

การออกแบบของที่ระลึก : การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน

SouvenirDesign : Apply of Local Wisdom to Local Products

ดวงรัก รัตนพันธุ์^{*1}, ชัชวาลย์ รัตนพันธุ์²

¹คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

²คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Tuangrak Rattanapan^{*1}, Chatchawan Rattanapan²

¹Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

²Faculty of Industrial Technology, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

บทคัดย่อ

การออกแบบของที่ระลึก : การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยเชื่อมโยงศาสตร์ความรู้ผนวกกับการประยุกต์วัสดุพื้นถิ่นเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล Thailand 4.0 คือ การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาพัฒนาให้ตรงจุดเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศไทยให้มีศักยภาพและไปสู่เป้าหมายทางการตลาด การเชื่อมโยงศาสตร์ความรู้ เทคโนโลยีและวัฒนธรรมที่อยู่ใกล้ตัว ซึ่งถูกเก็บไว้ในมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยต่างๆ โดยสามารถนำศาสตร์ความรู้ เทคโนโลยีและวัฒนธรรมเหล่านี้ออกมาจากบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถจากหน่วยงานสถาบันการศึกษา ร่วมกับภาคเอกชน และใช้พลังของประชารัฐโดยมีภาครัฐเป็นตัวสนับสนุน โดยเริ่มพัฒนาจากตนเองแล้วเริ่มต่อยอดเครือข่ายต่างประเทศ เสมือนกับบันได 3 ขั้นตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ การพึ่งพาตนเอง พึ่งพากันเอง และรวมกันเป็นกลุ่มอย่างมีพลัง

การนำเสนอกระบวนการออกแบบของที่ระลึกผ่าน 9 แนวความคิดศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นภาคใต้ที่มีเอกลักษณ์เด่นชัดได้แก่ สิบสองเมื่อนักขัตร์ หัตถกรรมกะหนั่งตะลุง หัตถกรรมลูกบิดโนราห์ หัตถกรรมผ้ามัดย้อม หัตถกรรมผ้าบาติก หัตถกรรมหางอน หัตถกรรมจักสานกระจูด หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาและศิลปะมาลาญ ดังนั้น การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน จึงเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ผลิตรายเก่าและรายใหม่ในชุมชนท้องถิ่นภาคใต้ที่มีศักยภาพได้มีความรู้ความเข้าใจในการประยุกต์วัสดุพื้นถิ่นมาออกแบบ และพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มตรงตามความต้องการของตลาดและผู้บริโภค

คำสำคัญ : การออกแบบของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น

Abstract

The article entitled Souvenir Design : Apply of Local Wisdom to Local Products combines knowledge and application of local materials in order to develop value added to local products according to Thailand 4.0, the policy initiated by the government. In this regard, Thailand 4.0 is the policy encouraging the right use technology and innovation to develop the potential in order to drive national economy towards market goals. Combining knowledge, technology and culture around us which has been collected in universities and research institutes is implemented by potential personnel of educational institutes cooperated with private sectors, driven by civil state power and supported by public sectors. The processes begin with self-development before building on with international network as described in the 3 Steps of Philosophy of Sufficiency Economy namely, self-reliance, community reliance and become more powerful group.

The process of designing souvenirs is presented through 9 concepts of local Southern arts and culture namely, the 12 Cities of Chinese Zodiac, Shadow Play Handicraft, Nora Beads Handicrafts, Tie Dye Handicrafts, Batik Handicrafts, Hang-uan Handicrafts (woven dried palm leaves handicrafts), Krajoed Handicrafts (dried straw woven handicrafts), Earthenware Handicrafts, and Malay arts. Therefore, application of local wisdom on local products supports and promotes old and new local business owners in potential Southern local communities to have better understanding in applying local materials in design and develop better local product value to match with target markets and consumers.

Keyword : Souvenir design, Local products, Local wisdom

บทนำ

นโยบายประเทศไทย 4.0 ของรัฐบาลจากประเทศที่ขับเคลื่อนด้วยการผลิตเชิงอุตสาหกรรมหนักไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ Value-Based Economy หรือเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมเปลี่ยนการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรมเปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยีเปลี่ยนจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม Small and Medium Enterprise (SME) เดิมที่รัฐบาลต้องสนับสนุนงบประมาณตลอดเวลาเป็น Smart Enterprise และ Stars up ที่มีคุณภาพสูง เปลี่ยนจากการให้บริการธรรมดาที่มีการให้บริการคุณภาพต่ำเป็นการบริการแบบ High Value Product and Service และอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญคือ การเปลี่ยนแรงงานที่มีทักษะต่ำเป็นแรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ผลักดันการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ การปฏิรูปโครงสร้างการวิจัย การพัฒนา และการปฏิรูปการศึกษาไปพร้อมๆ กันโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบของประเทศไทย ได้แก่ 1)ความหลากหลายทางชีวภาพ 2)ความหลากหลายทางวัฒนธรรมโดยเริ่มจากสิ่งที่เรามีเพิ่มการบริหารจัด

การและเทคโนโลยีเข้าไป โดยอุตสาหกรรมหลักที่ประเทศไทยมีอยู่เดิมนั้น ได้แก่กลุ่มอาหารและการเกษตรปรับเปลี่ยนเป็นอาหาร เกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ, กลุ่มสาธารณสุขและสุขภาพปรับเปลี่ยนเป็น สาธารณสุข สุขภาพและเทคโนโลยีการแพทย์, กลุ่มเทคโนโลยีหุ่นยนต์อัจฉริยะปรับเปลี่ยนเป็นระบบหุ่นยนต์อัจฉริยะ เครื่องกลและอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม, กลุ่มดิจิตอลเทคโนโลยีปรับเปลี่ยนเป็นดิจิตอลเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตเชื่อมต่อความเร็วสูง, วัฒนธรรมสร้างสรรค์ปรับเปลี่ยนเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทูทางวัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูง (โพสต์ทูเดย์, สืบค้นเมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2559, <http://www.posttoday.com>)

จากการพิจารณาบริบทชุมชนท้องถิ่นภาคใต้ ซึ่งมีศาสตร์ภูมิปัญญาแล้วมีทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และเด่นชัด (ปัญญา เลิศไกร และ ลัญจกร นิลกาญจน์, 2559, น. 9-11) เช่น ศิลปะการแกะหนังตะลุง ศิลปะการแสดงโนรา ศิลปะเครื่องถม ศิลปะผ้าเย็บ ศิลปะผ้าบาติก ศิลปะจากลวดลายเรือกอ ศิลปะในลวดลายสถาปัตยกรรมมาลายูเพราะเป็นศิลปะที่มีความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่นภาคใต้ (เทศบาลนครศรีธรรมราช, 2551, น. 4 และ น. 43) สามารถนำมาสร้างคุณค่าเพิ่มด้วยกระบวนการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ 1) ความสำเร็จ พิจารณาบริบทชุมชนท้องถิ่นภาคใต้ ซึ่งมีศาสตร์ภูมิปัญญาแล้วมีทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และเด่นชัด เช่น ศิลปะการแกะหนังตะลุง ศิลปะการแสดงโนรา ศิลปะเครื่องถม ศิลปะผ้าเย็บ ศิลปะผ้าบาติก ศิลปะจากลวดลายเรือกอ ศิลปะในลวดลายสถาปัตยกรรมมาลายูเพราะเป็นศิลปะที่มีความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่นภาคใต้ 2) ปัจจัยสร้างความเข้มแข็งความเข้มแข็งในด้านมิติทางวัฒนธรรม คือ สันทิพย์ที่มีค่ารูปแบบใหม่เพราะสันทิพย์ทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มรดกต่ำและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงทั้งยังยากที่จะลอกเลียนแบบและไม่มีใครยึดครองไปเป็นเจ้าของได้ง่าย (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบแห่งประเทศไทย, 2551, น. 35) วัฒนธรรมประจำชาติและวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นให้มีการอนุรักษ์และเห็นคุณค่าเกิดความหวงแหนและปกป้องวัฒนธรรมของตนเองมากยิ่งขึ้นไม่เฉพาะชาวไทยเท่านั้น ชาติต่างๆ ในโลกนี้เริ่มกลับไปค้นคว้าหาว่าอะไรคือวัฒนธรรมที่มีคุณค่า (กฤษฎิกา คงสมพงษ์, 2552, น. 44) หากต้องสอดแทรกวัฒนธรรมตะวันตกและวัฒนธรรมไทยให้แยกย่อยเพราะจะเป็นการเพิ่มเสน่ห์ให้กับผลิตภัณฑ์ 3) เป้าหมายเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นภาคใต้ที่มีศักยภาพ ได้มีความรู้ความเข้าใจในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อให้อาจสร้างมูลค่าเพิ่มจากการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม ด้วยความสร้างสรรค์และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดผู้บริโภคสามารถนำมาสร้างคุณค่าเพิ่มด้วยกระบวนการออกแบบ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ 4) การพัฒนาระบบโดยการจัดทำหลักสูตรระยะสั้น โดยจัดทำแผนการดำเนินการถ่ายถอดองค์ความรู้และการให้คำปรึกษาแนะนำด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ปราชญ์ชาวบ้าน (วรดี เลิศไกร, จรุงใจ มนต์เลี้ยง, และสุชาดา จิตกล้า, 2559, น. 80) พร้อมทั้งอบรมเชิงปฏิบัติการจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์และให้คำปรึกษาแนะนำทางด้านอื่นๆเพิ่มเติม เช่น กระบวนการผลิต การตลาด เป็นต้น 5) ปัญหาที่ผ่านมาชุมชนท้องถิ่นภาคใต้ยังไม่สามารถดำเนินการเรื่องนี้ด้วยตนเองได้มากนัก เนื่องด้วยปัญหาหลายประการ อาทิ ปัญหาเงินทุน การขาดความรู้ความเข้าใจทางการตลาดการขาดความรู้ความเข้าใจด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องและเหมาะสม จนกระทั่งละเลยความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไป ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญทำให้ศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดลดลงและไม่มีประสิทธิภาพ (ชัชวาล รัตนพันธุ์, 2559, น.8)

บทความวิชาการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่องการออกแบบของที่ระลึกที่มีแนวความคิดจากศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นภาคใต้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นภาคใต้ที่มีศักยภาพได้ทดลองสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้นแบบที่มีแนวความคิดจากศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นภาคใต้

ความหมายของการออกแบบของที่ระลึก

ของที่ระลึก อาจหมายถึงสิ่งที่ใช้เป็นสื่อเพื่อหวังผลทางด้านความทรงจำให้สิ่งที่ผ่านไปในอดีตกลับกระจำชัดขึ้นในปัจจุบัน เช่น พระโสมมวนที่ระลึกเสด็จยุโรปของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว หนึ่งลงยารูปเรือพระที่นั่งมหาจักรราชพาหนะ อีกหนึ่งมีจารึกพระปรมาภิไธยลงยาพระบรมฉายาลักษณ์และรายชื่อผู้ตามเสด็จฯ ของที่ระลึกนั้นมักจะมอบให้ในโอกาสที่ต่างกันและอาจมีชื่อเรียกที่ต่างกันออกไปเช่น หากนำไปให้แก่ผู้ที่รักและนับถือเรียก “ของกำนัล” หากนำสิ่งของให้แก่เจ้างานเพื่อเป็นของขวัญเมื่อเสร็จพิธีทำขวัญแล้วหรือให้กันในเวลาอื่นเป็นการถนอมขวัญหรือเพื่ออวยชัยไมตรี (คลังข้อมูลของที่ระลึกและหัตถกรรมไทย สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2560 <https://souvenirbuu.wordpress.com>)

สรุปความหมายของคำว่า ของที่ระลึก หมายถึงสัญลักษณ์แทนบุคคล เหตุการณ์ เรื่องราว ฯลฯ ที่ได้รับการออกแบบสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อกระตุ้นหรือเน้นย้ำความทรงจำให้คิดถึงหรือนึกถึงอยู่เสมอในบุคคล เหตุการณ์ หรือเรื่องราวนั้นๆ

ผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือที่ผ่านมารีกรว่าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ One Tambon One Product (OTOP) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกำเนิดมาจากชุมชน โดยภูมิปัญญาชาวบ้านที่แสดงให้เห็นถึงรากฐานทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนนั้นๆ

ตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ภาครัฐโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทุ่มเทส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ One Tambon One Product (OTOP) ผ่านหลายมาตรการ ตั้งแต่การสร้างผู้นำเครือข่ายระดับอำเภอและจังหวัดครอบคลุมทุกพื้นที่ สร้างตราของสินค้า (Brand) ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ จัดมหกรรมสินค้าและกิจกรรมพิเศษ (Trade Fair and Special Events) ในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายในรูปแบบต่างๆ จัดฝึกอบรมให้แก่ผู้ผลิตและเจ้าหน้าที่โดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะศาสตร์จากหน่วยงานและสถาบันศึกษาต่างๆ มีการกำหนดและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ได้คุณภาพและมาตรฐาน อีกทั้งยังมีการขึ้นทะเบียนผู้ผลิตทั่วประเทศกว่า 35,000 ราย และคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP Product Champion (OPC) กว่า 27,000 ผลิตภัณฑ์ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพิษณุโลก, 2549)

สรุปความหมายผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่รู้จักกันในชื่อของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ One Tambon One Product (OTOP) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยชาวบ้านหรือกลุ่มชาวบ้านในชุมชนที่รวมตัวกันโดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนและรวมถึงผู้ผลิตรายเดียวและผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาเป็นความรู้ที่ประกอบไปด้วยคุณธรรมซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวบ้านในวิถีดั้งเดิมนั้นชีวิตของชาวบ้านไม่ได้แบ่งแยกเป็นส่วนๆ หากแต่ทุกอย่างมีความสัมพันธ์กันการทำการมาหากิน การอยู่ร่วมกันในชุมชน การปฏิบัติทางศาสนา พิธีกรรมและประเพณีความรู้เป็นคุณธรรม เมื่อผู้คนใช้ความรู้เพื่อสร้าง

ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติและคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ (ประวัติศาสตร์ศิลปะและการบันเทิง สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มกราคม 2560 <http://www.tkc.go.th>)

ศักดิ์ชัย เกียรติวนิคม (2542, น. 2) ได้ให้ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่น คือองค์ความรู้ความสามารถของชุมชนที่สั่งสมสืบทอดกันมานานเป็นความจริงแท้ของชุมชนเป็นศักยภาพที่จะใช้แก้ปัญหา จัดการปรับตัว เรียนรู้และถ่ายทอดสู่คนรุ่นใหม่ เพื่อให้ดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างผาสุกเป็นแก่นของชุมชนที่จรรโลง ความเป็นชาติให้อยู่รอดจากทุกภัยพิบัติทั้งปวง

จารุวรรณ ธรรมวดี (2543, น. 1) ได้ให้ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่นคือ แบบแผนการดำเนินชีวิตที่มีคุณค่าแสดงถึงความเฉลียวฉลาดของบุคคลและสังคมซึ่งได้สั่งสมและปฏิบัติต่อกันมา ภูมิปัญญาจะเป็นทรัพยากรบุคคลหรือทรัพยากรความรู้ก็ได้

กระทรวงศึกษาธิการ (2539, น. 2) หมายถึงความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ในชีวิตของคนเราผ่านกระบวนการศึกษาสังเกตวิเคราะห์จนเกิดปัญญาและตกผลึกมาเป็นองค์ความรู้ที่ประกอบกันขึ้นมาจากความรู้เฉพาะหลายๆ เรื่อง ความรู้ดังกล่าวไม่ได้แยกย่อยออกมาเป็นศาสตร์เฉพาะอาจกล่าวได้ว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นจัดเป็นพื้นฐานขององค์ความรู้สมัยใหม่ที่จะช่วยในการเรียนรู้การแก้ปัญหา การจัดการ และการปรับตัวในการดำเนินชีวิตของคนเราภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความรู้ที่มีอยู่ทั่วไปในสังคมชุมชนและปราชญ์ชาวบ้านซึ่งมีความรู้ความชำนาญอยู่ในตัวเป็นผู้รู้เอง หากมีการสืบค้นหาเพื่อศึกษาและนำมาใช้ก็จะเป็นที่รู้จักกันเกิดการยอมรับ ถ่ายทอดและพัฒนาไปสู่คนรุ่นใหม่ตามยุคตามสมัยได้ (ประภาศิริ กลางพอน, 2554)

สรุปความหมายภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความรู้ความสามารถในการดำเนินชีวิตอยู่ในพื้นที่นั้นๆ โดยใช้สติปัญญาสั่งสมความรู้อย่างแพร่หลาย ผสมผสานความกลมกลืนระหว่างศาสนาสภาพภูมิอากาศสภาพแวดล้อมการประกอบอาชีพและกระบวนการเหล่านี้มาจนหลายชั่วคนซึ่งจะเป็นวิถีการดำเนินชีวิตของมนุษย์นั้นเกิดจากการเรียนรู้และสั่งสมประสบการณ์เป็นระยะเวลายาวนานโดยอาศัยภูมิปัญญาที่มีอยู่มาใช้ในการตั้งถิ่นฐานการประกอบอาชีพการปรับตัวและแก้ปัญหาในการดำเนินชีวิตจนเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธรรมชาติและสังคม

1. แนวคิดจากศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นภาคใต้ที่มีเอกลักษณ์

กระบวนการคิดและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ่าน 9 แนวความคิดศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นภาคใต้ที่มีเอกลักษณ์เด่นชัด ได้แก่ สืบสองเมืองนักษัตร หัตถกรรมกะหนังตะลุง หัตถกรรมลูกปัดโนราห์ หัตถกรรมผ้ามัดย้อม หัตถกรรมผ้าบาติก หัตถกรรมหางอวน หัตถกรรมจักสานกระจูด หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ศิลปะลวดลายสถาปัตยกรรมมาลายู

1.1 แนวความคิดสืบสองเมืองนักษัตร ราชวงศ์ศรีธรรมโศกราชสามารถจัดการปกครองหัวเมืองรายรอบได้สำเร็จถึง 12 เมือง นั้นใช้เวลาไม่น้อยและเรียกว่า เมืองสืบสองนักษัตร

1.2 แนวความคิดหัตถกรรมกะหนังตะลุง ตัวละครรูปเทพ รูปช้าง ในหนังตะลุงและเทคนิคการกะหนังตะลุงที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของภาคใต้

1.3 แนวความคิดหัตถกรรมลูกปัดโนราห์ ศิลปะการแสดงและการบวงสรวงบูชาตามลัทธิเทวนิยม การพัฒนาท่วงท่าและท่วงทำนอง สืบทอดประเพณีจากรุ่นสู่รุ่น

1.4 แนวความคิดหัตถกรรมผ้ามัดย้อม เทคนิคการมัดย้อมที่แตกต่างทำให้เกิดลวดลายหลากหลายบนผืนผ้า

1.5 แนวความคิดหัตถกรรมผ้าบาติก เทคนิคการเขียนเทียนด้วยจันตึงโดยอาศัยภูมิปัญญาดั้งเดิมจากรุ่นสู่รุ่นและการประยุกต์ลวดลายผ้าปาเต๊ะ

1.6 แนวความคิดหัตถกรรมหางอน วัสดุท้องถิ่น ทอที่ เป็นเครื่องมือการประมงของชาวบ้าน นับได้ว่าเป็นหนึ่งอาชีพหลักในสมัยก่อน ผสมผสานผ้าปาเต๊ะท้องถิ่น

1.7 แนวความคิดหัตถกรรมจักสานกระจูด วัสดุท้องถิ่นแปรรูป ย้อมสี สร้างลวดลายด้วยวิธีจักสาน ตัดเย็บเพิ่มเติมด้วยการประยุกต์วัสดุสมัยใหม่

1.8 แนวความคิดหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ดินแดงท้องถิ่นขึ้นรูปด้วยการปั้นเป็นหม้อ โอ่ง ไห ใช้สอยในครัวเรือน เพิ่มลวดลายและมูลค่าด้วยตะขอแขวนกรงนกชนิดไม้

1.9 แนวความคิดศิลปะมาลาญ การแกะสลักผลไม้จากลวดลายเรขาคณิตและลายพฤกษารายละเอียดสำหรับศิลปะต่างชาติดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลมากในภาคใต้

2. แนวทางการออกแบบของที่ระลึก

ออกแบบโดยใช้เทคนิค SCMPER ความคิดสร้างสรรค์ที่แท้จริงประกอบด้วยการเห็นสิ่งที่ทุกคนมองเห็น การคิดสิ่งที่คนอื่นไม่เคยคิดการทำสิ่งที่คนอื่นไม่กล้าทำ SCAMPER พัฒนา โดย Bob Eberle เป็นเทคนิคในการหาคำตอบเพื่อค้นพบความคิดใหม่ (new ideas) ผลิตภัณฑ์ใหม่ (new products) หรือบริการใหม่ (new services) (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2557)

Substitute	การทดแทน	คือ	การใช้วัสดุทดแทน
Combine	การผสมผสาน	คือ	การนำวัสดุต่างชนิดมาอยู่ในผลิตภัณฑ์เดียวกัน
Adapt	ดัดแปลงรูปแบบ	คือ	สามารถวางตั้งโต๊ะได้
Magnify	การย่อ การลด	คือ	ย่อให้มีขนาดเล็กลง
Eliminate	การตัด	คือ	ตัดทอนรายละเอียด
Elaborate	การต่อเติม	คือ	เติมฐานวางเพื่อประโยชน์ใช้สอย
Rearrange	การจัดใหม่	คือ	รูปลักษณะสอดคล้องกับการใช้งานในยุคปัจจุบัน
Reverse	การกลับข้าง	คือ	ทำให้เกิดประโยชน์ในการใช้สอยใหม่

3. ขั้นตอนการถ่ายทอดองค์ความรู้

3.1 ทำการลงพื้นที่ภาคสนามไปยังกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเพื่อพูดคุยและทำการแนะนำทีมงานที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อต้องการสนับสนุนให้ผู้ผลิตรายเก่าและรายใหม่ในชุมชนท้องถิ่นภาคใต้ที่มีศักยภาพได้มีความรู้ความเข้าใจในการประยุกต์วัสดุพื้นถิ่นมาออกแบบและพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มตรงตามความต้องการของตลาดและผู้บริโภค

3.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมจากทั้งแหล่งปฐมภูมิหรือทุติยภูมิจะถูกนำมาวิเคราะห์สังเคราะห์เพื่อใช้เป็นแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจะถูกนำมาจัดแบ่งเรียงลำดับความสำคัญ เช่น แนวความคิด ความงาม วัสดุ และกรรมวิธีการผลิตเป็นต้น ซึ่งจะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบจากนั้นทำการออกแบบภาพร่างโดยยึดแนวทางการออกแบบของที่ระลึกตามแนวความคิดโดยใช้เทคนิค SCMPER

3.3 นำเสนอแนวทางในการการออกแบบของที่ระลึก : การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยจัดกิจกรรมสัมมนาหลักสูตรระยะสั้นโดยทีมที่ปรึกษาจะทำหน้าที่เป็นวิทยากรให้ความรู้พร้อม

นำเสนอภาพร่างผลงานการสร้างสรรค์ของที่ระลึกจากแนวความคิดทั้ง 9 แนวทางและอธิบายถึงแนวทางการเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นของที่ระลึกกับสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย

3.4 ติดตามผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นของที่ระลึกร่วมกันโดยประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นหลักในการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

3.5 ได้ผลงานผลิตภัณฑ์ต้นแบบการออกแบบของที่ระลึกที่มีแนวความคิดมาจากศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นภาคใต้จำนวน 18 ชิ้นงาน



ภาพที่ 1 แสดงการลงพื้นที่ภาคสนามโดยทีมที่ปรึกษาเพื่อพูดคุยและทำการแนะนำให้ความรู้แนวทางการเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นของที่ระลึกกลุ่มใบไม้คีรีวง ผ้ามัดย้อมด้วยสีธรรมชาติ จ.นครศรีธรรมราช



ภาพที่ 2 แสดงการลงพื้นที่ภาคสนามโดยทีมที่ปรึกษาเพื่อพูดคุยและทำการแนะนำให้ความรู้แนวทางการเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นของที่ระลึกกลุ่มบาติกลายเทียนคีรีวง จ.นครศรีธรรมราช



ภาพที่ 3 แสดงการลงพื้นที่ภาคสนามโดยทีมที่ปรึกษาเพื่อพูดคุยและทำการแนะนำให้ความรู้แนวทางการเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นของที่ระลึกกลุ่มจักสานกระจูดนิรมล อ.ชะอวด จ.นครศรีธรรมราช



ภาพที่ 4 แสดงการลงพื้นที่ภาคสนามโดยทีมที่ปรึกษาเพื่อพูดคุยและทำการแนะนำให้ความรู้ แนวทางความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นของที่ระลึกกลุ่มเอกชัยบาติก อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช



ภาพที่ 5 แสดงการลงพื้นที่ภาคสนามโดยทีมที่ปรึกษาเพื่อพูดคุยและทำการแนะนำให้ความรู้แนวทางความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นของที่ระลึกกลุ่มทอหางอวน อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช



ภาพที่ 6 แสดงการลงพื้นที่ภาคสนามโดยทีมที่ปรึกษาเพื่อพูดคุยและทำการแนะนำให้ความรู้แนวทางความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นของที่ระลึกกลุ่มโนราห์เล็ก อ.พรหมคีรี จ.นครศรีธรรมราช



ภาพที่ 7 แสดงการลงพื้นที่ติดตามผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ร้านกาลุยซิลเวอร์เนีย จ.กระบี่

4. ผลงานการสร้างสรรคการออกแบบของที่ระลึก

4.1 แนวความคิดสิบสองเมืองนักษัตร ราชนวงศ์ศรีธรรมโศกราชสามารถจัดการปกครองหัวเมืองรายรอบได้สำเร็จถึง 12 เมือง นั้นใช้เวลาไม่น้อยและเรียกว่า เมืองสิบสองนักษัตรสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นนาฬิกาตั้งโต๊ะขนาด 13x19 เซนติเมตร



ภาพที่ 8 แสดงต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก นาฬิกาตั้งโต๊ะสิบสองนักษัตร

4.2 แนวความคิดหัตถกรรมแกะหนังตะลุง ตัวละครรูปเทพ รูปช้าง ในหนังตะลุงและเทคนิคการแกะหนังตะลุงที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของภาคใต้สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นโคมไฟโต๊ะทำงาน ขนาด 20x35 เซนติเมตร



ภาพที่ 9 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโคมไฟหนังตะลุงตั้งโต๊ะ

4.3 แนวความคิดหัตถกรรมลูกปัดโนราห์ ศิลปะการแสดงและการบวงสรวงบูชาตามลัทธิเทวนิยม การพัฒนาท่งท่าและท่งทำนอง สืบทอดประเพณีจากรุ่นสู่รุ่นสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นโคมไฟหัวเตียงหรือตกแต่งบ้านขนาด 30x50 เซนติเมตร



ภาพที่ 10 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโคมไฟโนราห์ตกแต่งบ้าน

4.4 แนวความคิดหัตถกรรมผ้ามัดย้อม เทคนิคการมัดย้อมที่แตกต่างทำให้เกิดลวดลายหลากหลายบนผืนผ้าสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้ามัดย้อม 3 แบบ ได้แก่ กระเป๋าโน้ตบุ๊กขนาด 38x26 เซนติเมตร , กระเป๋าสะพายไหล่ ขนาด 30x70เซนติเมตร กระเป๋าสะพายข้าง ขนาด 30x80 เซนติเมตร



ภาพที่ 11 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกระเป๋าผ้ามัดย้อม

4.5 แนวความคิดหัตถกรรมผ้าบาติก เทคนิคการเขียนเทียนด้วยจันตึงโดยอาศัยภูมิปัญญาดั้งเดิมจากรุ่นสู่รุ่นและการประยุกต์ลวดลายผ้าปาเต๊ะลงบนผืนผ้าเพิ่มความทันสมัยไปกับผ้าพันคอ ขนาด 100x100 เซนติเมตร



ภาพที่ 12 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผ้าพันคอบาติก

4.6 แนวความคิดหัตถกรรมทางอวน วัสดุท้องถิ่น ทอถี่ เป็นเครื่องมือการประมงของชาวบ้าน นับได้ว่าเป็นหนึ่งอาชีพหลักในสมัยก่อน ผสมผสานการตัดเย็บด้วยผ้าปาเต๊ะท้องถิ่นสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าสะพายข้างสามารถใช้งานได้ทั้งสองด้าน เปลี่ยนลูกการใช้งานได้ตามถนัด ขนาด 30x80 เซนติเมตร



ภาพที่ 13 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกระเป๋าสะพายข้างจากทางอวน

4.7 แนวความคิดหัตถกรรมจักสานกระจูด วัสดุท้องถิ่นแปรรูป ย้อมสี สร้างลวดลายด้วยวิธีจักสาน ตัดเย็บเพิ่มเติมด้วยกระป๋องดัดวัสดุสมัยใหม่สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเอกสาร และ กระเป๋าโน้ตบุ๊กพร้อมกระเป๋าอุปกรณ์ ขนาด 38x25 เซนติเมตร และ ขนาด 20x14 เซนติเมตร



ภาพที่ 14 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกระเป๋าเอกสารและโน้ตบุ๊กจากกระจูด

4.8 แนวความคิดหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ดินแดงท้องถิ่นขึ้นรูปด้วยการปั้นเป็นหม้อ โอ่ง ไห ใช้สอยในครัวเรือน เพิ่มลวดลายและมูลค่าด้วยตะขอแขวนทรงนกชนิดไม้สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นเชิงเทียนดินเผา ขนาด 15x30 เซนติเมตร



ภาพที่ 15 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงเทียนดินเผา

4.9 แนวความคิดศิลปะมาลายู การแกะสลักผลไม้จากผลไม้สดและลายพฤกษามาสำหรับศิลปะต่างชาติดั้งเดิมที่มีอิทธิพลมากในภาคใต้สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นกระจุกเงาตกแต่งบ้าน จำนวน 3 แบบ แบบวงกลม ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 35 ซม. แบบวงรี ขนาด 35x20 ซม. แบบสี่เหลี่ยมจัตุรัส ขนาด 35x35 ซม.



ภาพที่ 16 แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกระจุกเงามาลายู

สรุปผลการศึกษา

การวิเคราะห์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นภาคใต้ทั้งการลงพื้นที่ไปยังกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายเพื่อสำรวจรูปแบบผลิตภัณฑ์เดิมและกรรมวิธีการผลิต การสัมภาษณ์และข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ หรือการรวบรวมวิเคราะห์ข้อมูลภาคเอกสารด้านประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัสดุหรือวัตถุดิบด้วยศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นภาคใต้ที่มีมากมาย ซึ่งในอดีตภาคใต้ของประเทศไทยมีการรับเอาวัฒนธรรมจีน อินเดียฝ่ายใต้ ชาว มาลายู พร้อมๆ กับการขยายอำนาจทางการเมืองการปกครองจากสุโขทัย กรุงศรีอยุธยา และกรุงรัตนโกสินทร์ ดังนั้นดินแดนบริเวณนี้จึงเป็นที่มาของการพบปะสังสรรค์และใช้เวลาอันยาวนานผสมกลมกลืนเข้าด้วยกันจนพัฒนามาเป็นวิถีชีวิตอย่างทุกวันนี้

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นที่มาของแนวความคิดในการออกแบบของที่ระลึกที่มีแนวความคิดจากศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นภาคใต้ ได้แก่ สิบสองเมื่อนักซัตรี หัตถกรรมแกะหนังตะลุง หัตถกรรมลูกปัดโนราห์ หัตถกรรมผ้ามัดย้อม หัตถกรรมผ้าบาติก หัตถกรรมหางอน หัตถกรรมจักสานกระจูด หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ศิลปะลวดลายสถาปัตยกรรมมาลายูเพราะเป็นศิลปะที่มีความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่นภาคใต้ และเริ่มทำการออกแบบร่างแบบจากแนวความคิดดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้วหลังจากนั้นนำแบบร่างไปให้ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะพร้อมนำข้อคิดเห็นมาทำการปรับแก้ตามข้อเสนอแนะ และทำการผลิตของที่ระลึกเป็นชิ้นงานต้นแบบ จำนวน 18 ชิ้นงาน จาก 9 แนวความคิด และนำไปให้ผู้บริโภคประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในภาพรวม

ผลการวิเคราะห์คุณภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากแบบสอบถามโดยทำการประเมิน 3 ด้าน คือ ความเหมาะสมด้านเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นภาคใต้ความเหมาะสมกับความสวยงามความเหมาะสมกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิต พบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีแนวความคิดจากศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นภาคใต้ด้านความเหมาะสมด้านเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นภาคใต้มากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมาด้านความเหมาะสมกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และด้านความเหมาะสมกับความสวยงามมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

ดังนั้น เพื่อการพัฒนาที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้นควรมีการศึกษาวิจัยต่อยอดแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบของที่ระลึกต่อไปเพราะมีความน่าสนใจแต่นอกเหนือจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีความหลากหลายแปลกใหม่และน่าสนใจแล้วนั้น การได้พัฒนาบนฐานแนวคิดของการตลาด การผลิตซ้ำ การหาช่องทางการจำหน่ายให้กับชุมชนจะส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นมีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎิกา คงสมพงษ์. (2552, เมษายน 20-22). ถึงเวลาต้องผสมผสานการตลาดกับวัฒนธรรม. *กรุงเทพธุรกิจ*, 43-44.
- ชัชวาล รัตนพันธุ์. (2559). *การออกแบบผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ที่มีแนวความคิดจากการบูรณาการเครื่องปั้นดินเผากับศิลปะการแกะหนังตะลุง*, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.
- ชุติมา เอี่ยมโชติวิเศษ. (2551, มกราคม-เมษายน). แนวคิดการสร้าง Value Creation สำหรับเชรามิกส์. *เชรามิกส์*, 16(4), 34-36.
- ดุรงค์ฤทธิ์ เอกวงษา. (2555, กรกฎาคม-ธันวาคม). การออกแบบลวดลาย : การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของช่างเครื่องเงินอำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรมพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, 3(2).
- เทศบาลนครศรีธรรมราช. (2551, มกราคม). ยำรอยประวัติศาสตร์. *ท่องไปในแดนวัฒนธรรม*, 4, 43.
- ไทยโรจน์ พวงมณี. (2553). *การพัฒนาทักษะการออกแบบลวดลายผ้าบาติกของนักศึกษา สาขาวิชาศิลปกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*. ศูนย์วิทยบริการ.
- ธนภัทร คงศรีเจริญ. (2551, พฤษภาคม 9-15). คิดสร้างสรรค์. *กรุงเทพธุรกิจ*, 35.
- ปัญญา เลิศไกร และลัญจกร นิลกาญจน์. (2559, กรกฎาคม-ธันวาคม). การเก็บข้อมูลวิจัยชุมชนภาคสนาม. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 8(2).
- วรดี เลิศไกร จรุงใจ มนต์เลี้ยง และสุชาดา จิตกล้า. (2559, มกราคม-มิถุนายน). การจัดกิจกรรมของเล่นภูมิปัญญาเพื่อพัฒนาเด็กปฐมวัย กรณีเทศบาลตำบลทอนหงส์ อำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 8(1).
- วิมลมาศ ปฐมวณิชกุล และคณะ. (2551, พฤษภาคม-สิงหาคม). รูปแบบการถ่ายทอดความรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 2(2).
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบแห่งประเทศไทย. (2551, กันยายน 15). สร้างธุรกิจเชื่อมความคิดโยงวัฒนธรรม กระบวนทัศน์ใหม่เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจไทย กระบวนทัศน์ใหม่เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจไทย. *กรุงเทพธุรกิจ*, 47.
- สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี. (2551, มิถุนายน). ทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจไทยในโลกใหม่. *สร้างเศรษฐกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์*, 1(1), 7.
- Bryan Lawson. (2005). *How designs thing*. 6rd ed. Londdon: Jodan Hill.
- Henrik Sundstrom. (2010). *Product Design in The Sustainable era*. Germany: TASCHEN.
- Mike Baxter. (2005). *Product Design*. 9rd ed. Florida: CRC Press.
- Reyea krans. (2004). *Icon of Design*. 2rd ed. New York: Pestle Publishish.

ผู้เขียน

นางดวงรัก รัตนพันธุ์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจั่ว อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280

e-mail: tuangrak_vej@nstru.ac.th

นายชัชวาล รัตนพันธุ์

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจั่ว อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280

e-mail: chatchawal_rat@nstru.ac.th