



วารสาร นาคบุตรปริทรรศน์

Nakkhabut Paritat Journal

ISSN 3027-7779 (Online)

ปีที่ 17 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2568 Vol. 17 No. 1 January - April 2025

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช 1 หมู่ 4 ต.ท่าจิว อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80280
Research and development institute Nakhon Si Thammarat Rajabhat University 1 Moo 4, Tha Ngio, Mueang, Nakhon Si Thammarat 80280

Received: December 13, 2024

Revised: April 22, 2025

Accepted: April 25, 2025

อัตลักษณ์หัตถศิลป์ถิ่นเมืองคอนสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ Soft Power เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าทางวัฒนธรรม

Identity of Local Crafts in Nakhon Si Thammarat Transforming into Soft Power Product Development to Enhance the Value of Cultural Goods

ฐิติมา รัตนพงษ์*

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

ขวัญตา หนูปล้อง

สุธี โส้ปะกลาง

ยุทธกาน ดิสกุล

กชพรรณ สกุลพุทธพร

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author) E-mail: Thitima_rat@nstru.ac.th

Thitima Rattanapong*

Faculty of Management sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

Khwanta Hnuplong

Sutee Sophalang

Yuttakan Dissakul

Kotchaphan Sakulbuddhaphorn

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

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์หัตถศิลป์ถิ่นจังหวัดนครศรีธรรมราช 2) ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ Soft Power บนฐานอัตลักษณ์หัตถศิลป์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าวัฒนธรรม และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ดังกล่าว โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) การวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากผู้รู้และผู้ประกอบการหัตถศิลป์รวม 10 คน ผ่านการสังเกต สัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 50 คน ด้วยแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์หัตถศิลป์สะท้อนผ่านลวดลายที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญา วิถีชีวิต และความเชื่อท้องถิ่น โดยเฉพาะ "หัวนะโม" และ "ดอกพิกุล" ซึ่งถูกนำไปถอดรหัสและพัฒนาลวดลายบนผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์ต้นแบบ 6 ประเภท ได้แก่ หัวเข็มขัด แหวน กำไล สร้อยคอโซ้คเกอร์ เครื่องประดับ และกระเป๋าย่านลิเภา ผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก สะท้อนถึงศักยภาพของการใช้ Soft Power เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์

คำสำคัญ: อัตลักษณ์หัตถศิลป์; การพัฒนาผลิตภัณฑ์ Soft Power; จังหวัดนครศรีธรรมราช

บทนำ

This research aimed to: 1) Study the identity of local handicrafts in Nakhon Si Thammarat Province, 2) design and develop soft power products based on handicraft identity to increase the value of cultural products, and 3) study the satisfaction of consumers towards the above-mentioned products using mixed methods research. Qualitative research collected data from 10 handicraft experts and entrepreneurs through observation, interviews, and focus group discussions. Quantitative research collected data from 50 consumers using a structured questionnaire.

The research results found that the identity of local handicrafts is reflected through patterns that are linked to local wisdom, lifestyles, and beliefs, especially "Hua Namo" and "Dok Pikun". Both patterns were decoded and developed into six types of prototype handicraft products, including belt buckles, rings, bracelets, choker necklaces, accessories, and Yan Lipao handbags. The overall satisfaction assessment results were at a high level, reflecting the potential of using soft power to creatively increase the value of cultural products.

Keywords: local Handicraft Identity; Soft Power Product Development; Nakhon Si Thammarat Province

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์หัตถศิลป์ถิ่นเมืองคอน จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ Soft Power บนฐานอัตลักษณ์หัตถศิลป์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าวัฒนธรรม
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ Soft Power บนฐานอัตลักษณ์หัตถศิลป์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าวัฒนธรรม



ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

ในส่วนของ การวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 10 คน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องถัก แกะหนังตะลุง และย่านลิเภา ซึ่งให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิต ลวดลาย และความเชื่อ รวมถึงกลุ่มผู้ปฏิบัติที่เป็นผู้ประกอบการจำนวน 6 คน และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คน สำหรับการออกแบบและพัฒนาแนวทางผลิตภัณฑ์ Soft Power สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มผู้สนใจและผู้บริโภคที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์ จำนวน 50 คน ซึ่งใช้ในการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น

การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและไม่มีโครงสร้าง แบบสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และแบบประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ Soft Power บนฐานอัตลักษณ์หัตถศิลป์

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ ดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน และใช้ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ได้ค่าเฉลี่ย 0.90 อยู่ในระดับที่สามารถนำไปใช้ได้

กระบวนการเก็บข้อมูล

กระบวนการเก็บข้อมูลภาคสนามแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 การสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มเพื่อค้นหา ถอด และคัดเลือกอัตลักษณ์หัตถศิลป์ ระยะที่ 2 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ โดยพิจารณาจากลักษณะ วัสดุ และแรงบันดาลใจ และระยะที่ 3 การประเมินแบบร่างผลิตภัณฑ์โดยผู้ประกอบการในประเด็นด้านความเหมาะสมของตราสัญลักษณ์ สี ตัวอักษร ภาพประกอบ เอกลักษณ์ การสื่อสาร และศักยภาพในการเพิ่มมูลค่า

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหาตามวัตถุประสงค์ และนำเสนอในรูปแบบพรรณนาประกอบภาพ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดช่วงแปลความหมายดังนี้ (Wongratana, 2019)

- 4.51-5.00 แปลความหมาย ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- 3.51-4.50 แปลความหมาย ระดับความพึงพอใจมาก
- 2.51-3.50 แปลความหมาย ระดับความพึงพอใจปานกลาง
- 1.51-2.50 แปลความหมาย ระดับความพึงพอใจน้อย
- 1.00-1.50 แปลความหมาย ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ 1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์หัตถศิลป์ถิ่นจังหวัดนครศรีธรรมราช

1. สืบค้นอัตลักษณ์หัตถศิลป์ถิ่นเมืองคอนเวที “เหลียวหลังแลหน้าหัตถศิลป์ถิ่นเมืองคอน” เปิดพื้นที่ให้ผู้รู้ ผู้ปฏิบัติ ภาครัฐ และเอกชน ร่วมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ พบว่าทุกภาคส่วนมีบทบาทร่วมกันในการสืบสานและส่งเสริมหัตถศิลป์ ทั้งในด้านการถ่ายทอด การเผยแพร่ และการประยุกต์ใช้ในแวดวงการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์



2. การค้นหาอัตลักษณ์หัตถศิลป์ ช่างศิลป์เมืองคอนเรียนรู้จากครอบครัวและสถาบัน จนได้รับการยอมรับเป็น “ช่าง” เฉพาะด้าน ผลิตภัณฑ์มีรูปทรงเลขาคณิต ลวดลายทั้งดั้งเดิมและร่วมสมัย ใช้ทักษะเฉพาะทาง โดย “หัวนะโม” สะท้อนความเชื่อด้านโหราศาสตร์และการคุ้มครอง ถือเป็นอัตลักษณ์สำคัญ

3. การถอดอัตลักษณ์หัตถศิลป์ กลุ่มผู้รู้และผู้ปฏิบัติร่วมถอดรหัสลวดลาย “หัวนะโม” และ “ดอกพิกุล” ซึ่งมีความหมายในเชิงสัญลักษณ์ วัฒนธรรม และศิลปะ เป็นรากฐานสำคัญในการออกแบบผลิตภัณฑ์ Soft Power ที่สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นและสร้างมูลค่าให้แก่หัตถศิลป์เมืองคอน

วัตถุประสงค์ 2 เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ Soft Power บนฐานอัตลักษณ์หัตถศิลป์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าวัฒนธรรม

ได้จัดทำร่างตัวแบบลวดลายจากการถอดอัตลักษณ์หัตถศิลป์ ซึ่งสามารถออกแบบลวดลายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ soft power โดยนำข้อมูลอัตลักษณ์หัตถศิลป์ ได้แก่ หัวนะโม และดอกพิกุล มาเป็นแรงบันดาลใจและแนวทางในสร้างสรรค์ลวดลาย ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 แบบที่ 1 ซอฟต์พาวเวอร์หัตถศิลป์ถิ่นเมืองคอน 2024
ที่มา: Sophalang (2024)



ภาพที่ 2 แบบที่ 2 ซอฟต์พาวเวอร์หัตถศิลป์ถิ่นเมืองคอน 2024
ที่มา: Sophalang (2024)



ภาพที่ 3 แบบที่ 3 ซอฟต์แวร์หัตถศิลป์ถิ่นเมืองคอน 2024
ที่มา: Sophalang (2024)

ในขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์หลังจากได้ร่างแบบลวดลายทั้ง 3 แบบซอฟต์แวร์หัตถศิลป์ถิ่นเมืองคอน 2024 จัดประชุมกลุ่มย่อยอีกครั้งเพื่อให้กลุ่มผู้ประกอบการหัตถศิลป์ ร่วมประเมินร่างตัวแบบลวดลายดังกล่าว พร้อมให้ข้อเสนอแนะ พบว่าผู้ประกอบการเลือกแบบลวดลายที่ 2 ได้แรงบันดาลใจและองค์ประกอบในการออกแบบสัญลักษณ์โครงสร้างสัญลักษณ์ อยู่ในรูปร่างของวงกลม สื่อถึงการรวมกลุ่มของชุมชนหัตถศิลป์ โดยนำรูปร่างของดอกพิกุลมมองจากด้านบนซึ่งเป็นลายพื้นฐานเอกลักษณ์ของผ้ายกเมืองคอนจังหวัดนครศรีธรรมราช มาผนวกเข้ากับสายหัตถ์มะโม ถือเป็นเครื่องรางของบูชาความเชื่อแห่งความปลอดภัย มีเรื่องเล่ามาแต่โบราณจนถึง พร้อมใช้สีประจำจังหวัด (ม่วง-เหลือง) ล้อมรอบด้วยรูปแบบของตัวอักษรภาษาไทยแบบร่วมสมัยใช้งานร่วมกับสื่อต่าง ๆ ได้ง่าย (ดังภาพที่ 2) ทั้งนี้ ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบได้นำผลการประเมินความพึงพอใจมาปรับแก้ไขให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ (ดังภาพที่ 4) จากการนำเสนอรูปแบบลวดลายทั้ง 3 รูปแบบในแนวคิดต่าง ๆ ต่อกลุ่มผู้ประกอบการหัตถศิลป์ ได้เห็นพ้องต้องกันที่จะเลือกแบบลวดลายที่ 2 ไปพัฒนาต่อในการประยุกต์ใช้ให้เข้ากับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เนื่องจากแบบลวดลายที่ 2 นั้นมีรูปร่างที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้วิธีการเขียนลาย การแกะสลักคุณ การแกะหนัง การตอกหนัง และการจักสาน ตามรูปแบบของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทได้สะดวกและสื่อความหมาย (ภาพที่ 5)



ภาพที่ 4 ซอฟต์แวร์หัตถศิลป์ถิ่นเมืองคอน 2567
ที่มา: Sophalang (2024)



ภาพที่ 5 การประยุกต์ลวดลายซอฟต์แวร์หัตถศิลป์ถิ่นเมืองคอน 2567
ที่มา: Sophalang (2024)

การประยุกต์ใช้ลวดลายสำหรับผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์ ผู้ประกอบการหัตถศิลป์นำลวดลายที่ได้รับการปรับปรุง และข้อเสนอแนะมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์ ได้แก่ เครื่องถม การแกะรูปหนังตะลุง และย่านลิเภา การนำลวดลายที่สร้างสรรค์ขึ้นทดลองใช้กับผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์ต้นแบบ โดยมี 1) หัวเข็มขัด 2) แหวน 3) กำไล 4) สร้อยคอ โช๊คเกอร์ 5) เครื่องประดับ และ 6) กระเป๋าย่านลิเภา โดยผู้ประกอบการเป็นผู้พิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ประสิทธิภาพการจัดทำผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์และการสอบถามความต้องการผลิตภัณฑ์จากกลุ่มผู้สนใจ และพิจารณาความเหมาะสมของลวดลายที่สร้างสรรค์ขึ้นในแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์ และผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ดังตารางตารางที่ 1 ข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์ Soft Power บนฐานอัตลักษณ์หัตถศิลป์

ตารางที่ 1 ข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์ Soft Power บนฐานอัตลักษณ์หัตถศิลป์

ที่	รูปภาพผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์	ประเภทออกแบบ				วัสดุ		ออกแบบ		แรงบันดาลใจ		
		ของเล่น	ของใช้	ของตกแต่ง	เครื่องประดับ	ธรรมชาติ	สังเคราะห์	นามธรรม	เลขาณิต	จักสาน	งานโลหะ	ความเชื่อ
1	 เครื่องประดับ				✓		✓	✓	✓			✓
2	 กระเป๋า		✓			✓			✓	✓		✓

ที่	รูปภาพผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์	ประเภทออกแบบ				วัสดุ		ออกแบบ		แรงบันดาลใจ		
		ของเล่น	ของใช้	ของตกแต่ง	เครื่องประดับ	ธรรมชาติ	สังเคราะห์	นามธรรม	เลขาคณิต	จักสาน	งานโลหะ	ความเชื่อ
3	 หัวเข็มขัด				✓		✓		✓		✓	✓
4	 แหวน				✓		✓		✓		✓	✓
5	 กำไล				✓		✓		✓		✓	✓
6	 สร้อยคอไขศเคอร์				✓		✓		✓		✓	✓

ผลของการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คนที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์ ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ มีความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านการออกแบบลวดลาย สมบูรณ์และเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและกระเป๋ามีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.67 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านลวดลายมีความร่วมสมัยของผลิตภัณฑ์สร้อยคอและเครื่องประดับมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.67 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านสีสันทันและความสวยงามของผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.67 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด สามารถบ่งบอกหรือสะท้อนอัตลักษณ์หัตถศิลป์ของผลิตภัณฑ์กระเป๋าสูงมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.33 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านความเหมาะสมกับการเป็นผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์เครื่องประดับและของใช้ของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.00 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด และความเป็นไปได้ในการผลิตและจำหน่ายของผลิตภัณฑ์กระเป๋ามีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.60 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

วัตถุประสงค์ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ Soft Power บนฐานอัตลักษณ์หัตถศิลป์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าวัฒนธรรม

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์

รายการที่ ประเมิน	ผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์											
	หัวเข็มขัด		แหวน		กำไล		สร้อยคอ		เครื่องประดับ		กระเป๋า	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. ด้านการ ออกแบบ ลวดลาย สมบูรณ์และ เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์	4.18	0.48	4.16	0.79	4.24	0.80	4.20	0.81	4.22	0.65	4.16	0.71
2. ด้านลวดลาย มีความร่วมสมัย	4.38	0.67	4.26	0.69	4.10	0.79	4.14	0.86	4.10	0.81	4.00	0.70
3. ด้านสีสันทัน และความ สวยงามของ ผลิตภัณฑ์	4.22	0.65	4.18	0.66	4.16	0.82	4.36	0.69	4.24	0.72	4.14	0.76
4. สามารถบ่ง บอกหรือ สะท้อนอัต ลักษณ์ หัตถศิลป์	4.14	0.63	4.04	0.75	4.14	0.70	4.00	0.88	4.18	0.91	4.00	0.71
5. ด้านความ เหมาะสมกับ การเป็น ผลิตภัณฑ์ หัตถศิลป์ เครื่องประดับ และของใช้	4.30	0.65	4.02	0.80	4.12	0.72	4.26	0.78	4.30	0.68	4.26	0.66
6. ความเป็นไป ได้ในการผลิต และจำหน่าย	4.16	0.77	4.38	0.60	4.14	0.76	4.02	0.74	4.34	0.69	4.23	0.70
ค่าเฉลี่ย ภาพรวม	4.23	0.64	4.17	0.72	4.15	0.76	4.16	0.79	4.23	0.74	4.17	0.71

ผลการศึกษาความพึงพอใจที่ต่อผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์บนฐานอัตลักษณ์หัตถศิลป์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าวัฒนธรรม การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์จากแบบประเมินของกลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายจำนวน 50 คน พบว่า 1) เพศหญิงจำนวน 38 คน ร้อยละ 76 และเพศชายจำนวน 12 คน ร้อยละ 24 2) อายุ 31-40 ปี จำนวน 35 คน ร้อยละ 70 รองลงมาอายุ 41-50 จำนวน 10 คน ร้อยละ 20 และต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 5 คน ร้อยละ 10 3) การศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 30 คน ร้อยละ 60 รองลงมาระดับปริญญาโท จำนวน 11 คน ร้อยละ 22 ต่ำกว่า ระดับปริญญาตรี จำนวน 6 คน ร้อยละ 12 และระดับปริญญาเอก จำนวน 3 คน ร้อยละ 6 4) อาชีพพนักงานบริษัท

จำนวน 24 คน ร้อยละ 48 รองลงมาอาชีพรับราชการจำนวน 11 คน ร้อยละ 22 อาชีพอื่น ๆ จำนวน 10 คน ร้อยละ 20 และอาชีพนักศึกษาจำนวน 5 คน ร้อยละ 10

การประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มผู้บริโภคนับจำนวน 50 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31–40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพพนักงานบริษัท พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} รวม = 4.15–4.23) โดยหัวข้อที่ได้รับความสนใจสูงสุดในด้านลดทอนร่วมสมัย (4.38) สร้อยคอในด้านสีสันทัน (4.36) และแหวนในด้านความเป็นไปได้เชิงพาณิชย์ (4.38) ขณะที่เครื่องประดับสะท้อนอัตลักษณ์ได้ชัดเจน (4.18) และกำไลได้รับคะแนนสูงสุดด้านการออกแบบโดยรวม

ผลการวิจัยสะท้อนว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์โดยอิงอัตลักษณ์ท้องถิ่นสามารถสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรม ควบคู่ไปกับความงาม ความร่วมสมัย และศักยภาพในการจำหน่ายอย่างสร้างสรรค์บนฐาน Soft Power ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญในการยกระดับสินค้าวัฒนธรรมสู่ตลาดได้อย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่าอัตลักษณ์หัตถศิลป์จังหวัดนครศรีธรรมราชยังคงได้รับความสนใจและการมีส่วนร่วมจากหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้รู้ ผู้ปฏิบัติ หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน โดยเฉพาะการนำไปต่อยอดในด้าน การท่องเที่ยว การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการตกแต่งสถานที่พัก ซึ่ง “หัวนะโม” และ “ดอกพิกุล” ถือเป็นสัญลักษณ์สำคัญที่สะท้อน Soft Power ทางวัฒนธรรม ทั้งในแง่ความเชื่อ ศิลปะ และความหมายเชิงสัญลักษณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Klanarong & Pinsuwan (2024), Pongkul & Silabut (2024) และ GIT Information Center (2021) ที่ชี้ว่าอัตลักษณ์ท้องถิ่นสามารถต่อยอดเป็นตราสัญลักษณ์และผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมได้อย่างสร้างสรรค์

ในด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ Soft Power พบว่า ลวดลายที่ได้รับการพัฒนาจากอัตลักษณ์ “หัวนะโม” และ “ดอกพิกุล” ถูกนำไปประยุกต์ใช้กับงานหัตถศิลป์ เช่น เครื่องถม แกะหนังตะลุง และจักสาน ย่านลิเภา โดยผลิตภัณฑ์ต้นแบบทั้ง 6 ประเภท ได้แก่ หัวเข็มขัด แหวน กำไล สร้อยคอโซ่เคอร์ เครื่องประดับ และกระเป๋าย่านลิเภา ได้รับการประเมินว่ามีความเหมาะสมทั้งด้านการออกแบบ ความหมาย และศักยภาพในการผลิตเชิงพาณิชย์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของ Sirithorn (2019) และ Yukhong & Chonphacha (2023) ที่เน้นการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมในผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

ในด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้รับการประเมินให้อยู่ในระดับ “มาก” ทุกด้าน ทั้งความงาม ความร่วมสมัย ความเหมาะสมกับการใช้งาน และการสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น สอดคล้องกับ Theppaya & Ruttajorn (2024) ที่พบว่าการผสมผสานวัสดุพื้นถิ่นกับศิลปะสามารถเพิ่มความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดี

ในภาพรวม การพัฒนา Soft Power จากอัตลักษณ์หัตถศิลป์ไม่เพียงแต่สะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังสามารถเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านผลิตภัณฑ์ การจัดกิจกรรม และการสื่อสาร วัฒนธรรมสู่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Chung (2019) ที่มองว่า Soft Power คืออิทธิพลเชิงบวก ที่สร้างการยอมรับโดยไม่ใช้การบังคับ และมีพลังในการเสริมสร้างความยั่งยืนทั้งทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. หน่วยงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถใช้ผลวิจัยนี้ในการต่อยอดออกแบบสินค้าวัฒนธรรมอื่น ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายและมูลค่า
2. หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวสามารถใช้ข้อมูลในการจัดทำ “แผนที่ท่องเที่ยวหัตถศิลป์” ของจังหวัด นครศรีธรรมราช



ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์ เพื่อประเมินศักยภาพในฐานะ Soft Power
2. ควรศึกษาการผลิตสื่อ Soft Power เพื่อการสื่อสารวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ และส่งเสริมการอนุรักษ์หัตถศิลป์ในระยะยาว

References

- Chung, K.Y. (2019). Media as soft power: The role of South Korean media in North Korea. *The Journal of International Communication*, 25(1), 137-157.
- GIT Information Center. (2021). *Hua Namu, gem of Nakhon From belief to jewelry*. Retrieved 2024, November 2, from <https://infocenter.git.or.th/th/business-info/business-info-20210610>. (in Thai)
- Klanarong, N., & Pinsuwan, S. (2024). Designing products from community identity to support tourism and uplift the local economy of Puyu Subdistrict, Satun Province. *Intanin Journal of Southern Thailand*, 19(1), 73-92. (in Thai)
- Pongkul, K., & Silabut, R. (2024). The design and development of indigo-dyed fabric based on the ethnic identity of the Nyo group, Sakon Nakhon Province. *Journal of Asian Arts and Design*, 5(2), 41-61. (in Thai)
- Sirithorn, C. (2019). Graphic product design based on the identity of characters and scenes in Isan mural paintings for cultural products and digital media. *Journal of Fine Arts, Khon Kaen University*, 11(1), 286-312. (in Thai)
- Srijinda, P. (2023). Thai television drama and the mobilization of Soft Power through popular culture. *Journal of Mass Communication Technology*, 8(1), 109-122. (in Thai)
- Sukontasap R. (2018). Management of Thailand's Soft Power resources. *Journal of Statecraft*, 60(3), 47-55. (in Thai)
- Sophalang, S. (2024). *Community empowerment project Soft Power based on the identity of handicrafts around Phra That Mueang Kon, Strategic plan for sustainable education development Fiscal year 2024*. (project report). Nakhon Si Thammarat: Nakhon Si Thammarat Rajabhat University (in Thai)
- Theppaya, A., & Ruttajorn, K. (2024). The Design and Development of Golden Left Products to Enhance Marketing Value in Southernmost Provinces. *Parichart Journal*, 37(4), 828-843. (in Thai)
- Wongratana, C. (2019). *Techniques for using statistics for research*. Bangkok: Chulalongkorn University Publisher.
- Yukhong, T., & Chonphacha S. (2023). Development of herbal products based on local wisdom and identity of the Khuntham Herbal Community Enterprise, Bang Klam District, Songkhla Province. *Journal of Research and Academic Studies*, 6(3), 201-214. (in Thai)



ผู้เขียน

อาจารย์ธิติมา รัตนพงษ์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
เลขที่ 1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจั่ว อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280
E-mail: thitima_rat@nstru.ac.th

อาจารย์ขวัญตา หनुปล้อง

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
เลขที่ 1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจั่ว อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280
E-mail: khwanta_hnu@nstru.ac.th

อาจารย์สุธี โส้ปะหลาง

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
เลขที่ 1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจั่ว อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280
E-mail: sutee_sop@nstru.ac.th

อาจารย์ยุทธกาน ดิสกุล

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
เลขที่ 1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจั่ว อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280
E-mail: yuttakan_dis@nstru.ac.th

อาจารย์กชพรรณ สกกุลพุทธพร

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
เลขที่ 1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจั่ว อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280
E-mail: kotchaphan_sak@nstru.ac.th

