

การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล*

THE DEVELOPMENT OF CREATIVE HANDICRAFT PRODUCT OF SHADOW LAMP SATUN

กิตติยา ฤทธิภักดี^{1*} และวัชรรา จินนุกุล²

Kittiya Rittipakdee and Watchara Gennukul

¹ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต สตูล ประเทศไทย

Center for the Promotion of Lifelong Learning, Satun, Thailand

²นักออกแบบผลิตภัณฑ์ สตูล ประเทศไทย

Product Designer, Satun, Thailand

*Corresponding author E-mail: kittiya.c2517@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการลวดลาย และรูปแบบของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล 2) ออกแบบและพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล และ 3) ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการศึกษาความต้องการลวดลายและรูปแบบของผลิตภัณฑ์โคมไฟ จากกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในโคมไฟหนังตะลุง จากกลุ่มเกาะหนังตะลุง จังหวัดสตูล จำนวน 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ประเมินความพึงพอใจ พบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการโคมไฟลายว่าวควาย และรูปทรงเรขาคณิตมากที่สุด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำการสร้างภาพร่างโคมไฟ 3 รูปแบบ ทำการประเมินเพื่อหารูปแบบที่เหมาะสม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตและการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยใช้คำถามปลายเปิด ผู้เชี่ยวชาญได้เลือกภาพร่าง รูปแบบที่ 3 เนื่องจากมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้สร้างเป็นผลิตภัณฑ์โคมไฟหนังตะลุงต้นแบบมากที่สุด สร้างผลิตภัณฑ์โคมไฟต้นแบบ นำมาประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในโคมไฟหนังตะลุง จากกลุ่มเกาะหนังตะลุง จังหวัดสตูล จำนวน 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ พบว่า ด้านการออกแบบผู้บริโภคมีความพึงพอใจ ในการผสมผสานลวดลายมีความเหมาะสมกับรูปทรงมากที่สุด ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.77) ด้านประโยชน์ใช้สอย มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์เหมาะสมที่จะนำไปจำหน่ายมากที่สุด ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.78) และความพึงพอใจโดยรวม พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.78)

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์, หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์, โคมไฟหนังตะลุงสตูล

Abstract

The objectives of this research were 1) to study demand for the pattern and the model of the creative handicraft product of the Shadow Lamp Satun, 2) to design and develop the creative handicraft product of the Shadow Lamp Satun, and 3) to assess consumer satisfaction in the creative handicraft product of the Shadow Lamp Satun. The study was the qualitative research

* Received January 10, 2024; Revised January 24, 2024; Accepted January 26, 2024

to study demand of the pattern and the model of the lamp product with 60 tourists who were interested in the shadow lamps of the carved shadow puppet group. The research instrument was a satisfactory assessment. According to the results, the consumers mostly demanded the lamp patterns of buffalo-kite and geometric shapes. The products were developed in 3 models to find the most suitable model. The samples were 3 experts in product design and development. The used instrument was an open-ended in-depth interview. The experts selected the draft of Model 3 to be mostly suitable for making the prototype of the shadow lamp product so this model was made and assessed in terms of the consumer satisfaction in the product. The samples were 60 tourists who were interested in the shadow lamps of the carved shadow puppet group. The research instrument was the satisfactory assessment. It was found that the consumers were mostly satisfied in the combined pattern matching with the shape ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.77), and in product utility mostly suitable for sales ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.78). Finally, the overall satisfaction was at the high level ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.78).

Keywords: Product Evelopement, Creative Handicraft, Shadow Lamp Satun

บทนำ

ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวที่วุ่นวายนักท่องเที่ยวจะมีการใช้จ่ายเพื่อซื้อ สินค้าและบริการต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น และจากกระแสความชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยการนำทุนทางวัฒนธรรมผนวกกับ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมและเทคโนโลยี สร้างสรรค์เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีคุณค่า มูลค่าและ ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ในปัจจุบันการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนได้รับความสนใจจากผู้บริโภค จึงทำให้ผู้ประกอบการชุมชนหลายรายเข้ามาแข่งขันกันในตลาดมากขึ้น โดยจะมุ่งเน้นไปในทิศทางของการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละท้องถิ่นให้มีคุณภาพและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์หลายอย่างในปัจจุบันยังคงประสบปัญหาในแบบของผลิตภัณฑ์เนื่องจากขาดประสบการณ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนา ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผู้ประกอบการในชุมชนต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญ เพราะการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์เป็นที่สนใจ เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจ เพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กรอย่างแท้จริง สร้างความน่าสนใจในตัว สินค้าและสามารถสร้างผลสำเร็จได้ในอนาคตเพื่อก้าวไปสู่ตลาด (จิตพนธ์ ชุมเกต, 2560) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ การที่มีผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพสามารถช่วย ส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์รวมไปจนถึงท้องถิ่นด้วย ในเรื่องของผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญของการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หรือการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาปรับใช้เพื่อให้สามารถดึงดูดความต้องการของผู้บริโภคได้ แต่ผู้ประกอบการ/กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ไม่ตระหนักถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ หรือปรับบรรจุภัณฑ์ให้น่าสนใจ ทำให้การจำหน่ายผลิตภัณฑ์นั้นไม่เป็นไปตามที่ต้องการ ดังนั้น ผู้ประกอบการ/กลุ่มวิสาหกิจชุมชน จึงต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ส่งผลให้เป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ (ทวีศักดิ์ สาสงเคราะห์, 2551) และในการวิจัยนี้จะเน้นในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ ทาริกา สระทองคำ และคณะ ได้กล่าวว่า การสร้างผลิตภัณฑ์ ชุมชนควรมีการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดหรือกำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้นโดยใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า ความงามเอกลักษณ์ที่ก่อให้เกิดคุณค่าทางความรู้สึกและคุณค่าทางจิตใจแก่ผู้บริโภคได้ผลิตภัณฑ์นั้นจะเป็นตัวสร้างแรง



กระตุ้นให้กับผู้ซื้อสินค้าได้เป็นอย่างดี ผู้บริโภคส่วนมากจะมองหาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ ที่ตรงตัวกับผู้ซื้อและองค์ประกอบบนผลิตภัณฑ์ ล้วนมีอิทธิพลกับการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคและเป็นตัวเลือกอันดับต้นของผู้บริโภค รูปแบบ ผลิตภัณฑ์สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อได้อย่างง่ายดาย (ทาริกา สระทองคำ และคณะ, 2565) จากการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่ผ่านมา มีการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ชุมชน โดยศึกษาปัญหาและศักยภาพของชุมชนเพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยคำนึงถึงการใช้ วัตถุดิบในชุมชนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ด้วยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มี ความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค การเพิ่มคุณค่าของตราสินค้าโดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ (ปิยกนิษฐ์ โชติวนิช และคณะ, 2560) ของชุมชนจึงควรใช้วัตถุดิบและแรงงานในท้องถิ่น และการสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสมและมีรูปแบบตรงความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความยั่งยืนชุมชน รวมทั้งกลุ่มอาชีพและกลุ่มเกษตรกรสามารถนำประสบการณ์และความรู้ กระบวนการวิธีที่ได้รับการแนะนำไปปรับใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองต่อไปได้ (ณรงค์ศักดิ์ วดีศิริศักดิ์, 2555); (กรรณิการ์ สายเทพ และพิชญา เพิ่มไทย, 2560); (พรพิมล ศักดา และบรร เกรือรัตน์, 2561);

การแกะหนัง นับเป็นภูมิปัญญาที่เคียงคู่กับศิลปะการแสดง “หนังตะลุง” อันเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่สะท้อนวิถีชีวิต บอกกล่าวเล่าเรื่องราวผ่านหน้าจอผ้าขาวที่มีมากกว่า 200 ปี “ตัวหนัง” จึงต้องอาศัยช่างแกะหนังที่ต้องเป็น ที่ผู้ที่เปี่ยมไปด้วยทักษะและความชำนาญตั้งแต่การเลือกหนัง ฟอกหนัง วาดรูปตัวหนังด้วยเหล็กจารตลอดจนถึงขั้นตอน การแกะและตกแต่งตัวหนังตะลุง ด้วยการเผื่อระยะการมองจากแสง ที่ส่องผ่านเกิดเป็นความงามที่น่าประทับใจ การแกะรูปหนังตะลุง ถือเป็นภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากรุ่นสู่รุ่นในครอบครัวของตัวเองหรือเรียนรู้ด้วยการฝึกหัด ฝึกฝนเป็นหลัก จากเพื่อนบ้านในหมู่บ้าน ซึ่งการแกะรูปหนังตะลุงมักจะแกะอยู่ในกรอบของวิถีชีวิต สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งรูปแบบและลวดลายที่มีคุณค่า จังหวัดสตูล มีความโดดเด่นด้านศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นภาคใต้ที่มีเอกลักษณ์เด่นชัด ได้แก่ หัตถกรรมแกะหนังตะลุง โดยในพื้นที่หมู่ที่ 5 บ้านพรุ และในหมู่ที่ 9 บ้านวังผาสამคคี ตำบลควนกาหลง อำเภอกวนกาหลง จังหวัดสตูล ได้มีการรวมกลุ่มเกิดเป็นกลุ่มอาชีพ คือ กลุ่มแกะรูปหนังตะลุง ทั้งนี้ การแกะหนังเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านประเภทหนึ่ง เดิมนิยมแกะด้วยหนังวัวควาย หมี เสือ กวาง และกระเจง โดยแกะเป็นรูปหนังตะลุง ปัจจุบันประชาชนนิยมนำรูปหนังตะลุงไปใช้เป็นเครื่องประดับบ้านหรือสำนักงาน ทำให้รูปหนังตะลุงกลายเป็นสินค้าพื้นเมืองที่นิยมแพร่หลายมาก นอกจากนี้ยังมีการพัฒนารูปแบบของการแกะหนังให้ทันสมัย และเป็นไปตามความต้องการของสังคมมากขึ้น ผลงานศิลปหัตถกรรมในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นผู้เฒ่าผู้แก่ ที่มีความรู้มีฝีมือเชิงช่าง เป็นผู้สืบทอดศิลปะดังกล่าว ถือเป็นกลุ่มบุคคลส่วนน้อย ที่มีความรู้ทั้งความเป็นมา วัสดุขั้นตอน กระบวนการในการผลิตและผนวกกับการถ่ายทอดความรู้จะถ่ายทอดความรู้กันในวงแคบเฉพาะแค่กลุ่ม ลูกหลาน หรือคนสนิทเพียงเท่านั้นซึ่งหากในอนาคตอาจส่งผลทำให้ศิลปหัตถกรรมการแกะรูปหนังสูญหายไป

จากการที่กล่าวมาข้างต้นนี้ คณะผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล เนื่องจากการแกะหนังตะลุง สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถต่อยอดไปถึงการสร้างรายได้รูปแบบอื่นภายในชุมชน นอกเหนือจากประโยชน์ที่ได้จากการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ แล้วยังถือเป็นการยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งหวังให้ชุมชน ช่างภูมิปัญญาช่วยกันสร้างให้เกิดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ในชุมชนของตนเองให้เป็น ที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว นำรายได้ให้กับคนในชุมชนอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการลวดลาย และรูปแบบของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล

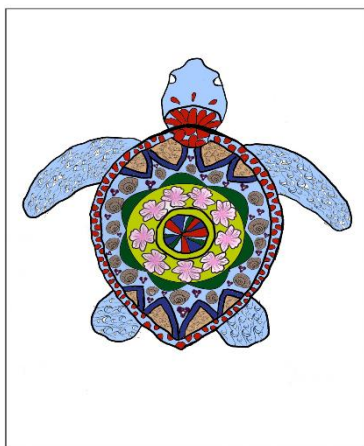
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวิธีดำเนินการวิจัย ตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาความต้องการลวดลาย และรูปแบบของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในโคมไฟหนังตะลุง จากกลุ่มเกาะหนังตะลุง จังหวัดสตูล จังหวัดสตูล จำนวน 60 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือ ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ (Satisfaction Scale) โดยใช้แบบสอบถามกำหนด ค่าน้ำหนักของการประเมิน เป็น 5 ระดับ ตามวิธีการของ ลิเคิร์ท (Likert's method) (James, C. & Perla, R. J., 2007)

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล ทำการสร้างภาพร่างชุดโคมไฟหนังตะลุงสตูล จำนวน 3 รูปแบบ จากนั้นประเมินเพื่อหาภาพร่าง ที่เหมาะสม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต และการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คน เครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัย คือ การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In - Depth Interview) โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open - Ended Questions) ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบลวดลายโคมไฟหนังตะลุง รวมทั้งสิ้น 3 แบบ ดังนี้

แบบที่ 1 ลายสัตว์ทะเล แบบที่ 2 ลายดอกไม้ แบบที่ 3 ลายว่าวควาย



ภาพที่ 1 แบบร่างลวดลายโคมไฟหนังตะลุง

ขั้นตอนที่ 3 นำภาพร่าง ที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูลต้นแบบ แล้วนำมาประเมินความพึงพอใจ ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในโคมไฟหนังตะลุง จากกลุ่มเกาะหนังตะลุง จังหวัดสตูล จำนวน 60 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบประเมินความพึงพอใจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามวิธีการของลิเคิร์ท (Likert's method) มีค่าความเชื่อมั่นเท่า .99



ผลการวิจัย

นำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ความต้องการลดทลาย และรูปแบบของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล รวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในโคมไฟหนังตะลุง จากกลุ่มเกาะหนังตะลุง จังหวัดสตูล จำนวน 60 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างเป็น เพศชาย ร้อยละ 48.00 และเพศหญิง ร้อยละ 52.00 อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 41 - 50 ปี (ร้อยละ 40.00) ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.00) ส่วนมากประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 70.00) กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล ดังนี้ ด้านลดทลาย ผู้บริโภคต้องการลายว่าวควายมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.77) รองลงมา ได้แก่ ลายรูปลายสัตว์ทะเล ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.87) ลายดอกไม้ ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.81) และผสมผสานทุกลายเข้าด้วยกัน ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.79) ตามลำดับ ด้านรูปทรง ผู้บริโภคต้องการรูปทรงเรขาคณิต มากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.82) รองลงมา ได้แก่ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.78) ด้านประเภทของโคมไฟ ผู้บริโภคต้องการประเภท โคมไฟตั้งโต๊ะ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.76) รองลงมา โคมไฟเพดาน ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.76) และโคมไฟตั้งพื้น ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล (n = 60)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านลดทลาย			
ลายว่าวควาย	4.62	0.77	มากที่สุด
ลายสัตว์ทะเล	4.54	0.87	มากที่สุด
ลายดอกไม้	4.20	0.81	มาก
ผสมผสานทุกลายเข้าด้วยกัน	4.08	0.79	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.36	0.82	มาก
2. ด้านรูปทรง			
รูปทรงเรขาคณิต	4.65	0.82	มากที่สุด
รูปทรงอิสระ	4.52	0.78	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.58	0.83	มากที่สุด
3. ประเภทของโคมไฟ			
โคมไฟตั้งพื้น	4.04	0.82	มาก
โคมไฟตั้งโต๊ะ	4.56	0.76	มากที่สุด
โคมไฟเพดาน	4.24	0.75	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.28	0.81	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้าน	4.40	0.87	มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ

4.50 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

3.50 - 4.49 หมายถึง มาก

2.50 - 3.49 หมายถึง ปานกลาง

1.50 - 2.49 หมายถึง น้อย

1.00 - 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

2. การออกแบบและพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล พบว่า ปัญหาของผลิตภัณฑ์การแกะหนังตะลุง ในจังหวัดสตูล ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบไม่หลากหลาย ไม่มีความแปลกใหม่ขาดเอกลักษณ์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โดยออกแบบภายใต้กรอบแนวคิดจากการนำศิลปะการแกะหนังตะลุงมาออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมหัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์เอกลักษณ์ของจังหวัดสตูล แนวทางการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ คณะผู้วิจัย โดยมีแรงบันดาลใจจากวลิตถาว่าวควาย จังหวัดสตูลสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นวลิตถาใหม่ บนฐานทักษะฝีมือความชำนาญในการแกะหนังตะลุง ให้มีรูปแบบที่ทันสมัยคัดเลือกเอกลักษณ์ที่เป็นรูปว่าวควาย มาสร้างสรรค์บนผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบ ผสานกับแนวคิดหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ บนพื้นฐานโดยใช้ทฤษฎีการออกแบบและการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของ Osborn, Alex F. เป็นแนวทางในการออกแบบมาใช้ในการกระบวนการออกแบบงานวิจัย เช่น การลดทอน (Minify) การเพิ่มขยาย (Magnify) การปรับเปลี่ยน (Adapt) การจัดใหม่ (Rearrange) การทดแทน (Substitute) การสลับเปลี่ยน (Reverse) การแก้ไข (Modify) และการผสมรวม (Combine) (Osborn, A.F., 1963)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล สร้างภาพร่าง จำนวน 3 รูปแบบ ประเมินหารูปแบบที่เหมาะสม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตและการออกแบบผลิตภัณฑ์จำนวน 3 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยใช้คำถามปลายเปิดผู้เชี่ยวชาญได้เลือกภาพร่างรูปแบบที่ 3 (ภาพที่ 1) เนื่องจากมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้สร้างเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์โคมไฟหนังตะลุงสตูล ต้นแบบมากที่สุด ผู้เชี่ยวชาญยังมีความคิดเห็น ดังนี้ รูปแบบที่ 3 มีการพัฒนาและการออกแบบที่ดี นำความคิดสร้างสรรค์ทางด้านศิลปะมาใช้ได้อย่างสวยงาม จากการจัดวางรูปแบบเหมาะสมในการนำไปใช้งานตกแต่งตามโรงแรมและรีสอร์ทเหมาะสมกับห้องนอน ห้องนั่งเล่น ห้องรับแขก



ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล

3. การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ นำภาพร่าง ที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ มาทำการสร้างเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูลต้นแบบ แล้วนำมาประเมินความพึงพอใจ ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในโคมไฟหนังตะลุงจากกลุ่มแกะหนังตะลุง จังหวัดสตูล จำนวน 60 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบประเมินความพึงพอใจ ผลการศึกษา พบว่า ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างเป็น เพศชาย ร้อยละ 64.00 และเพศหญิง ร้อยละ 36.00 อายุ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 41 - 50 ปี (ร้อยละ 42) ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.00) ส่วนมาก ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 64.00) ผลการประเมินความพึงพอใจด้านการออกแบบ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจการผสมผสานวลิตถาที่มีความเหมาะสมกับรูปทรง



มากที่สุด ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.77) รองลงมา ได้แก่ สัดส่วนของตัวผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.81) ความแข็งแรงของตัวผลิตภัณฑ์เหมาะสม ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.86) องค์ประกอบโดยรวมของผลิตภัณฑ์ที่มีความสมดุล ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.79) และวัสดุร่วมมีความกลมกลืนกับผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.92) ตามลำดับ ด้านความสวยงาม ผู้บริโภคมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์การวางลวดลายมีความเหมาะสมมากที่สุด ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.79) รองลงมา มีความสวยงามประณีต ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.90) ด้านประโยชน์ใช้สอย ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์เหมาะสมที่จะนำไปจำหน่ายมากที่สุด ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.78) รองลงมา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เหมาะสมที่จะให้ในโอกาสพิเศษ และความพึงพอใจ โดยรวมพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ มากที่สุด ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.80) ด้านการดูแลและบำรุงรักษา ผู้บริโภคมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ง่ายต่อการซ่อมแซมเมื่อเกิดการชำรุด มากที่สุด ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.79) รองลงมา ง่ายต่อการทำความสะอาด ($\bar{X} = 3.06$, S.D. = 0.90) ตามลำดับ และผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.79) โดยผู้บริโภคมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ ควรจัดจำหน่ายในราคาเท่าไรสำหรับผู้บริโภค เห็นสมควรให้ขายที่ราคา 3,000 - 3,500 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 40) รองลงมา ได้แก่ 3,500 - 4,000 บาท (ร้อยละ 33.30) และ 4,000 - 4,500 บาท (ร้อยละ 26.70) ตามลำดับ และเมื่อผลิตภัณฑ์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล ผลิตมาเพื่อจำหน่าย ผู้บริโภคมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้สามารถที่จะจำหน่ายได้ (ร้อยละ 100) (ตารางที่ 2 และ 3)

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล ต้นแบบ (n = 60)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการออกแบบ			
ความแข็งแรงของตัวผลิตภัณฑ์	3.81	0.86	มาก
สัดส่วนของตัวผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม	3.85	0.81	มาก
วัสดุร่วมมีความกลมกลืนกับผลิตภัณฑ์	3.66	0.92	มาก
องค์ประกอบโดยรวมของผลิตภัณฑ์มีความสมดุล	3.77	0.79	มาก
การผสมผสานลวดลายมีความเหมาะสมกับรูปทรง	3.94	0.77	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.81	0.84	มาก
2. ด้านความสวยงาม			
ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามประณีต	3.95	0.90	มาก
การวางลวดลายมีความเหมาะสม	4.09	0.89	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.02	0.92	มาก
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย			
ผลิตภัณฑ์เหมาะสมที่จะนำไปจำหน่าย	4.05	0.78	มาก
ผลิตภัณฑ์เหมาะสมที่จะให้ในโอกาสพิเศษ	3.97	0.80	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.01	0.75	มาก
4. ด้านการดูแลและบำรุงรักษา			
ง่ายต่อการซ่อมแซมเมื่อเกิดการชำรุด	4.11	0.79	มาก
ง่ายต่อการทำความสะอาด	4.00	0.90	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.05	0.81	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมทั้ง 4 ด้าน	4.01	0.78	มาก

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล
ต้นแบบ (n = 60)

รายการ	ร้อยละ
1. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ควรจัดจำหน่ายในราคาเท่าไร	
3,000 - 3,500 บาท	40.00
3,500 - 4,000 บาท	33.30
4,000 - 4,500 บาท	26.70
2. หากผลิตภัณฑ์โคมไฟหนังตะลุงสตูล ผลิตมาเพื่อจำหน่ายท่านคิดว่าจะจำหน่ายได้หรือไม่	
จำหน่ายได้	100.00
ไม่แน่ใจ	0.00
จำหน่ายไม่ได้	0.00

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล มีประเด็นอภิปราย ดังนี้

1. ลวดลาย และรูปแบบของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ สามารถเพิ่มคุณค่าของโคมไฟหนังตะลุงสตูล โดยใช้ลายว่าวควาย ซึ่งเป็นว่าวไทยที่ถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสตูล ใช้กรรมวิธีการแกะและตอกหนังสื่อถึงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Local Characteristics) เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้แตกต่างจากสินค้าของชุมชนอื่น การสร้างเอกลักษณ์ทางด้านงานออกแบบหัตถกรรมสร้างสรรค์ ควรมีการนำองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม ประเพณี อันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาเป็นแนวทางในการสร้างแรงจูงใจกับผู้ซื้อ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรุฬห์พลย์ พฤกษ์โสภี เรื่อง การพัฒนารูปแบบเครื่องแต่งกายสตรีด้วยผ้าฝ้ายย้อมครามของแบรนด์ ภูคราม อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร พบว่า ลวดลายการปักผ้าย้อมครามทั้งหมดจะเป็นลวดลายที่มาจากธรรมชาติ คือ ดอกไม้ ใบไม้ ต้นไม้ และในบางผลงานจะเป็นการเล่าเรื่องราววิถีชีวิตชาวบ้านใน อำเภอภูพาน เป็นการนำเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาเป็นแนวทางในการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ซื้อ ส่งผลต่อการสร้างอาชีพให้กับชาวบ้านในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง (ปรุฬห์พลย์ พฤกษ์โสภี, 2566)

2. ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อหาแนวทาง ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ข้อสรุปแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์โคมไฟหนังตะลุงสตูล ให้เป็นไปตามแนวโน้มความต้องการของตลาดและผู้บริโภค และเน้นลักษณะจุดเด่นของงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ และควรเลือกใช้วัสดุซึ่งหาได้จากท้องถิ่น สอดคล้องกับการศึกษาของ เลิศ วรแสง และคณะ การพัฒนาเครื่องจักสานร่วมกับผ้าไหมมัดหมี่เพื่อการออกแบบโคมไฟ ของชุมชนบุรพา อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ พบว่า การออกแบบโดยใช้แนวคิดของภูมิปัญญา ในการออกแบบรูปทรง และออกแบบลวดลายบนตัวโคมไฟให้มีความสวยงาม เป็นการนำเอาจุดเด่นของผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานและผ้าไหมมัดหมี่ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ ผสมผสานกับการออกแบบสร้างสรรค์ที่แสดงให้เห็นถึงความกลมกลืนระหว่าง ความนิยมในปัจจุบันกับรูปแบบลายดั้งเดิม เน้นความสวย สะดุดตา แปลกใหม่ (เลิศ วรแสง และคณะ, 2557) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชนของ อรณัฐ สุธาคำ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ชุมชน กลุ่มจักสานบ้านป่าจั่ว ตำบลทาเหนือ อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่ โดยนำเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนที่เป็นลายขัด นำมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์บนผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานที่เป็นผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่ง และเอกลักษณ์ที่เป็น ลายดอกพริก ได้นำมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์บนป้ายสินค้าที่จะช่วยส่งเสริมการตลาดให้กับกลุ่ม และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์จากกลุ่มอื่น มีอัตลักษณ์เฉพาะ กลุ่มแตกต่างจาก



กลุ่มอื่นนั้นยัง จำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลแก่ลูกค้าให้รับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ทั้งนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล (อรนุตมฐิ์ สุธาคำ และตรีชฎา สมพอง, 2563) คณะผู้วิจัยได้ประยุกต์หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยให้ความสำคัญในด้านรูปแบบที่แปลกใหม่จากของเดิมโดยใช้ตามหลักการออกแบบของ นวลน้อย บุญวงษ์ ที่ต้องคำนึงถึงหน้าที่ใช้สอย (Function) ความสวยงาม น่าใช้ (Aesthetics) ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics) ความปลอดภัย (Safety) การบำรุงรักษาและซ่อมแซม (Maintenance) ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นสามารถเป็นของฝากของที่ระลึก หรือเหมาะสมที่จะให้ในโอกาสพิเศษ รวมทั้งสร้างรายได้สร้างอาชีพให้กับชุมชน (นวลน้อย บุญวงษ์, 2542); (ทาริกา สระทองคำ และคณะ, 2565)

3. ขั้นตอนประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล ที่ออกแบบและพัฒนาเป็นต้นแบบ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมาก อาจเนื่องจากการได้มีการออกแบบรูปแบบที่มีความแตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์เดิม โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ เสริมศรี สงเนียม และคณะ เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์โคมไฟไทยจากลูกปัดมโนราห์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาออกแบบและพัฒนา โคมไฟลูกปัดมโนราห์ และเพื่อประเมินความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านการนำไปใช้งานของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในหัวข้อ ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้ในการตกแต่งอาคารบ้านเรือนสถานที่ ได้ปัจจัยและราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีความพึงพอใจในหัวข้อ ผลิตภัณฑ์งานประดิษฐ์จากลูกปัดมโนราห์ให้เลือกหลากหลายราคา ด้านปัจจัยในด้านของรูปแบบและลวดลาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในหัวข้อ เป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่แปลกใหม่ ด้านปัจจัยการส่งเสริมการขาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในหัวข้อผลิตภัณฑ์มีการลดราคาหรือในบางโอกาส ซึ่งมีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยผลงานวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางช่วยในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน จังหวัดสตูล ได้อย่างสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและเป็นการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชนต่อไป (เสริมศรี สงเนียม และคณะ, 2565)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ สรุปได้ว่า 1) ความต้องการลวดลาย และรูปแบบของ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูลผู้บริโภคมีความต้องการเป็น โคมไฟตั้งโต๊ะ ลายว่าวควาย รูปทรงเป็นทรงเรขาคณิต ทรงกระบอก 2) การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ โคมไฟหนังตะลุงสตูล รูปแบบที่ 3 เหมาะสมที่จะใช้ สร้างโคมไฟหนังตะลุงสตูลต้นแบบ เนื่องจากการพัฒนาและการออกแบบที่ดีนำความคิดสร้างสรรค์ทางด้านศิลปะมาใช้อย่างสวยงาม และมีการจัดวางรูปแบบเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน จากการออกแบบ โคมไฟโคมไฟหนังตะลุงสตูล โดยใช้วิธีการตอก และการแกะหนัง จะได้ผลิตภัณฑ์ที่มีขนาด กว้าง 30 เซนติเมตร ยาว 30 เซนติเมตร และสูง 59 เซนติเมตร มีความเหมาะสมในการนำมาใช้เป็น ผลิตภัณฑ์โคมไฟหนังตะลุงสตูล ใช้ประดับตกแต่ง ภายในห้องนอน ห้องนั่งเล่น หรือสถานที่อื่น ๆ และสามารถเป็นของฝากของที่ระลึก รวมทั้งสร้างรายได้สร้างอาชีพให้กับชุมชน 3) การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ โคมไฟหนังตะลุงสตูล ต้นแบบ ผู้บริโภคพึงพอใจการผสมผสานลวดลายมีความเหมาะสมกับรูปทรง การดูแลและบำรุงรักษาอย่างมีความสวยงามประณีตเหมาะสมที่จะนำไปจำหน่ายและเห็นสมควรให้ขายที่ราคา 3,000 - 3,500 บาท และมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ คือ 1) การสร้างผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ควรสะท้อนอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของชุมชน และมีการสื่อสารกับผู้บริโภคเกี่ยวกับ บริบทของชุมชน อันนำไปสู่การสื่อสารเรื่องราวของชุมชน กับผู้บริโภคในชุมชน นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย สร้างรายได้เพิ่มขึ้น 2) ควรมีการศึกษา และจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ ประจำจังหวัด เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ ภูมิปัญญาให้แก่เยาวชน บุคคลผู้ที่มีความสนใจ และ 3) หน่วยงานหรือผู้ที่สนใจสามารถนำรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่ได้จากการวิจัย

ครั้งนี้ไปปรับปรุง ประยุกต์ใช้กับพื้นที่ชุมชนอื่น ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการ ผลิตภัณฑ์ต้นแบบในพื้นที่ เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน เป็นการช่วยยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กรรณิการ์ สายเทพ และพิชญา เพิ่มไทย. (2560). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ตำบลแม่ทะ อำเภอมะนัง จังหวัดลำปาง. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่, 10(2), 1-11.
- จิตพนธ์ ชุมเกต. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดบุรีรัมย์. ใน รายงานการวิจัยสนับสนุนโดยคณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณรงค์ศักดิ์ วัฒนศิริศักดิ์. (2555). นวัตกรรมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาดเชิงสุนทรีย์ : กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์น้ำผลไม้. ใน วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมวิทยาการจัดการสื่อสารบัณฑิต. วิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ทวีศักดิ์ สาสงเคราะห์. (2551). การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมสุรินทร์. กรุงเทพมหานคร: คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและการออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ทาริกา สระทองคำ และคณะ. (2565). รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าในยุคอนาคต. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8(1), 239-250.
- นวนน้อย บุญวงษ์. (2542). หลักการออกแบบ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประพจน์ พลฤกษ์. (2566). การพัฒนารูปแบบเครื่องแต่งกายสตรีด้วยผ้าฝ้ายย้อมครามของแบรนด์ ภูคราม อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดสกลนคร. Journal of Roi Kaensarn Academ, 8(2), 286-305.
- ปิยนิษฐ์ โชติวนิช และคณะ. (2560). การพัฒนาช่องทางการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถ์ทำขึ้นจากวัสดุธรรมชาติกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิง นวัตกรรม. วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 4(2), 1-15.
- พรพิมล ศักดา และบวร เครือรัตน์. (2561). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของใช้จากวัสดุธรรมชาติของกลุ่มอาชีพบ้านสุขเกษม ตำบลบางเลน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. ใน รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- เลิศ วรแสง และคณะ. (2557). การพัฒนาเครื่องจักสานร่วมกับผ้าไหมมัดหมี่เพื่อการออกแบบโคมโไฟของชุมชนบุรพา อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ. วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 5(2), 1-20.
- เสริมศรี สงเนียม และคณะ. (2565). การพัฒนาผลิตภัณฑ์โคมโไฟไทยจากลูกปัดมโนราห์. วารสารเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์และนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 1(1), 1 – 14.
- อรนุทธิ์ สุธาคำ และตรีชญา สมฟอง. (2563). การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ชุมชน กลุ่มจักสานบ้านป่าจั่ว ตำบลทาเหนือ อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิจัยเทคโนโลยี นวัตกรรม, 4(2), 22-38.
- James, C. & Perla, R. J. (2007). Ten common misunderstandings, misconceptions, persistent myths and urban legends about Likert scales and Likert response formats and their antidotes. Journal of Social Sciences, 3(3), 106-116.
- Osborn, A.F. (1963). Applied Imagination: Principles and Procedures of Creative Thinking. New York: Charles Scribner's Sons.