและการขับเคลื่อนซอฟต์พาวเวอร์บนฐานอัตลักษณ์นครศรีธรรมราช โดยผู้อำนวนการศูนย์ศิลปวัฒนธรรม อาจารย์ ผู้เชี่ยวชาญ นักออกแบบและตัวแทนผู้ประกอบการ การจัดแสดงนิทรรศการผลงานเครื่องหนังร่วมสมัย และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ การนำเสนอดังกล่าว ได้รับความสนใจจากประชาชนทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภคที่ชื่นชอบงานหัตถศิลป์ร่วมสมัยเป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 10 บรรยากาศนำเสนอผลงานนิทรรศการเครื่องหนังร่วมสมัยสู่สาธารณะ
ที่มา: ผู้วิจัย

อภิปรายผล

จังหวัดนครศรีธรรมราชมีทุนวัฒนธรรมด้านหัตถศิลป์ที่หลากหลาย เป็นผลจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดและพัฒนาต่อเนื่อง ทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่สามารถจำแนกออกเป็น 5 กลุ่มสำคัญ ได้แก่ 1) กลุ่มนครหัตถกรรม มีรากฐานจากองค์ความรู้ดั้งเดิมด้านเครื่องถมเมืองนคร โดยเฉพาะเทคนิคการสลักดุลและการถมยาบนโลหะที่มีความประณีต ทางกลุ่มยังถ่ายทอดเทคนิคสู่เยาวชนอย่างเป็นระบบผ่านการศึกษา และได้รับการยอมรับในระดับกว้าง 2) กลุ่มย่านลิเภาอะโทสะ โดดเด่นด้านงานจักสานจากวัสดุธรรมชาติ ถ่ายทอดโดยทายาทรุ่นใหม่ที่พัฒนางานย่านลิเภาแบบร่วมสมัย ด้วยเทคนิคการสานไล่สีอันเป็นเอกลักษณ์ สะท้อนทั้งภูมิปัญญาเดิมและการออกแบบสมัยใหม่อย่างกลมกลืน 3) กลุ่ม ช.ช่างแฝดเชี่ยวชาญด้านงานไม้แกะสลัก โดยเน้นวัสดุไม้มงคลในท้องถิ่นและเทคนิคการแสดงลวดลายไม้ที่ซับซ้อน กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางศิลปะมากกว่าด้านการค้า และเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมงานคราฟต์ 4) กลุ่ม 4 ป. บาติก มีความเชี่ยวชาญในการเขียนลายผ้าบาติกที่สะท้อนธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ท้องถิ่น พร้อมทั้งผสมผสานลวดลายศิลปะไทยได้อย่างลงตัว ผลงานของกลุ่มแสดงให้เห็นถึงความร่วมสมัยและคุณค่าทางวัฒนธรรม 5) กลุ่มเครื่องหนังแบรนด์มังคุด เป็นกลุ่มช่างรุ่นใหม่ที่นำทักษะศิลปะประยุกต์มาใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัย โดยเน้นเทคนิคการตอกลวดลายและการทำมือที่ประณีต ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากเครื่องหนังทั่วไป และได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคที่ให้คุณค่ากับงานแฮนด์เมด

การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ โดยเน้นการบรรยายให้ความรู้ด้านการตลาดและการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตสำหรับธุรกิจเครื่องหนัง โดยมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านธุรกิจเป็นวิทยากร และมีที่ปรึกษาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาแนวคิดหลักและแบบร่างเบื้องต้น ผลจากการอบรมทำให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาแนวคิดในการออกแบบที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ชัดเจนยิ่งขึ้น พร้อมจัดทำสเก็ตช์ดีไซน์ที่สอดคล้องกับแนวคิดหลักอย่างมีทิศทาง โดยกระบวนการนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของเอนก ชิตเกษร และพรรณนุช ชัยปินชนะ (2565) ทำการวิจัยเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มจากเส้นใยกล้วยและกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านเฮี้ย อำเภอปัว จังหวัดน่าน โดยในกระบวนการวิจัยมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการกลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเส้นใยกล้วย เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถสร้างรายได้เพิ่มจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์เส้นใยกล้วยโดยการผสมผสานวัสดุอื่น ซึ่งต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัย ประกอบด้วย 1) กระเป๋าหนังเครื่องถม 2) อุปกรณ์ Cafe Hopping 3) เครื่องประดับจากไม้มงคล 4) ผ้าบาติกตกแต่งที่พัก และ 5) อุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง ทั้งหมดเกิดจากความร่วมมือระหว่างผู้วิจัยและผู้ประกอบการในพื้นที่ โดยมีกระบวนการดำเนินงานที่ยึดบริบทของชุมชนเป็นสำคัญ ทั้งในด้านกรรมวิธีการผลิต วัสดุท้องถิ่น และความเหมาะสมในการผลิตจริง ผู้วิจัยได้ให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิดและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ต้นแบบที่พัฒนาเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับแนวคิดหลักของโครงการและสามารถต่อยอดเชิงธุรกิจได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ตวงรัก รัตนพันธุ์, ชัชวาลย์ รัตนพันธุ์, เจษฎา สุขสิกาญจน์, เรวัต สุขสิกาญจน์ และจำเป็น รักเมือง (2564) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านมะยิงโดยใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมระหว่างนักวิจัย นักออกแบบ และผู้ผลิต ร่วมกันคิดหาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ภายใต้กระบวนการผลิตที่ง่าย ไม่ซับซ้อน และร่วมสมัย ร่วมทดลองทำต้นแบบผลิตภัณฑ์จนเป็นผลสำเร็จ ผู้ผลิตสามารถผลิตซ้ำและจำหน่ายได้ในเชิงพาณิชย์

ทั้งนี้ผู้วิจัยมีการเผยแพร่ผลงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหนังร่วมสมัยสู่สาธารณะในรูปแบบนิทรรศการ เพื่อสร้างการรับรู้และเชื่อมโยงองค์ความรู้กับชุมชน ใกล้เคียงกับงานวิจัยของ เจษฎา สุขสิกาญจน์, เรวัต สุขสิกาญจน์, ตวงรัก รัตนพันธุ์ และสุธี โส้ปะหลาง (2561) ทำการพัฒนารูปแบบเครื่องประดับถมเงินนคร จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อการอนุรักษ์เผยแพร่และเพิ่มมูลค่าให้กับภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเผยแพร่ผลงานผ่านหนังสั้นเรื่อง ถม ไทย เท่ ถือเป็นส่งเสริมการอนุรักษ์เผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำเครื่องประดับถมเงินนคร จังหวัดนครศรีธรรมราช การบริการวิชาการโดยใช้กระบวนการวิจัยเป็นฐานผ่าน 4 ขั้นตอน ได้แก่ การรวบรวมองค์ความรู้ การอบรมเชิงปฏิบัติการ การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ และการนำเสนอต้นแบบผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการที่ครอบคลุมทั้งการสร้าง

องค์ความรู้ การถ่ายทอดเทคโนโลยี และการพัฒนาทักษะเชิงปฏิบัติ ซึ่งช่วยเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริงและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์

1. การบริการวิชาการโดยใช้กระบวนการวิจัยเป็นฐาน สามารถบูรณาการองค์ความรู้สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ โดยนำองค์ความรู้จากการวิจัยสู่การพัฒนากิจกรรมอบรมเชิงสร้างสรรค์ในระดับสถานศึกษาเพื่อสร้างนักออกแบบรุ่นใหม่ที่เข้าใจภูมิปัญญาท้องถิ่น และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ตลาดได้

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเชิงเปรียบเทียบระหว่างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มงานหัตถศิลป์ในภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อหาแนวทางการออกแบบร่วมสมัยที่สามารถต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ในระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศ โดยศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในเชิงลึก เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่ตรงตามความคาดหวังของตลาดเป้าหมาย

รายการอ้างอิง

คณิน ไพรวันรัตน์. (2566). **เครื่องรางของขลัง: ความเชื่อ ความศรัทธา สู่การออกแบบเชิงวัฒนธรรมร่วมสมัย.** [วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เจษฎา สุขสิกาญจน์, เรวัต สุขสิกาญจน์, ตวงรัก รัตนพันธุ์ และสุธี โส้ปะหลาง. (2561). **รายงานวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบเครื่องประดับถมเงินนคร จังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อการอนุรักษ์ เผยแพร่และเพิ่มมูลค่าให้กับภูมิปัญญาท้องถิ่น.** สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. https://dric.nrct.go.th/Search/SearchDetail/309439

ตวงรัก รัตนพันธุ์, ชัชวาลย์ รัตนพันธุ์, เจษฎา สุขสิกาญจน์, เรวัต สุขสิกาญจน์ และจำเป็น รักเมือง. (2564). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านมะยิงโดยใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม. **วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช,** 13(1), หน้า 99-113.

พีรพงษ์ พันธะศรี. (2564). หัตถกรรมงานหนังสร้างสรรค์: กรณีศึกษาการทำผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง จากเศษหนังที่เหลือใช้จากอุตสาหกรรมเครื่องหนัง. **วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์,** 8(1), หน้า 141–157.

วรกมล วงษ์สถาปนาเลิศ, สุดสวาท จันทร์ดำ และสุดารัตน์ เทพพิมล. (2567). อำนาจละมุน (Soft Power) กับจุดขายทางวัฒนธรรมไทย. **วารสารศิลปการจัดการ,** 8(1), หน้า 382-400.

วิบูลพร วุฒิคุณ และรัชนิกร กุสลานนท์. (2563). การออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยตามแนวคิดทุนทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญานวดแผนไทย. **วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์,** 7(1), หน้า 46-59.

เอนก ชิตเกษร และพรรณนุช ชัยปินชนะ. (2565). การสร้างมูลค่าเพิ่มจากเส้นใยกล้วยและกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านเฮี้ย อำเภอปัว จังหวัดน่าน. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,** 41(4), หน้า 142-154.