

## การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของประดับตกแต่งบ้าน

The study of Nakhon Si Thammarat community identity to home decorations

ภาวิณี ศิริโรจน์<sup>1</sup>

ขวัญรัตน์ จินดา<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ อยู่บนพื้นฐานแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าด้วยอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น มีจุดประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของประดับตกแต่งบ้านที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้วยการศึกษอัตลักษณ์ชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราชและแนวทางการต้องการผลิตภัณฑ์ของประดับตกแต่งบ้าน แล้วนำมาพัฒนารูปแบบของประดับตกแต่งบ้านที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราชในลักษณะแบบร่าง 2 มิติ และสร้างสรรค์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ 1 รูปแบบที่ผู้บริโภคพึงพอใจสูงสุด และเสนอแนะการนำไปประยุกต์ใช้งานในบริบทสภาพแวดล้อม ส่วนการใช้งานที่เป็นพื้นที่สาธารณะ อาทิเช่น ภายในโรงแรม ร้านอาหาร เป็นต้น ผลการศึกษา พบว่า ลักษณะเด่นของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ดีที่สุด โดยผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แสดงคุณค่าดั้งเดิมที่พัฒนารูปแบบใหม่ ๆ เพื่อใช้ตกแต่งบ้านเรือน รูปแบบของประดับตกแต่งบ้านทุกรูปแบบที่ผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนา เป็นที่ต้องการและผู้ใช้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของนครศรีธรรมราชที่ปรากฏในตัวผลิตภัณฑ์ การแสดงตัวตน บ่งบอกหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ชัดเจน ความโดดเด่น น่าดึงดูดใจ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับสูงทุกรูปแบบ

**คำสำคัญ:** อัตลักษณ์, นครศรีธรรมราช, ผลิตภัณฑ์ของประดับตกแต่งบ้าน

<sup>1</sup> ภาควิชาออกแบบ, วิทยาลัยเพาะช่าง มทร.รัตนโกสินทร์

<sup>2</sup> ภาควิชาออกแบบ, วิทยาลัยเพาะช่าง มทร.รัตนโกสินทร์



## Abstract

This paper is a research based on concepts related to creating valuable products using local identities. The objective is to design and develop home decorations that reflect the identity of the community in Nakhon Si Thammarat Province. The researcher was studied the community identity of Nakhon Si Thammarat province and guidelines for the demand for home decorations and then develop style of decoration that reflects the identity of the community in Nakhon Si Thammarat Province in a two dimension sketch in order to study the needs and creating a prototype of one product model, including suggestions for product design and decoration that reflect the Thai traditional wisdom of Nakhon Si Thammarat province. And suggesting applications for use in various environments. The result from a sample group perceived the reflection of the identity of Nakhon Si Thammarat province, which reflected from the architecture category which is Wat Phra Mahathat Woramahaviharn is the best. At the same time, found that the sample group are interested and need decorative products, which reflects local knowledge by wanting to show the original values in new ways that can be used to decorate houses. Finally, the sample group perception of reflecting the unique localities and local wisdom of Nakhon Si Thammarat that appear in the product, perceived identity Indicate the function of the product clearly, recognize the outstanding product appeal and the recognition of product value at a high level altogether.

**KEYWORDS:** Identity, Nakhon Si Thammarat, Home decorations

## บทนำ

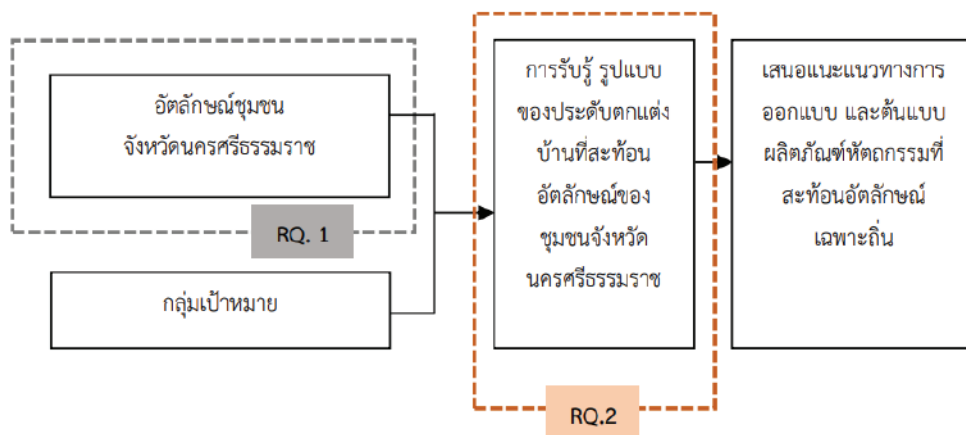
จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นจังหวัดที่ใหญ่มาเป็นี่ 2 รองจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นพื้นที่พุทธศาสนาในช่วงสมัยศรีวิชัย ตั้งอยู่ห่างจากจังหวัดกรุงเทพมหานครเป็นระยะทาง 780 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมด 9,942 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยที่ราบสูงและภูเขาสูงทางตะวันตกลาดตัวลงไปทางทิศตะวันออกเป็นที่ลุ่มตามชายฝั่งทะเลของอ่าวไทย นอกจากประวัติอันเก่าแก่ของจังหวัดนครศรีธรรมราชแล้ว ยังเป็นแหล่งที่มีป่าเขียวชอุ่มอุดมไปด้วยพืชพรรณที่อุดมสมบูรณ์พร้อมแหล่งท่องเที่ยวอีกมากมาย เช่น น้ำตกและชายหาดที่มีชื่อเสียงอีกหลายแห่ง เป็นพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์ชุมชน มีความเป็นมาและการพัฒนาอย่างยาวนาน ดังคำขวัญส่งเสริมการท่องเที่ยว : เมืองประวัติศาสตร์ พระธาตุทองคำ ชื่นฉ่ำธรรมชาติ แร่ธาตุอุดม เครื่องถมสามกษัตริย์ มากวัดมากศิลป์ ครบสิ้นกุ้งปู เป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่พื้นที่ถิ่นที่โดดเด่นและน่าสนใจ

ในขณะเดียวกันการขับเคลื่อนตามนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการขับเคลื่อนพื้นฐานของการได้ใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การเรียนรู้ (Learning) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อการพัฒนาผลผลิตที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับเสริมสร้างคุณค่าทางสังคม แม้ว่าการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยไม่ได้ถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) แต่ก็มีแนวคิดที่สอดคล้องที่จะพัฒนาประเทศ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานทางด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีใหม่ (เสาวรภัย กุสุมา ณ อยุธยา, 2553:28) กล่าวคือ เป็นระบบเศรษฐกิจที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการ ที่มีคุณลักษณะที่โดดเด่นเฉพาะตัว ผสมผสานกับสินทรัพย์ทางภูมิปัญญาไทยและวัฒนธรรม วิถีความเป็นไทย รวมทั้งเป็นส่วนเสริมศักยภาพของสังคมไทยโดยใช้ทุนทางสังคมและทุนทางปัญญาสำหรับสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยได้แนวคิด (Concept) ในภาพรวม ที่เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของไทยในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ว่าต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น “เฉพาะตัว” มีความร่วมสมัย มีคุณภาพและมีคุณค่าทางจิตใจ ในกระบวนการผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ไทย โดยใช้จุดแข็ง เรื่อง ภูมิปัญญาไทย ซึ่งรวมไปถึงงานฝีมือศิลปหัตถกรรมและทรัพยากรธรรมชาติเป็นพื้นฐานในการออกแบบ สามารถสร้างความเฉพาะตัวได้ เนื่องจากภูมิปัญญาไทยสะท้อนให้เห็นจากเครื่องใช้ต่าง ๆ เช่น ภาชนะ อุปกรณ์การทำเกษตรกรรม ไปจนถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งของเล่นประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีคุณค่าทางจิตวิญญาณในแบบไทย มีความงดงามและความประณีต แต่เพราะกระแสวัตถุนิยมสิ่งทันสมัยในยุคปัจจุบัน ทำให้ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาเลือนหายไป โดยข้อได้เปรียบว่าล้ำสมัย ไม่สวยงาม แต่ในมุมมองของนักวิจัยสามารถหาสมดุลของภูมิปัญญาไทยกับความร่วมสมัยได้ ด้วยความงดงาม รูปร่างและรูปทรง อ่อนช้อยและตอบรับการใช้งาน เลือกใช้วัสดุและเทคนิคในการประดิษฐ์ (Material & Processing Technic) ที่มีความละเอียดจากประโยชน์ใช้สอย (Function) ที่เรียบง่ายแต่มีประสิทธิภาพ และที่สำคัญคือ ความงดงามและมีคุณค่าด้วยความเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่สืบทอดกันมา และสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบชิ้นงานไปตามวัสดุและการใช้งานตามท้องถิ่นได้ดี

ดังนั้น การวิจัยนี้จึงประยุกต์นำผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยออกแบบใหม่ โดยการดึงเอกลักษณ์ทางด้านกระบวนการ เทคนิค การสาน เส้นสาย มาใช้ลดทอนเดิมแต่ให้อยู่บนพื้นฐานของความร่วมสมัย และนำลักษณะการใช้งาน แต่ต้องคำนึงถึงผู้ใช้ปัจจุบันและบริบทโดยรอบที่ไม่เหมือนเดิม เพื่อสร้างความแตกต่างโดยการผสมผสานวัสดุและกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาผลิตอาจนำมาประยุกต์ใช้ตั้งอยู่บนพื้นฐานที่มีคุณค่าเหมือนงานฝีมือด้วย เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าด้วยอัตลักษณ์ นอกจากนี้ที่ผู้วิจัยคาดหวังว่าการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์จาก

งานวิจัยนี้ อาจส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชนต่าง ๆ ที่สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นต้นแบบหรือประยุกต์ใช้และนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์สร้างรายได้ให้กับชุมชนและประเทศต่อไป โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1: การแสดงกรอบการวิจัย และคำถามการวิจัย  
ที่มา: ขวัญรัตน์ จินดา และ ภาวิณี ศิริโรจน์, 2562

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราชและแนวทางความต้องการผลิตภัณฑ์ของประดับตกแต่ง
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของประดับตกแต่งที่สะท้อนอัตลักษณ์ภูมิปัญญาไทย ของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช

## คำถามการวิจัย

1. อัตลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชสะท้อนอยู่ในสิ่งต่าง ๆ ไດบ้าง และมีลักษณะรูปแบบที่เป็นลักษณะเด่นอย่างไรบ้าง (RQ-1)
2. รูปแบบของประดับตกแต่งที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอย่างไร (RQ-2)

## ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินงานวิจัยฉบับนี้เริ่มต้นจาก การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช และแนวทางการความต้องการผลิตภัณฑ์ของระดับตกแต่ง เพื่อตอบคำถามการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 ได้แก่ อัตลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชสะท้อนอยู่ในสิ่งต่าง ๆ ไต่บ้าง และมีลักษณะรูปแบบที่เป็นลักษณะเด่นอย่างไรบ้าง (คำถามการวิจัยข้อที่ 1) แล้วนำอัตลักษณ์ที่ได้จากการศึกษามาใช้ในการออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของระดับตกแต่งที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช

เพื่อตอบคำถามการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 ได้แก่ ของระดับตกแต่งที่มีรูปแบบแตกต่างกัน จะก่อให้เกิดการรับรู้การสะท้อนอัตลักษณ์ภูมิปัญญาไทยของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างไร (คำถามการวิจัยข้อที่ 2) แล้วจึงนำรูปแบบที่สะท้อนสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ดีที่สุด 1 รูปแบบ มาสร้างต้นแบบและเสนอแนะแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของระดับตกแต่งที่สะท้อนอัตลักษณ์ภูมิปัญญาไทยของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช และเสนอแนะการนำไปประยุกต์ใช้งานในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ตามกรอบการวิจัยและคำถามการวิจัยในภาพที่ 1 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

**การดำเนินงานเพื่อตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1** อัตลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชสะท้อนอยู่ในสิ่งต่าง ๆ ไต่บ้าง และมีลักษณะรูปแบบที่เป็นลักษณะเด่นอย่างไรบ้าง (RQ-1)

ใช้แนวทางการศึกษาข้อมูลทั้งแบบปฐมภูมิ และทุติยภูมิ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านอัตลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จากการทบทวนวรรณกรรม แล้วสรุปเป็นแบบสอบถามเพื่อนำไปสอบถาม จากนั้นออกแบบในชุมชนโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง ประชากรในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว ที่ได้สัมผัสพื้นที่โดยตรง และการเก็บข้อมูลออนไลน์ โดยการเก็บเป็นแบบการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย รวมทั้งสิ้น 150 คน แล้วสรุปข้อมูลหาค่าเฉลี่ย ความคิดเห็น (Mean) ที่มีต่อการสะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชสะท้อนจากสิ่งต่าง ๆ นำไปใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

**การดำเนินงานเพื่อตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 2** ของระดับตกแต่งที่มีรูปแบบแตกต่างกัน จะก่อให้เกิดการรับรู้การสะท้อนอัตลักษณ์ภูมิปัญญาไทยของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างไร (RQ-2)

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของระดับตกแต่งที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำมาสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ 1 รูปแบบ มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1. นำข้อมูลที่สรุปได้จากคำถามการวิจัยข้อที่ 1 มาใช้สรุปร่วมกับกรอบแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อกำหนดแนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

2. ร่างแบบภาพแนวคิด 2 มิติ แล้วนำไปทดสอบการรับรู้ กับกลุ่มเป้าหมาย และผู้เชี่ยวชาญ

3. สรุปและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ 1 รูปแบบ ที่เป็นไปตามกรอบแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามที่กำหนดไว้ เพื่อเสนอแนะแนวทางการออกแบบ และต้นแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่สะท้อนภูมิปัญญาต่อไป



เครื่องมือในการดำเนินงานนี้แบ่งเป็น 2 อย่าง ได้แก่ แบบสอบถาม และภาพแบบร่าง 2 มิติ ของประดับตกแต่งที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้ร่วมกันกับแบบสอบถาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นก็ออกแบบในชุมชนโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง ประชากรในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว ที่ได้สัมผัสพื้นที่โดยตรง และการเก็บข้อมูลออนไลน์ โดยการเก็บเป็นแบบการสุ่ม ตัวอย่างแบบง่าย รวมทั้งสิ้น 150 คน แล้วสรุปข้อมูลหาค่าเฉลี่ย ความคิดเห็น (Mean) ความพึงพอใจที่มีต่อแบบร่าง 2 มิติ รูปแบบของประดับตกแต่งที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำไปสรุปสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ 1 รูปแบบ และเสนอแนะแนวทางการออกแบบต่อไป

## ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัย แยกตามคำถามการวิจัย และนำเสนอผลการสร้างสรรค์ต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ 1 รูปแบบ และเสนอแนะการนำไปประยุกต์ใช้งานในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่ออัตลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชสะท้อนที่ปรากฏอยู่ในสิ่งต่าง ๆ และรูปแบบที่เป็นลักษณะเด่น (RQ-1) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้การสะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชสะท้อนที่ปรากฏจากหมวดสถาปัตยกรรมคือ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ได้ดีที่สุด มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ 4.38 ส่วนในหมวด งานศิลปหัตถกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น พบว่า การรับรู้การสะท้อนอัตลักษณ์จากเครื่องดนตรี สามารถสื่อถึงจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ดีที่สุด มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ 4.22 ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ได้คือ บ้านคีรีวงและแหลมตะลุมพุก มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ 4.20 เท่ากัน ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการสะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช



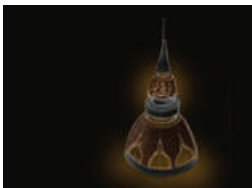


| ที่                   | สิ่งที่สะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช | ระดับการสะท้อนอัตลักษณ์ |      |
|-----------------------|---|-------------------------|------|
|                       |   | ค่าเฉลี่ย (Mean)        | SD   |
| หมวดที่ 1 สถาปัตยกรรม |   |                         |      |
| 1                     | วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร                       | 4.38                    | .98  |
| 2                     | ศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช                     | 3.57                    | .99  |
| 3                     | กำแพงเมืองเก่านครศรีธรรมราช                   | 3.59                    | 1.03 |
| 4                     | พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ                         | 3.40                    | .96  |
| 5                     | แก่งจัน วัดแจ้ง                               | 3.36                    | 1.15 |
| 6                     | เรือนปั้นหย่า                                 | 3.71                    | 1.09 |

| ที่   | สิ่งที่สะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช | ระดับการสะท้อนอัตลักษณ์ |      |
|---|---|-------------------------|------|
|   |   | ค่าเฉลี่ย (Mean)        | SD   |
| หมวดที่ 2 งานศิลปหัตถกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น         |   |                         |      |
| 7   | หนังตะลุง                                     | 4.16                    | .73  |
| 8   | เครื่องถมนคร                                  | 4.22                    | .82  |
| 9   | เครื่องจักสานย่านลิเภา                        | 3.83                    | 1.02 |
| 10  | ผ้ายกเมืองนคร                                 | 3.83                    | .98  |
| 11  | เครื่องจักสานใบกระพ้อ                         | 3.14                    | 1.17 |
| หมวดที่ 3 วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยว |   |                         |      |
| 12  | การแห่ผ้าขึ้นธาตุ                             | 4.06                    | 1.14 |
| 13  | งานบุญสารทเดือนสิบฯ                           | 4.08                    | 1.07 |
| 14  | ประเพณีลากพระ                                 | 3.85                    | 1.19 |
| 15  | วัดธาตุน้อย                                   | 3.48                    | 1.21 |
| 16  | กฎทรงไทยวัดตะวันตก                            | 3.16                    | 1.03 |
| 17  | การละเล่นพื้นเมืองมโนราห์                     | 4.12                    | .87  |
| 18  | บ้านคีรีวง                                    | 4.20                    | .97  |
| 19  | แหลมตะลุมพุก                                  | 4.20                    | .92  |
| หมวดที่ 3 วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยว |   |                         |      |
| 20  | จตุคามรามเทพ                                  | 3.897                   | .93  |
| 21  | จิตรกรรมบนคอสอง                               | 3.18                    | .95  |
| 22  | วัดพระเงิน                                    | 3.18                    | 1.00 |
| 23  | ปูนปั้นเรื่องมหาภิเนษกรมณ์                    | 3.16                    | .99  |

นอกจากนี้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ยังพบว่าวัสดุของผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการสูงสุดได้แก่ โลหะ หนัง และวัสดุจักสาน เรียงตามลำดับ ในส่วนข้อเสนอแนะและประโยชน์ใช้สอยที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ของระดับตกแต่งบ้าน ได้แก่ การพัฒนาเป็นโคมไฟ ใช้เป็นเครื่องประดับเพื่อความงดงาม และสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถมอบเป็นของที่ระลึก ใช้ในการประดับปริสอร์ท หรือของประดับบ้าน ตกแต่งบ้าน และเน้นการใช้สอยได้จริงมากกว่า จึงนำมาพัฒนาแบบร่างงาน 2 มิติ และนำไปศึกษาความพึงพอใจต่อรูปแบบของระดับตกแต่งบ้านที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช ในขั้นตอนต่อไป

2. ผลการวิเคราะห์ความถี่และร้อยละของระดับความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์สูงสุด 1 รูปแบบ และผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อความพึงพอใจต่อรูปแบบของประดับตกแต่งบ้านที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช (RQ-2) พบว่า รูปแบบของที่ระลึก ที่กลุ่มเป้าหมายพึงพอใจมากที่สุด 1 รูปแบบ ได้แก่รูปแบบที่ 1 รองลงมาได้รูปแบบที่ 3, 2, 5 และ 4 ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2. โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อภาพรวมของผลิตภัณฑ์ ต่อรูปแบบที่มีความพึงพอใจสูงสุด 2 อันดับแรก ทั้งแบบที่ 1 และ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คิดเป็น 4.25 ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 2 แสดงความถี่และร้อยละของระดับความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์สูงสุด 1 รูปแบบ

| ที่ | รูปแบบผลิตภัณฑ์   | ระดับความถี่ของความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์สูงสุด (คน) | ร้อยละ |
|-----|---|--|--------|
| 1   | รูปแบบที่ 1   | 43   | 29     |
| 2   | รูปแบบที่ 2  | 26   | 17     |
| 3   | รูปแบบที่ 3  | 37   | 25     |
| 4   | รูปแบบที่ 4  | 20   | 13     |
| 5   | รูปแบบที่ 5  | 24   | 16     |
| รวม |   | 150  | 100    |



**ตารางที่ 3** ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อความพึงพอใจที่มีต่อแบบร่าง 2 มิติ รูปแบบของประดับตกแต่งบ้านที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมของ 5 รูปแบบ

| ที่ | รายละเอียดประเด็นความต้องการ | ระดับการรับรู้และความต้องการ |       |
|-----|------------------------------|------------------------------|-------|
|     |                              | ค่าเฉลี่ย (Mean)             | SD    |
| 1   | รูปแบบที่ 1                  | 4.25                         | 0.998 |
| 2   | รูปแบบที่ 2                  | 4.13                         | 1.001 |
| 3   | รูปแบบที่ 3                  | 4.25                         | 0.939 |
| 4   | รูปแบบที่ 4                  | 4.23                         | 1.031 |
| 5   | รูปแบบที่ 5                  | 3.94                         | 1.145 |

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ผู้วิจัยได้เลือกรูปแบบ แบบร่าง 2 มิติที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด 1 รูปแบบ มาดำเนินการสร้างสรรค์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ 1 รูปแบบ เสนอแนะแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของประดับตกแต่งที่สะท้อน อัตลักษณ์ภูมิปัญญาไทยของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช และเสนอแนะการนำไปประยุกต์ใช้งานในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ แบบร่างผลิตภัณฑ์ 2 มิติ รูปแบบที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยผลการรับรู้ในประเด็นต่าง ๆ ที่ใช้ในการพิจารณาแบบร่าง อยู่ในระดับสูงทั้งสิ้น ประกอบด้วยค่าเฉลี่ยการสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของนครศรีธรรมราชที่ปรากฏในตัวผลิตภัณฑ์ 4.19 ค่าเฉลี่ยการรับรู้การแสดงตัวตน บ่งบอกหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ชัดเจน 4.08 ค่าเฉลี่ยการรับรู้ความโดดเด่น น่าดึงดูดใจของผลิตภัณฑ์ 4.17 และค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ 4.17 ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4 และภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์ ดังภาพที่ 2

**ตารางที่ 4** ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อแบบร่าง 2 มิติ รูปแบบที่ 1 ในประเด็นต่าง ๆ

| ที่ | รายละเอียดประเด็นการพิจารณาแบบร่าง  | ระดับการรับรู้และความต้องการ |       |
|-----|---|------------------------------|-------|
|     |   | ค่าเฉลี่ย (Mean)             | SD    |
| 1   | การสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของนครศรีธรรมราชที่ปรากฏในตัวผลิตภัณฑ์ | 4.19                         | .982  |
| 2   | การแสดงตัวตน บ่งบอกหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ชัดเจน  | 4.08                         | 1.007 |
| 3   | ความโดดเด่น น่าดึงดูดใจของผลิตภัณฑ์   | 4.17                         | 1.080 |
| 4   | คุณค่าของผลิตภัณฑ์  | 4.17                         | 1.061 |



ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่เสร็จสมบูรณ์  
ที่มา : ภาวิณี ศิริโรจน์

### อภิปราย สรุปผล และเสนอแนะ

การออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราชบนผลิตภัณฑ์ของประดับตกแต่งบ้าน มีปัจจัยและลักษณะเด่นที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชด้วยกันหลายสิ่ง เช่น หนึ่งตะลุง มโนราห์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาและสังเคราะห์อัตลักษณ์ไทยภาคใต้ ของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม อัตลักษณ์ภาคใต้ที่เข้าเกณฑ์การพิจารณานี้ มี 4 หน่วยอัตลักษณ์ คือ โนราห์ หนึ่งตะลุง ประเพณี สารทเดือนสิบ และงานวิจัยของ สุนิสา อินทรสุข (2557) ที่นำลักษณะเด่นของหนึ่งตะลุงมาใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบเครื่องเรือน ทั้งนี้งานวิจัยนี้ พบประเด็นอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากงานวิจัยที่ผ่านมา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีการรับรู้ลักษณะเด่นของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ดีที่สุด ซึ่งเมื่อนำมาออกแบบรูปแบบของประดับตกแต่ง ถึงจะมีรูปแบบที่แตกต่างกัน แต่ก็ก่อให้เกิดความพึงพอใจและการรับรู้ การสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของนครศรีธรรมราชที่ปรากฏในตัวผลิตภัณฑ์ การแสดงตัวตน บ่งบอกหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ชัดเจน ความโดดเด่น น่าดึงดูดใจของผลิตภัณฑ์ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับสูงทุกรูปแบบ นั้นแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศราพร ใจกระจ่าง และคณะ (2559) ที่เสนอแนะแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชน โดยสร้างการรับรู้ในแง่ความมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกของจังหวัดนครศรีธรรมราช และยังเสริมประเด็นการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เน้นความสวยงาม คุณภาพดี ความมีคุณค่าในตัวเอง ความมีเอกลักษณ์และมีบรรจุนิยมที่สวยงาม

ในขณะเดียวกัน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบ มีรูปแบบการได้มาซึ่งประเด็นที่ใช้ในการออกแบบ จากเครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบ จึงทำให้สามารถสรุปผลเพื่อนำไปใช้งานได้อย่างทั่วไป มีการใช้รูปภาพประกอบและการสอบถามออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสะดวก และการเข้าถึงข้อมูล ณ พื้นที่ศึกษาทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ครอบคลุม แต่มีข้อจำกัดของการวิจัยในครั้งนี้เช่นกัน เนื่องจากรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนา เป็นรูปแบบใหม่ ยังไม่มีการจำหน่ายหรือผลิตในท้องตลาด ทำให้เกิดข้อจำกัดในการนำเสนอต้นแบบผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นในด้านงบประมาณ อุปกรณ์ ส่วนประกอบต่าง ๆ รวมถึง เทคนิคกระบวนการ รูปแบบงานที่ได้จึงเป็นได้เพียงแบบจำลองที่แสดงลักษณะ ขนาด วัสดุ และกระบวนการผลิตแบบช่างฝีมือไม่ได้เป็นแบบอุตสาหกรรม ในขณะที่การผลิตจริงในการนำไปใช้ประโยชน์ควรผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์ต้นแบบควรพัฒนาต่อยอดและศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงอุตสาหกรรม รวมถึงการประเมินความต้องการในด้านการตลาด เพื่อสามารถนำผลลัพธ์จากการวิจัยไปใช้ได้เชิงประจักษ์ ทั้งความเป็นไปได้ในการผลิต และความเป็นไปได้ในด้านการตลาดนั่นเอง

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้เสนอแนะแนวทางตัวอย่างการนำไปประยุกต์ใช้งานในบริบทสภาพแวดล้อมส่วนการใช้งานที่เป็นพื้นที่สาธารณะ อาทิเช่น ภายในโรงแรม ร้านอาหาร ดังภาพที่ 3 และ 4



ภาพที่ 3 บรรยากาศโคมไฟแขวนภายในโรงแรม  
ที่มา : ภาพฉวี ศิริโรจน์



ภาพที่ 4 บรรยากาศโคมไฟแขวนภายในร้านอาหาร  
ที่มา : ภาพนี้ ศิริโรจน์

### คำขอบคุณ

การวิจัยนี้ดำเนินงานโดยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณรายได้ จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รตนโกสินทร์ประจำปี 2562 ภายใต้การกำกับดูแลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

### เอกสารอ้างอิง

- วิมล ดาศรี. (2557). วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร นครศรีธรรมราช มรดกธรรม นำสู่มรดกโลก ภาพลักษณ์จากวรรณกรรม. นครศรีธรรมราช: ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช.
- ศิริมา จุลนวล.(2556). การศึกษาศิลปะการแสดงโนราเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายใน ที่อยู่อาศัย.วิทยานิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555). อัตลักษณ์ไทย ทุนความคิด ทุนสร้างสรรค์. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต.
- สุนิสา อินทรสุข.(2557) การออกแบบเครื่องเรือนจากแนวคิดหนึ่งตะลุง. วิทยานิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- เสาวรภัย กุสุมา ณ อยุธยา. (2553) Creative Economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย. Executive Journal. 23-28

อิศราพร ใจกระจ่าง และคณะ (2559) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกด้านศิลปวัฒนธรรม และประเพณีเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช. การประชุมหาดีใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 7 วันที่ 23 มิถุนายน 2559 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

\_\_\_\_\_. (2555). องค์ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ภาคใต้. เข้าถึงเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2562. สืบค้นจาก [http://50.57.64.212/sme/manorah/#.U4sTxnY\\_opE](http://50.57.64.212/sme/manorah/#.U4sTxnY_opE)