

The Design and Products Development of leathers for Value-Added and to Upscale the leather Products Throughout the OTOP Nawatwithi, Tourism Community of Commercial Market

Kingkarn Pijukkana*

Tinnawong Rakisarakul

Pimchutha Pigunthong

Uthaiwan Prasongngoen

Pracha Pijukkana

Faculty of Architecture and Design, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

*Corresponding author email: kingkarn.s@rmutp.ac.th

Abstract

This research studied basic information and product design under the leather product design and development project to add value and elevate leather products to the commercial market. OTOP Nawatwithi Tourism Community's objective is to develop the grassroots economy to generate income for the community of Bang Sao Thong Subdistrict, Bang Sao Thong District, Samut Prakan Province by improving the quality of life of the people in general, stimulating the economy and society within the community to be strong and design and develop leather products to increase value and elevate leather products to the commercial market. OTOP Nawatwithi Tourism Community to be outstanding and ready on the identity of OTOP Nawatwithi Tourism Community, Bang Sao Thong Subdistrict, Bang Sao Thong District, Samut Prakan Province and transfer knowledge technology to the community Study the theory of leather materials—waste leather left over in the factory and design principles for products and souvenirs. Conducted preliminary data collection research (Pilot Study) and found user needs. Select a specific sample group That causes a difference in the perception of the product form. That conveys the identity of the community. Analyze opinion data Product design and development To find the mean (Arithmetic Mean), standard deviation (Standard Deviation), one-way ANOVA (F-test), and multiple comparisons. Need products between different styles Data analysis revealed that When choosing products for souvenirs, the target group is primarily concerned with utility. And buy souvenirs made from leather,

such as shoulder bags. Pattern patterns and colors in the products are popular with tourists and the community. Beauty issues: The form and shape of the leather product affect its use in different proportions. Therefore, it is seen that it is appropriate and beautiful when designed and produced as a souvenir product from leather, such as a shoulder bag, which will lead to the development of the grassroots economy and generate income for the community of Bang Sao Thong Subdistrict, Bang Sao Thong District, Samut Prakan Province in the future.

Keyword: Leather Products, OTOP Nawatwithi Tourism Community, Souvenirs

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหนังเพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับ ผลิตภัณฑ์หนังสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

กิงกาญจน์ พิจักขณา*
ทินวงษ์ รักอิสสระกุล
พิมพ์จุฑา พิกุลทอง
อุทัยวรรณ ประสงค์เงิน
ประชา พิจักขณา

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

*อีเมลผู้ประสาน: kingkarn.s@rmutp.ac.th

บทคัดย่อ

วิจัยนี้ศึกษาข้อมูลพื้นฐานและออกแบบผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหนังเพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์หนังสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดรายได้กับชุมชน ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ โดยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างทั่วถึง กระตุ้นเศรษฐกิจและสังคมภายในชุมชนให้มีความเข้มแข็ง และออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหนังเพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์หนังสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ให้มีความโดดเด่น มีความพร้อมบนอัตลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ และทำการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสู่ชุมชน วิจัยนี้ได้ทำการศึกษา ทฤษฎีวัสดุหนัง เศษหนังเหลือทิ้งในโรงงาน และหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ของใช้และของที่ระลึก ดำเนินการวิจัยเก็บข้อมูลเบื้องต้น และหาความต้องการการใช้งานของผู้ใช้ เลือกรูปแบบตัวอย่างแบบเจาะจง ที่ทำให้เกิดความแตกต่างในการรับรู้รูปแบบผลิตภัณฑ์ ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของชุมชน วิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็น ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อหาค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการทดสอบความแตกต่างแบบจับคู่พหุคูณเปรียบเทียบความต้องการผลิตภัณฑ์ระหว่างรูปแบบที่แตกต่างกัน การวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การเลือกผลิตภัณฑ์ของใช้ของที่ระลึกกลุ่มเป้าหมายนี้ถึงประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก และเลือกซื้อของใช้ของที่ระลึกที่ทำจากหนังวัวประเภทกระเป๋าสะพาย การใช้ลวดลายและสีของผลิตภัณฑ์เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวและชุมชน ประเด็นด้านความงาม รูปแบบรูปทรงของตัวผลิตภัณฑ์จากหนังมีผลต่อการนำมาใช้ในสัดส่วนที่ต่างกัน จึงเห็นถึงความเหมาะสมและสวยงาม เมื่อนำมาออกแบบและผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ของใช้ของที่ระลึกจากหนังประเภทกระเป๋าสะพายข้าง ทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและเกิดรายได้กับชุมชน ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการในอนาคตเป็นลำดับต่อไป

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์จากหนัง, ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี, ของใช้ของที่ระลึก

1. บทนำ (Introduction)

จากสถานการณ์โลกที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและเติบโตขึ้นอย่างซับซ้อน การก้าวหน้าสู่สังคมภาคอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีขยายตัวเพื่อตอบสนองความต้องการของประชากร และการพัฒนาเศรษฐกิจในปัจจุบัน เป็นผลให้เกิดการขยายตัวของกิจกรรมและการเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ซึ่งอันเป็นการเพิ่มปริมาณขยะมากขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม Bureekhampun & Anantapomchaikul (2018) ซึ่งจังหวัดสมุทรปราการเป็นอีกจังหวัดที่มีอุตสาหกรรมดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาและ ออกแบบผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหนังเพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์ หนังสือตลาดเชิงพาณิชย์ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ให้เกิดรายได้กับชุมชน ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ แบ่งเขตการปกครอง ออกเป็น 6 อำเภอ มี 50 ตำบล 399 หมู่บ้าน โดยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาล จำนวน 17 แห่ง (1 เทศบาลนคร 3 เทศบาล เมืองและ 13 เทศบาล ตำบล) และ องค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 31 แห่ง อาทิ อ.เมืองสมุทรปราการ อ.พระประแดง อ.พระสมุทรเจดีย์ อ.บางพลี อ.บางบ่อ อ. บางเสาธง ซึ่งในโครงการวิจัยนี้ได้เลือกพื้นที่ศึกษาของ อ.บางเสาธง จ.สมุทรปราการ ซึ่งมีจำนวน 3 ตำบล 38 หมู่บ้านมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 4 แห่ง ประกอบด้วย อบต.ศีรษะจรเข้ใหญ่ อบต.ศีรษะจรเข้ชั้นน้อย อบต.บางเสาธง (แผนพัฒนาจังหวัด จังหวัดสมุทรปราการ 4 ปี พ.ศ. 2561-2564) ในอดีตท้องที่ของอำเภอบางเสาธงเป็นพื้นที่น้ำทะเลท่วมถึงมาก่อน เป็นที่อยู่อาศัยของจระเข้จำนวนมาก จึงมีเรียกคลองที่มีจระเข้ชุกชุมว่า "คลองจระเข้" ภายหลังจึงได้เป็นชื่อของตำบลคือ ตำบลจระเข้ แล้วมาแยกเป็นตำบลศีรษะจรเข้ชั้นน้อย และศีรษะจรเข้ใหญ่ ส่วนคำว่า "บางเสาธง" นั้นมีที่มาจากการทำเกษตรกรรมในอดีตนั้นจะใช้ธงเป็นการบอกเวลาพัก และยังใช้เป็นแนวของลำน้ำในการสัญจรอีกด้วย อำเภอบางเสาธง ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงเรียงตามเข็มนาฬิกา ทิศเหนือ ติดต่อกับเขตตลาดกระบัง (กรุงเทพมหานคร) ท้องที่อำเภอบางเสาธงประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 4 แห่ง คือ เทศบาลตำบลบางเสาธง องค์การบริหารส่วนตำบลบางเสาธง องค์การบริหารส่วนตำบลจระเข้ใหญ่ และจระเข้ชั้นน้อย ด้วยทางกายภาพและพื้นที่ที่เหมาะสมกับการเข้าศึกษาพื้นที่เพื่อพัฒนาให้เกิดอาชีพได้สนองนโยบายตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) ตามกรอบแนวคิด ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชน มีคุณภาพชีวิต และมีรายได้ที่ดีขึ้น รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มีแนวทางเสริมสร้างขีด ความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการ รวมทั้งเสริมสร้างความสามารถและความเข้มแข็งของชุมชน คณะรัฐมนตรีมีมติ โดยมีแนวทางการจัดทำ 3 แนวทาง ได้แก่ 1) พัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ยกกระดับสวัสดิการ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ สร้างโอกาสในอาชีพ และการจ้างงาน 2) พัฒนาเชิงพื้นที่ผ่านกระบวนการประชาคม การเข้าถึงแหล่งเงินทุน ในการพัฒนาอาชีพ และสร้างรายได้ในชุมชน สนับสนุนวิสาหกิจชุมชน และส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่น 3) ปฏิรูปโครงสร้างการผลิตภาคการเกษตรทั้งระบบ ควบคุมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าทางการเกษตร และส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่ ดังนั้น โอกาสในการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ ให้ชุมชนตามแนวทางดังกล่าวจำเป็นต้องดำเนินการพัฒนาเชิงพื้นที่ผ่านกระบวนการประชาคม ให้ชุมชน เข้าถึงแหล่งเงินทุนในการพัฒนาอาชีพและสร้างรายได้ในชุมชน

ดังนั้นจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนผ่านยุคการผลิตด้านขายสินค้า OTOP ออกจากชุมชนเพียงด้านเดียว สู่การเพิ่มช่องทางสร้างรายได้ตามความต้องการ (Demand Driven Local Economy) โดยการขายสินค้าจากการผลิตเอง จากวัสดุในชุมชนที่มีอยู่ทั้งการเกษตร วัสดุเหลือทิ้งจากโรงงาน หรือความเชี่ยวชาญของคนในชุมชน ขายอยู่ในชุมชน ที่ได้ลูกค้ามาจากการท่องเที่ยว โดยใช้เสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ แปลงเป็นรายได้ ทั้งนี้ครอบครัวและลูกหลานยังอยู่ร่วมกัน ไม่ต้องออกไปขายนอกชุมชน เป็นชุมชนท่องเที่ยวที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี ชวนกันคิด ชวนกันทำผลิตสินค้าและบริการ รวมทั้งมีการเชื่อมโยง เส้นทางท่องเที่ยวระดับชุมชน ที่มีเสน่ห์ดึงดูด และมีคุณค่าเพียงพอให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมและใช้จ่ายเงินในทุกกิจกรรมของชุมชน ซึ่งรายได้จะกระจายอยู่กับคนในชุมชน ทุกคนมีความสุข เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน (Strength with in) และเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง Community Development Ministry of Interior (2018) ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เลือกการพัฒนาผลิตภัณฑ์หนังแท้ที่เหลือทิ้งจากโรงงานในชุมชนและหนังที่หาซื้อได้ง่ายทั่วไปเพื่อนำมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เน้นวิธีการขึ้นรูปเย็บมือ ในชุมชนตำบลบางเสาธง อ.บางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ มาเป็นพื้นที่ศึกษาและพัฒนาในโครงการบูรณาการการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเชิงพาณิชย์อย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

2.1 เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดรายได้กับชุมชน ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ โดยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างทั่วถึง กระตุ้นเศรษฐกิจและสังคมภายในชุมชนให้มีความเข้มแข็ง

2.2 เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหนังเพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์หนังสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ให้มีความโดดเด่น มีความพร้อมบนอัตลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ

3. สมมติฐานของการวิจัย (Hypotheses)

3.1 การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากทำให้เกิดรายได้กับชุมชนเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ หรือไม่

3.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์จากหนังที่มีความพร้อมบนอัตลักษณ์และสามารถยกระดับผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ

4. ขอบเขตของการวิจัย (Research Scope)

เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหนังแท้ ทั้งกระบวนการผลิตที่ชุมชนสามารถผลิตได้ด้วยเครื่องมือและอุปกรณ์ที่หาได้ง่ายและเป็นเครื่องมือที่สามารถมีได้ทุกบ้าน ด้วยการออกแบบลักษณะที่สามารถเย็บมือและสามารถใช้งานได้จริง สื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชน คุณภาพดีใช้งานได้ยาวนาน เพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์หนังสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ให้มีความโดดเด่น มีความพร้อมบนอัตลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีการกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ประชากร คือ ชาวบ้าน ต.บางเสาธง อ.บางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 83,082 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ชาวบ้าน ต.บางเสาธง อ.บางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ ใช้สูตร Yamane ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความคลาดเคลื่อน (e) 10% จำนวน 100 คน โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยวิธีจับสลาก (Lottery) ในส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการหา Normality test เพื่อทดสอบการแจกแจงเป็นโค้งปกติ ถ้าข้อมูลมีการแจกแจงเป็นปกติ จึงเลือกวิเคราะห์ด้วยสถิติ Parametric เช่น ANOVA โดยทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Homogeneity of variance test)

5. วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

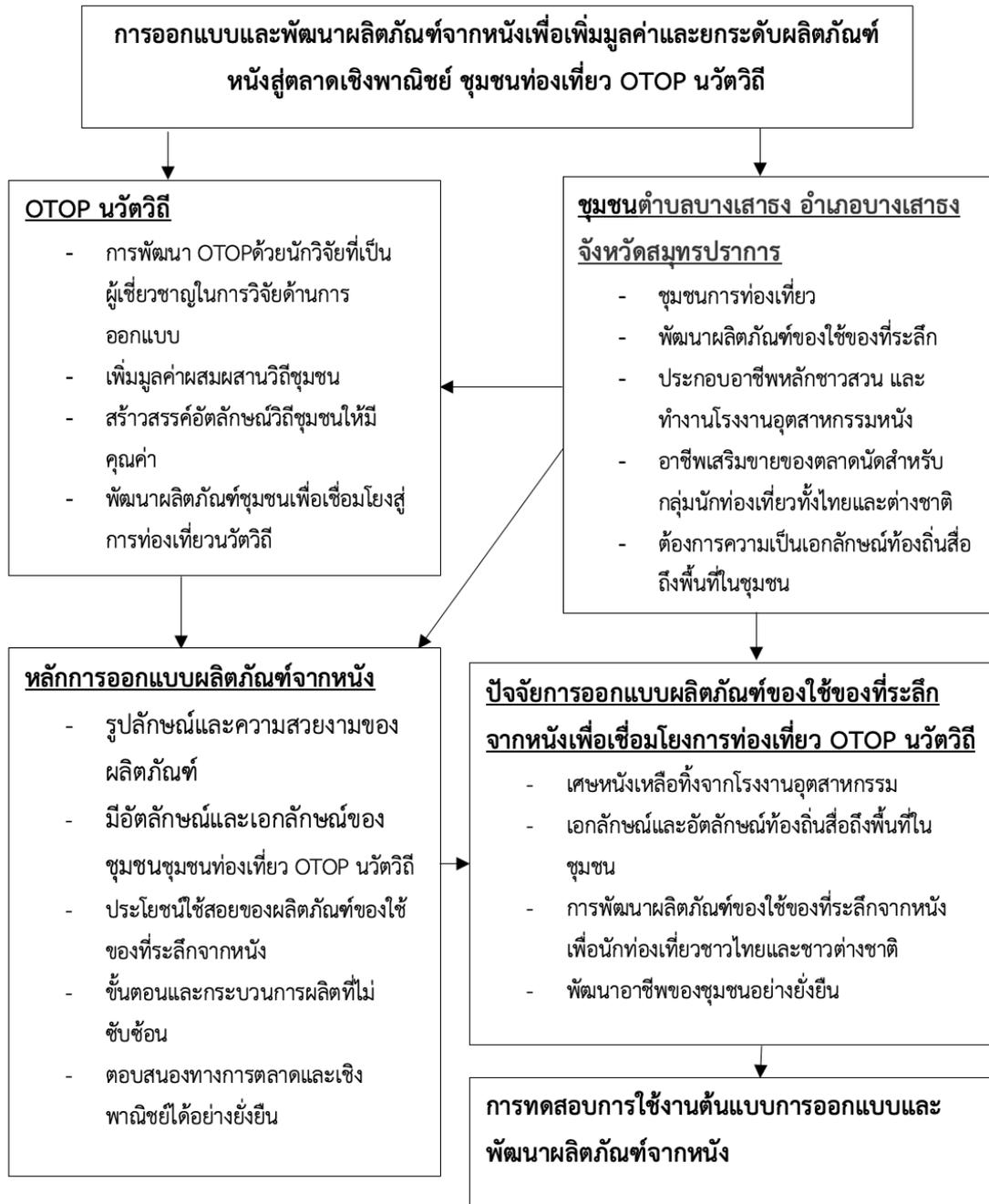


Figure 1 กรอบการวิจัย

Source: Pijukkana (2022)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) ซึ่งมีกรอบการวิจัยเพื่อแสดงความเชื่อมโยงของโครงการวิจัยย่อยในแผนการบูรณาการพัฒนาลิขสิทธิ์สร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ต.บางเสาธง อ.บางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นโครงการวิจัยที่ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหนัง โดยศึกษาปัจจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์ของใช้ของที่ระลึกจากหนังเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี กับการพัฒนาอาชีพ โดยการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน เพื่อสามารถผลิต ผลิตภัณฑ์ได้ทุกบ้าน เพื่อนำมาขายให้นักท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญ เพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ยกกระดับเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง โดยเชื่อมโยงชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี กับเส้นทางการท่องเที่ยวกระแสหลัก เมืองรอง และแหล่งท่องเที่ยว ให้เกิดรายได้ที่กระจายไปสู่ผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆ ในชุมชน ดังได้แสดงวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

Table 1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 1	การรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นด้วยการทบทวนวรรณกรรม ค้นคว้า ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และลงพื้นที่เพื่อทราบถึงตัวแปร และวิธีการ
ขั้นตอนที่ 2	สร้างเครื่องมือการวิจัย (แบบสอบถาม) จำนวน 2 แบบ แบบที่ 1. แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้น (Pilot Study) เพื่อหาความต้องการประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้ของที่ระลึกจากหนัง แบบที่ 2. แบบสอบถามเพื่อหาความต้องการด้านการออกแบบของผลิตภัณฑ์
ขั้นตอนที่ 3	ทำเดลฟายโดยการทดสอบด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง
ขั้นตอนที่ 4	ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบที่ 1. แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้น (Pilot Study) เก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 50 คน เพื่อให้ทราบถึงความต้องการประเภทของผลิตภัณฑ์ของใช้ของที่ระลึกจากหนัง แบบที่ 2. แบบสอบถาม โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายเพื่อหาความต้องการด้านการออกแบบของผลิตภัณฑ์ จำนวน 100 คน
ขั้นตอนที่ 5	ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science) เพื่อหาข้อสรุปของแบบ
ขั้นตอนที่ 6	การสกัดแบบร่าง และทำต้นแบบ (Prototype)
ขั้นตอนที่ 7	พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของใช้ของที่ระลึกจากหนังประเภทกระเป๋าสะพายข้าง
ขั้นตอนที่ 8	สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของใช้ของที่ระลึกจากหนังประเภทกระเป๋าสะพายข้าง
ขั้นตอนที่ 9	ถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนด้วยองค์ความรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสะพายข้างจากหนัง พร้อมฝึกทักษะการสร้างรูปแบบ (Pattern) พร้อมทักษะการเย็บหนังด้วยมือให้กับกลุ่มชุมชนตำบลบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ

Source: Pijukkana (2022)

6. ประโยชน์ของการวิจัย (Research Benefits)

เป็นการพัฒนาศักยภาพทางด้านผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากวัตถุดิบประเภทหนังในรูปแบบที่เป็นที่นิยมสูงสุดของนักท่องเที่ยว เพื่อยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์จากหนังเชิงพาณิชย์ที่ทุกบ้านสามารถผลิตกระเป๋ายาเองได้โดยเรียนรู้เทคนิควิธีการทำจากมือ (hand-made) และอุปกรณ์ที่ซื้อได้ง่ายราคาถูก ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง โดยมีการเชื่อมโยงกับชุมชนท่องเที่ยวในตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์จากหนังเป็นของใช้และของที่ระลึกขายให้นักท่องเที่ยว เพื่อให้ชุมชนมีการกระจายรายได้สู่ชุมชนและผู้ประกอบการให้เกิดการพัฒนา ให้ชุมชนเข้มแข็ง และพัฒนารอบด้านเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

7. ผลการวิจัย (Research Results)

จากการดำเนินการวิจัยนั้นผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล 2 ครั้ง ซึ่งครั้งแรกเก็บข้อมูลโดยการลงพื้นที่เพื่อหาความต้องการประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้ของที่ระลึกจากหนัง หลังจากพบว่าการกลุ่มเป้าหมายมีความต้องการผลิตภัณฑ์จากหนังประเภทพวงกุญแจ กระเป๋าสตางค์ และกระเป๋าสะพายข้าง แล้วนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บข้อมูลอีกครั้งโดยใช้แบบสอบถามเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเลือกอีกรอบเพื่อทราบถึงความต้องการของผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาทำการออกแบบ โดยแยกเป็นประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1. ผลการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเบื้องต้น (Pilot Study) เพื่อหาความต้องการประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้ของที่ระลึกจากหนัง

Table 2 ผลการเก็บข้อมูลเบื้องต้น เพื่อหาความต้องการประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้ของที่ระลึกจากหนัง

ประเภทผลิตภัณฑ์ของ ที่ระลึกจากหนัง	ปลอกไฟ แช็ค (lighter case)	พวงกุญแจ (keychain)	กระเป๋าสตางค์ เหรียญ (coin purse)	กระเป๋า สตางค์ (wallet Bag)	กระเป๋า สะพายข้าง (Crossbo dy Bag)
1. ความถี่ในการใช้งาน ของผลิตภัณฑ์	5	12	5	13	15
2. ลักษณะที่เหมาะสม กับวัสดุหนัง	3	14	4	13	16
3. เป็นที่นิยมในตลาด ปัจจุบัน	5	15	5	11	14
4. ทรงคุณค่าทางจิตใจ	3	14	6	14	13
5. เหมาะสมกับสังคม วัฒนธรรม	2	13	4	16	15
รวม	18	68	24	67	73

Source: Pijukkana (2022)

สรุปตารางที่ 2 จากการสำรวจเบื้องต้นกับกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในอำเภอบางเสาธง ณ ที่ทำการ อบต.บางเสาธง ได้ผลสรุปว่าความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์จากหนังมากที่สุดคือ พวงกุญแจ กระเป๋าสตางค์ และกระเป๋าสะพายข้าง ผู้วิจัยได้นำข้อสรุปมาทำการออกแบบ ดังแสดงในภาพต่อไปนี้



Figure 2 ประเภทพวงกุญแจหนัง
Source: Pijukkana (2022)

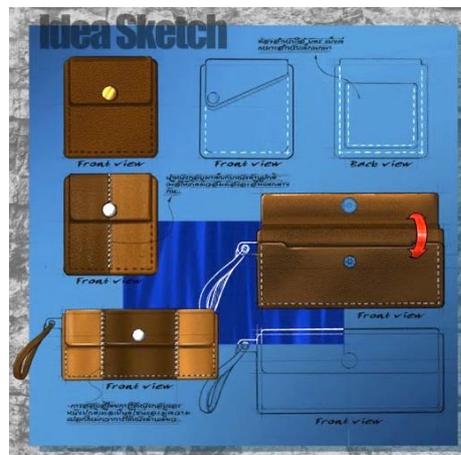


Figure 3 ประเภทกระเป๋าสตางค์
Source: Pijukkana (2022)



Figure 4 กระเป๋าสะพายข้าง

Source: Pijukkana (2022)

ประเด็นที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูลจากเครื่องมือที่ใช้ในการหาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 100 คน โดยใช้แบบสอบถามเพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย เลือกอีกรอบเพื่อทราบถึงความต้องการของผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาทำการออกแบบ และได้นำข้อมูลมาหาค่าความถี่ร้อยละ และค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) หรือ F-test

Table 3 ตารางแสดงการเปรียบเทียบของความต้องการผลิตภัณฑ์ของใช้ของที่ระลึกจากหนัง 3 ประเภท โดยหาความต้องการของผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบ 4 ด้าน

รายการประเมิน แบบผลิตภัณฑ์ฯ อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ	ประเภทที่ 1 พวงกุญแจ		ประเภทที่ 2 กระเป๋า สตางค์		ประเภทที่ 3 กระเป๋า สะพาย		Onaway ANOVA	
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	F	p
1. ด้านหน้าที่ใช้สอย								
1.1 ความเหมาะสมในการใช้งาน	3.43	0.66	3.52	0.69	4.01	0.91	19.98	.00
1.2 ความเหมาะสมพฤติกรรมการใช้	3.35	0.75	3.30	0.75	4.02	0.91	24.01	.00
1.3 ความเหมาะสมของสัดส่วน	3.33	0.80	3.24	0.79	4.12	0.83	37.69	.00
1.4 ความเหมาะสมของวัสดุ ประกอบ	3.18	0.97	3.16	0.93	4.23	0.83	44.72	.00
1.5 ความเหมาะสมของขนาด	3.12	0.84	2.97	0.79	4.16	0.88	59.14	.00

Table 3 ตารางแสดงการเปรียบเทียบของความต้องการผลิตภัณฑ์ของใช้ของที่ระลึกจากหนัง 3 ประเภท โดยหาความต้องการของผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบ 4 ด้าน (ต่อ)

รายการประเมิน แบบผลิตภัณฑ์ฯ อำเภอบางเสาะ จังหวัดสมุทรปราการ	ประเภทที่ 1 พวงกุญแจ		ประเภทที่ 2 กระเป๋า สตางค์		ประเภทที่ 3 กระเป๋า สะพาย		Onaway ANOVA		
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	F	p	
2. ด้านความงามของผลิตภัณฑ์									
1.1 ตำแหน่งการจัดวางลวดลายและสี	3.18	0.78	3.18	0.71	4.25	0.85	61.51	.00	
1.2 รูปแบบรูปทรงของตัวผลิตภัณฑ์	2.83	0.75	2.79	0.74	4.37	0.70	70.99	.00	
1.3 รูปแบบของความกลมกลืนของสี	3.07	0.79	3.09	0.83	4.34	0.73	82.70	.00	
1.4 ขนาดสัดส่วนของผลิตภัณฑ์	3.46	1.04	3.53	1.04	4.33	0.75	21.70	.00	
1.5 รูปแบบวัสดุประกอบแบบ	3.43	0.84	3.38	0.89	4.09	1.03	17.89	.00	
3. การใช้ลวดลายและสีสันทัน									
3.1 การใช้ลวดลายและสีของผลิตภัณฑ์	3.48	0.90	3.49	0.83	4.26	0.84	23.48	.00	
3.2 การใช้สีในการทึ่มส่วนหนังวัว	3.40	1.05	3.34	0.94	4.17	0.99	21.21	.00	
3.3 การใช้สีและลวดลายโดยภาพรวม	3.46	0.85	3.47	0.82	4.24	0.92	26.21	.00	
3.4 การใช้สีและลวดลายเหมาะสมกับรูปแบบ	3.46	0.71	3.31	0.72	4.13	0.94	28.77	.00	
4. ด้านการผลิต									
4.1 ง่ายต่อการผลิตในระบบอุตสาหกรรม	3.17	0.62	3.07	0.68	3.92	1.07	33.37	.00	
4.2 การออกแบบและการผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	3.19	0.94	3.55	0.96	4.14	0.99	23.95	.00	
รวม	3.28	0.77	3.29	0.82	4.23	0.88	56.32	.00	

Source: Pijukkana (2022)

ส่วนการทดสอบนี้ ผู้วิจัยได้แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of variance) การประเมินแบบผลิตภัณฑ์ฯ ความแตกต่างระหว่างประเภทผลิตภัณฑ์จากหนังเพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์หนังสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่ส่งผลต่อรูปแบบที่สามารถไปพัฒนาต่อ โดยแบ่งออก 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่ 3 กระเป๋าสะพาย มีค่าเฉลี่ยภาพรวมความคิดเห็นมากที่สุดที่ 4.23 รองลงมาได้แก่ ประเภทที่ 2 กระเป๋าสตางค์ มีค่าเฉลี่ยภาพรวมที่ 3.29 และประเภทที่ 1 พวงกุญแจ มีค่าเฉลี่ยภาพรวมความคิดเห็นน้อยที่สุดที่ 3.28 ส่วนในภาพรวมพบว่า ความคิดเห็นร่วมระหว่างประเภทผลิตภัณฑ์ฯ ต่างกันส่งผลต่อการประเมินแบบผลิตภัณฑ์ฯ

(ด้านหน้าที่ใช้สอย ด้านความงามของผลิตภัณฑ์ การใช้ลวดลายและสีสันท ด้านการผลิต) ในภาพรวม $F(2, 197) = 56.32, p = .00$ ด้านหน้าที่ใช้สอยรายข้อ ได้แก่ ความเหมาะสมของวัสดุประกอบ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นมากที่สุดที่ 4.23 $F(2, 197) = 44.72, p = .00$ ส่วนความเหมาะสมประเภทการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นน้อยที่สุดที่ 4.01 $F(2, 197) = 19.98, p = .00$ ด้านความงามของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รูปแบบรูปทรงของตัวผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นมากที่สุดที่ 4.37 $F(2, 197) = 70.99, p = .00$ ส่วนรูปแบบวัสดุประกอบแบบ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นน้อยที่สุดที่ 4.09 $F(2, 197) = 17.89, p = .00$ ด้านการใช้ลวดลายและสีสันท ได้แก่ ใช้ลวดลายและสีของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นมากที่สุดที่ 4.26 $F(2, 197) = 23.48, p = .00$ ส่วนการใช้สีและลวดลายเหมาะกับรูปแบบ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นน้อยที่สุดที่ 4.13 $F(2, 197) = 28.77, p = .00$ ด้านการผลิต ได้แก่ การออกแบบและการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดลอม มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นมากที่สุดที่ 4.15 $F(2, 197) = 23.94, p = .00$ ส่วนง่ายต่อการผลิตในระบบอุตสาหกรรม มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นน้อยที่สุดที่ 3.94 $F(2, 197) = 33.39, p = .00$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ.05 และสรุปได้ว่าประเภทผลิตภัณฑ์ฯ มีรูปแบบที่มีผลต่อความคิดในการประเมินแตกต่างกันในการออกแบบทางเลือกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ดังตารางที่ 3) หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงได้นำข้อสรุปและข้อเสนอแนะ นำไปพัฒนาในรูปแบบภาพร่าง(Sketch Design) ดังรูปที่ 5-7



Figure 5 รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประเภทกระเป๋าสะพายข้าง (Sketch Design)

Source: Pijukkana (2022)



Figure 6 รูปขนาดสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ (Dimensions)

Source: Pijukkana (2022)

8. การสรุปผลและการอภิปรายผล (Conclusion and Discussion)

8.1 การสรุปผล การอภิปรายผล

สรุปผลโครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหนังเพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์หนังสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ได้มีการดำเนินการวิจัยโดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล 2 ครั้งด้วยกัน ซึ่งครั้งแรกเก็บข้อมูลโดยการลงพื้นที่เพื่อหาความต้องการประเภทผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้ของที่ระลึกจากหนัง (เก็บข้อมูลเบื้องต้น Pilot Study กลุ่มตัวอย่าง 50 คน) พบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความต้องการผลิตภัณฑ์จากหนังทั้งหมดอยู่ 3 ประเภท คือ พวงกุญแจ กระเป๋าสตางค์ และกระเป๋าสะพายข้าง ซึ่งมีผู้ต้องการมากที่สุดเช่นกัน หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการ เก็บข้อมูลครั้งที่ 2 โดยใช้แบบสอบถามชุดที่ 2 เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ประเภท ซึ่งถามถึงความต้องการทั้งหมด 4 ด้านด้วยกัน คือ ด้านหน้าที่ใช้สอย ด้านความงาม ด้านการใช้สะดวกและสีสันทน และสุดท้ายด้านการผลิต ซึ่งได้ผลสรุปคือ ผลิตภัณฑ์จากหนังเพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์หนังสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ประเภทที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นมากที่สุดคือ กระเป๋าสะพายข้าง ซึ่งถือว่ามีประโยชน์ใช้สอยที่คุ้มกับราคาขาย แต่สามารถใช้งานได้หลากหลาย และในแง่ของการใช้งานคือกระเป๋าออกแบบรูปทรง กะทัดรัดไม่ใหญ่จนเกินไป สามารถบรรจุของได้มาก โดยที่กระเป๋าไม่พองออกมา ค่อนข้างอยู่ทรง วัสดุที่ใช้เป็นหนังมีความนุ่ม คุณภาพดี รูปแบบกระเป๋าไม่ซ้ำแบบใคร Potavanich & Kanlai (2023) และมีความสำคัญเป็นอย่างมากประเภทหนึ่งต่อระบบการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งการผลิตงานเครื่องหนังนั้นมีการบวนการผลิต 2 รูปแบบ คือ รูปแบบอุตสาหกรรมที่มีการใช้เครื่องจักรขนาดใหญ่ในการผลิตสินค้าและรูปแบบงานหัตถกรรมที่เน้นกระบวนการสร้างสรรค์งานเครื่องหนังด้วยการทำมือ (Handmade) โดยงานวิจัยนี้ได้เน้นการผลิตแบบทำมือ โดยไม่ใช้เครื่องจักรทำให้ผลงานมีความเฉพาะตัวในแต่ละผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมเครื่องหนังจึงเป็นหนึ่งในงานหัตถกรรมที่มี “คุณค่า” พื้นผิวมีเฉพาะตัวและมีความทนทานที่โดดเด่นสามารถนำมาสร้างผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าได้สูงและมีความต้องการของตลาดโดยมีความต้องการทั้งกลุ่มตลาดระดับบนระดับกลาง และระดับล่าง Wongsalangkarn (2023) อีกทั้งยังก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ

ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้อีกมากมายจากอุตสาหกรรมเครื่องหนังหลากหลายประเภท เช่น รองเท้าหนัง เสื้อหนัง ถุงมือหนัง สายนาฬิกาหนัง เฟอร์นิเจอร์หนัง กระเป๋าหนัง และอื่นๆ Ekwanischa (2020)

ในส่วนของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกันมีความต้องการที่จะเลือกซื้อสินค้าประเภทกระเป๋าสะพายข้าง เพื่อเป็นของที่ระลึกและของฝาก ซึ่งลำดับที่รองลงมาเป็น รูปแบบที่ 1 พวงกุญแจ ซึ่งถือว่าเป็นความนิยมรองลงมาน้อยกว่า กระเป๋าแต่ก็ถือว่าเป็นพวงกุญแจจากหนังยังคงมีความต้องการในการใช้งานหรือนิยมซื้อเป็นของฝากกลับไปอีกเช่นเดียวกัน และสุดท้ายรูปแบบที่ 2 ซึ่งเป็นกระเป๋าสะตางค์ ก็ยังถือว่าเป็นกระเป๋าขนาดเล็กสามารถพกพาไปไหนได้ง่ายและทำจากหนังก็ยังคงได้รับความนิยมอยู่เช่นกัน แต่ก็ยังมีความนิยมน้อยกว่ากระเป๋าสะพาย ซึ่งในประเด็น ด้านความงาม ในหัวข้อรูปแบบรูปทรงของตัวผลิตภัณฑ์จะเป็นประเด็นที่กลุ่มเป้าหมายค่อนข้างมีความสนใจมากที่สุด และรองลงมาคือ หัวข้อรูปแบบของความกลมกลืนของสี ซึ่งเป็นลักษณะของสีที่เป็นโทนเดียวกันเล่นสีอ่อนแก่ทำให้เกิดความรู้สึกคลาสสิกเหมาะกับการสวมใส่ในวันสบาย ๆ กับการออกไปท่องเที่ยวอีกด้วย Westgate (1999) และอาจแสดงให้เห็นว่าทั้งรูปแบบที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP นวัตกรรม ที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวและประชาชนในชุมชนที่เน้นให้มีประโยชน์ใช้สอยเป็นที่ต้องการของผู้ใช้ได้มากเช่นกัน ในส่วนของประเด็นการใช้วัสดุและสีสัสนั้น การใช้วัสดุและสีของผลิตภัณฑ์การเชื่อมโยงกับการใช้สีและวัสดุโดยภาพรวม ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่มากรองลงมาจากประเด็นด้านความงาม แสดงให้เห็นว่ารูปแบบรูปทรงของตัวผลิตภัณฑ์จากหนังมีผลต่อการนำมาใช้และในสัดส่วนที่แตกต่างกันจึงเห็นถึงความเหมาะสมและสวยงาม เมื่อนำมาออกแบบของใช้ของที่ระลึกจากหนัง ดังแสดงในรูปที่ 8



Figure 7 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของใช้ของที่ระลึกจากหนังประเภทกระเป๋าสะพายข้าง
Source: Pijukkana (2022)

หลังจากได้ดำเนินการจัดทำต้นแบบเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยจึงทำการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนด้วยองค์ความรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสะพายข้างจากหนัง ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ชุมชนอีกครั้งหลังจากที่จัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการออกแบบเรียนรู้เรื่องวัสดุอุปกรณ์ในการทำงานหนังพร้อมฝึกทักษะการสร้างรูปแบบ(Pattern) พร้อมทั้งทักษะการเย็บหนังด้วยมือ (Hand Made) ให้กับกลุ่มชุมชนตำบลบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ



Figure 8 การถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนด้วยองค์ความรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า
Source: Pijukkana (2022)



Figure 9 ผลผลิตจากการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนด้วยองค์ความรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า
Source: Pijukkana (2022)

9. ข้อเสนอแนะงานวิจัย (Research Suggestion)

การวิจัยที่เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ชุมชนนั้นต้องมีการคำนึงถึงการนำองค์ความรู้ที่นักวิจัยพัฒนาไปต่อยอดได้อย่างชัดเจนในเรื่องของการเรียนรู้รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ขบวนการผลิตที่ค่อนข้างง่าย อุปกรณ์และวัตถุดิบต้องหางานได้ด้วยตนเอง ตลอดจนการปฏิสัมพันธ์กับชุมชนที่ดี คำนึงถึงการพัฒนาต่อวิถีชีวิตของชุมชนเป็นอันดับแรก ฉะนั้นการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหนังเพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์หนังสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีนี้ จึงเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าให้มีรูปแบบและลวดลาย(Pattern) ที่สามารถเย็บมือได้ด้วยตัวเองและเป็นรูปแบบที่คลาสสิกในทุกยุคทุกสมัย มีความน่าสนใจเป็นรูปแบบที่โดดเด่นอยู่ได้ยาวนานดังรูปแบบที่เป็นกระเป๋าแบรนด์ดังระดับโลก (luxury brand) ที่นิยมกันทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นประเภทกระเป๋าถือ กระเป๋าสะพาย กระเป๋าตั้งค์ หรืออื่นๆ เป็นต้น Jones (2011) ดังผู้วิจัยได้มีการศึกษารูปแบบกระเป๋าที่เป็นสากล

สามารถใช้ได้ทุกเพศ นอกจากนั้นต้องจัดหาวัสดุได้ง่ายราคาถูกลง เพื่อเพิ่มโอกาสให้ชุมชนต่อยอดงานได้หลังจากที่ทีมวิจัยเสร็จสิ้นลง

10. กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgements)

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (กองทุน ววน.) : งบประมาณด้านวิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ 2565 ภายใต้การดูแลและบริหารงานของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ขอขอบคุณนักวิจัยผู้บริหารคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบทุกท่านที่ให้คำแนะนำ และสนับสนุนตลอดระยะเวลาดำเนินงานให้โครงการวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

11. เอกสารการอ้างอิง (References)

- Community Development Department, Ministry of Interior. (2018). *OTOP Community Tourism Project Management Manual, Innovative Ways*. Strategy and Information Group for Provincial Development, Samut Prakan Provincial Office. [In Thai]
- Wongsalangarn, T. (2023). Design and development of tools to create leather crafts promoting careers for the visually impaired individuals of Foundation for the Blind in Thailand, under the Royal Patronage of H.M. the Queen. *Journal of Fine Arts Research and Applied Arts*, 10(2), 147. [In Thai]
- Potavanich, T. & Kanlai, W. (2023). The Marketing Plan for Plastic Woven Bag by Koh Kret Housewife Group, Nonthaburi. *Journal of Siam Communication Review*, 21(2), 251 [In Thai]
- Bureekhampun, S. & Anantapornchaikul, P. (2018). The utilization of Wasted Leather Integrated to Product Design. *Journal of industrial Education*, 17(3), 110. [In Thai]
- Ekwanischa, S. (2020). *Research and Development of Weave Leather Bag Thai Reflects Thai Identity for Leather Business in Thailand*. [A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of MASTER OF ARTS]. Srinakharinwirot University. [In Thai]
- Jones, J.R. (2011). *Bags to Love*. Thunder Bay Press an Imprint of The Baker & Taylor Publishing Group. Sun Diego, CA.
- Westgate, A. (1999). *The Complete Color Directory*. Watson-Guptill Publication, A Division of VNU Business Media, Inc. NY.