การศึกษาอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่เพื่อออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ จังหวัดสิงห์บุรี โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

A Study of Nang Yai Pattern Identity for Design Innovative Souvenir Products for Wat Sawang Arom Museum, Sing Buri Province: A Community-Based Approach

Received 13 June 2025
Revised 16 December 2025
Accepted 22 December 2025

ธรรมรัตน์ บุญสุข [1]
บุญเรือง สมประจบ [2]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ 2) เพื่อออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ 3) เพื่อสร้างสรรค์ต้นแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ วิธีการวิจัยเน้นการเก็บข้อมูลเชิงลึกโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านหนังใหญ่และการสนทนากลุ่มกับสมาชิกชุมชนเพื่อกำหนดแนวคิด ในการคัดเลือกตัวละครสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยนำข้อมูลจากการวิเคราะห์สร้างแบบประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเพื่อประเมินความเหมาะสมในการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ และมีการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจโดยใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ จังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 50 คน โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ จังหวัดสิงห์บุรี

ผลการวิจัยพบว่าส่วนที่ 1 อัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ หมายถึง องค์ประกอบหลาย ๆ ส่วนของหนังใหญ่ เช่น ลวดลาย สีสัน รูปทรง รูปแบบการฉลุเป็นลวดลายไทยประยุกต์โดยมีต้นแบบของลวดลายจากจิตรกรรมไทย วัสดุในการทำหนังใหญ่นิยมใช้หนังวัว ส่วนอุปกรณ์ที่ใช้เรียกว่า ตัวมุก หรือตุ๊ดตู่ ใช้ในการตอกเดินลายโดยตอกซ้ำและเว้นระยะห่าง เมื่อฉลุรูปหนังเสร็จ ช่างจะนำรูปหนังมาระบายสี สีส่วนใหญ่จะทำมาจากธรรมชาติ หนังใหญ่ที่ใช้แสดงมีอยู่ 2 ประเภทคือตัวหนังกลางวันจะลงสีสันที่สวยงาม ตัวหนังที่แสดงเวลากลางคืนใช้เพียง 2-3 สีเท่านั้น ส่วนที่ 2 ผลการออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ กำหนดแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เป็นรูปแบบภาพประดับตกแต่งที่ใช้อัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการคัดเลือกสัตว์ตัวละครหนังใหญ่ คือ เสือ สิงห์ นกและม้า มาถอดแบบออกแบบลวดลายและร่างแบบ ส่วนที่ 3 สร้างสรรค์ต้นแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ ผู้วิจัยนำภาพร่าง ที่ได้รับเลือกจากผู้เชี่ยวชาญมาสร้างต้นแบบ พร้อมสร้างแบบสอบถามไปสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างมีผลดังนี้ ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกภาพฉลุอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่

[1] อาจารย์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ขนาด A4 พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.13) ขนาด A3 พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.12) และขนาด A2 พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.11) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่แสดงถึงอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ที่มีความโดดเด่นสวยงามและมีคุณค่าของภูมิปัญญาไทย

คำสำคัญ : อัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่, นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก, การมีส่วนร่วมของชุมชน

Abstract

This research has the following objectives: 1) To study the identity of Nang Yai art patterns 2) To design innovative souvenir products with the identity of Nang Yai art patterns. 3) To create an innovative product prototype for souvenirs with the identity of Nang Yai art patterns. Using the population and sample used in this research. They are tourists who visit the Nang Yai museum at Wat Sawang Arom. Singburi Province 50 people. Using the satisfaction questionnaire tool. Towards souvenir products. At the Nang Yai Museum, Wat Sawang Arom, Singburi Province.

The research results found that 1) The identity of the shadow puppet art pattern means Many elements of Nang Yai Such as patterns, colors, shapes The stencil pattern is a modified Thai pattern. The pattern is based on Thai paintings. The equipment used is a hollow cylindrical iron rod. It is called a pearl or a tut tut. It has different sizes of holes. When the stencil is finished, color the leather figure. There are two types of Nang Yai used for performances. Nang Yai shown during the day has beautiful colors. The film shown at night uses only 2-3 colors. 2) The result of innovative design of souvenir products with identity of shadow puppet art pattern Define the concept It is a decorative image format. By having the community participate in the selection process. Choose tigers, lions, birds and horses to design patterns. 3) Create an innovative product prototype for souvenirs with a unique identity and shadow puppet art pattern. Create prototypes using real materials using selected sketches from experts. and create a questionnaire to survey the satisfaction of the sample group. Results of the study of satisfaction levels in various aspects. Prototype souvenir products carved image of the identity of the Nang Yai art pattern A4 size It was found that the overall level was at a high level. ($\bar{X}$=4.13), A3 size It was found that the overall level was at a high level. ($\bar{X}$=4.12) and A2 size It was found that the overall level was at a

high level. ($\bar{X}$=4.11) Designing souvenir products with community participation. To create a community product that represents the identity of the Nang Yai art pattern that is outstanding, beautiful and has the value of Thai wisdom.

Keywords : Identity of Nang Yai art patterns, Innovative souvenir products, Community participation

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ถือว่าเป็นความรู้อยู่ในทุกชุมชนทั่วโลก ความเชื่อ สิ่งแวดล้อม ย่อมพัฒนาเป็นความรู้ ด้านประโยชน์ใช้สอยทางร่างกายและประโยชน์ทางจิตใจในคราวเดียวกัน การดำรงชีพของมนุษย์มีความเชื่อมโยงกับศิลปวัฒนธรรมทั้งสิ้น (ชิน อยู่ดี. 2530 : 20-25) เป็นวิธีปฏิบัติของคนในถิ่นฐานสามารถเข้าใจ และปฏิบัติร่วมกัน โดยแสดงออกในด้านประเพณี ความเชื่อที่สืบทอด สังคมไทยมีการแสดงพื้นบ้านที่จัดว่าเป็นเครื่องมือในการ อบรม สั่งสอนศีลธรรมที่ดีงาม เป็นหลักแนวคิด แนวปฏิบัติให้แก่คนในสังคม มีความแตกต่างกันแต่ละภูมิภาค ซึ่งศิลปะการแสดงพื้นบ้านต่าง ๆ จะแบ่งออกเป็นสองประเภทใหญ่ ๆ คือประเภทใช้คนเป็นตัวละครได้แก่ โขน ลิเก ลำตัดเป็นต้น ส่วนประเภทที่ใช้รูปจำลองเป็นตัวละคร ได้แก่ หุ่นกระบอก หนังตะลุง และหนังใหญ่ เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ ที่ดีงามของชาติเหล่านี้ล้วนเป็นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของประเทศชาติอย่างหนึ่ง (ประทุม ชุ่มเพ็งพันธุ์. 2521 : 34)

"หนัง" มาจากการแสดงของชาวไทยในอดีตที่เรียกว่า "หนัง" เพราะว่าสิ่งที่แทนตัวละครตามบทที่ใช้เล่น ทำขึ้นจากหนังของสัตว์ เช่นหนังวัว การแสดงหนังในประเทศไทยนั้นมีมายาวนานกว่า 500 ปี ตั้งแต่สมัยอยุธยา ใช้เรื่องรามเกียรติ์เป็นเรื่องหลัก มีผู้สันนิษฐานว่าในรัชกาลที่ 5 มีการเรียกการแสดง "หนัง" ว่า "หนังใหญ่" ทั้งนี้เป็นการเรียกตามขนาดตัวหนังและอาจเพื่อให้เห็นความแตกต่างจากหนังตะลุง หนังใหญ่แสดงโดยอาศัยการพากย์เล่าเรื่องรามเกียรติ์ ประกอบการย่ำเท้าตามจังหวะและทำนองของวงปี่พาทย์ ผู้เชิดจะเชิดหนังหน้าแสงไฟ โดยมีฉากผ้าขาวหรือเรียกว่าจอหนังกั้นระหว่างแสงกับตัวหนังหรือตัวหนังกับผู้ชม ทำให้เกิดแสงเงา หนังใหญ่แสดงได้ทั้งกลางวันและกลางคืน (มนตรี ตราโมท. 2502 : 110) หนังใหญ่เป็นการแสดงที่ผสมผสานศิลปวัฒนธรรมไทยหลายแขนงเข้าด้วยกัน อันได้แก่ การออกแบบลวดลายจิตรกรรม งานหัตถศิลป์การตอกฉลุหนัง การใช้ศิลปะทางด้านนาฏศิลป์ด้วยการเคลื่อนไหวหรือการเชิด ด้านดุริยางศิลป์การประกอบ ดนตรี ปี่พาทย์ อีกทั้ง ทางด้านวรรณศิลป์ การสัมผัสคล้องจองอันไพเราะพร้อมทั้งสอดแทรกข้อคิดคำสอนแก่ผู้ชมมาตั้งแต่สมัยโบราณ ด้วยเหตุนี้ จึงส่งผลให้การแสดงหนังใหญ่ เป็นมรดกล้ำค่าของคนไทย ในปัจจุบันคณะหนังใหญ่ที่ยังมีการแสดงอยู่ หนึ่งในนั้นคือ คณะหนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ จังหวัดสิงห์บุรี ตั้งอยู่ที่ ต.ต้นโพธิ์ พระครูสิงหมุนี หรือ หลวงพ่อเรือง อดีตเจ้าอาวาสได้สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2399

เป็นแหล่งเก็บรวบรวมและจัดแสดงตัวหนังใหญ่ ปัจจุบันมีตัวหนังใหญ่ที่สมบูรณ์กว่า 300 ตัว โดยพิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ ก่อตั้งขึ้นในปี 2545 โดยใช้พื้นที่ชั้นบนของศาลาการเปรียญจัดแสดงตัวหนังใหญ่ โดยนำหนังใหญ่มาตรึงบนผืนผ้าขนาดใหญ่สีขาว เพื่อให้เห็นลวดลายของหนังใหญ่ได้ชัดเจนและสวยงาม โดยเปิดให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมได้ฟรี แต่เนื่องจากทางพิพิธภัณฑ์มีค่าใช้จ่ายในเรื่องสาธารณูประโภคต่าง ๆ จึงมีตู้บริจาคตามกำลังและจิตศรัทธาของผู้เข้าชม ทั้งนี้ทางพิพิธภัณฑ์มีกิจกรรมการอบรมถ่ายทอดการเชิดหนังใหญ่ให้กับเยาวชนในชุมชนวัดสว่างอารมณ์ โดยใช้บริเวณวัดสว่างอารมณ์เป็นที่ฝึกเชิดหนังใหญ่ เพื่อให้มีการสืบทอดศิลปะการแสดงหนังใหญ่ให้คงอยู่และรับงานการจัดแสดงแต่เนื่องจากการแสดงมีไม่มากนักจึงควรมีช่องทางการหารายได้เป็นทุนในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่มาจากการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนที่เป็นผู้สร้างสรรค์ขึ้น เช่น การทำของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์หนังใหญ่ โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ปัจจุบันมีการขยายตัวสูงและมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเป็นอย่างมากต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) โดยมีเป้าหมายสำคัญ คือ การท่องเที่ยวไทยมีความเข้มแข็งและสมดุล การสร้างความเชื่อมั่นและมอบประสบการณ์ท่องเที่ยว ทั้งนี้การนำเอาอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม มาสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวไปสู่การจดจำภาพลักษณ์ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกภาพประดับลวดลายหนังใหญ่เพื่อไว้จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ให้เกิดเป็นอาชีพและรายได้ในครัวเรือนเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากอีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ ศิลปะหนังใหญ่ ให้เกิดการสืบทอดองค์ความรู้นี้อยู่กับชุมชนและสามารถถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นต่อไป

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งในการศึกษาอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่เพื่อออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ให้มีความสวยงาม มีความหมาย มีคุณค่าทางด้านทางจิตใจสามารถส่งเสริมการสร้างรายได้ของชุมชนและพิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นผู้ผลิตโดยนำมรดกต้นทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์ เพื่อไว้สำหรับจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวและ กลุ่มผู้บริโภคที่มีรสนิยมด้านการตกแต่ง ที่เน้นความประณีต มีเรื่องราว มีความเป็นเอกลักษณ์เทคนิคการฉลุ เป็นงานศิลปะประดับผนัง นอกจากนี้ยังรวมถึง กลุ่มผู้ชื่นชอบศิลปะและหัตถกรรมสากล ศิลปะท้องถิ่นแนว Aboriginal Art เนื่องจากลวดลายหนังใหญ่ในงานวิจัยนี้เน้นการใช้จุดซ้ำ ๆ และการฉลุที่ละเอียดอ่อน อีกทั้งกลุ่มที่ชื่นชมศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านไทยและเอเชีย ที่มองเห็นคุณค่าของภูมิปัญญาช่างท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์นี้จึงตอบโจทย์ผู้ที่ต้องการแสดงออกถึงรสนิยมในการชื่นชมงานฝีมือที่มีความละเอียดอ่อนมีมิติทางวัฒนธรรม และมีอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ ซึ่งจะเป็นการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยแล้ว ยังสามารถสร้างอาชีพในชุมชน และยังเป็นการช่วยกันส่งเสริมและสืบสานการฉลุลวดลายหนังใหญ่ให้อยู่คู่สังคมและประเทศชาติต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่
2. เพื่อออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่
3. เพื่อสร้างสรรค์ต้นแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่

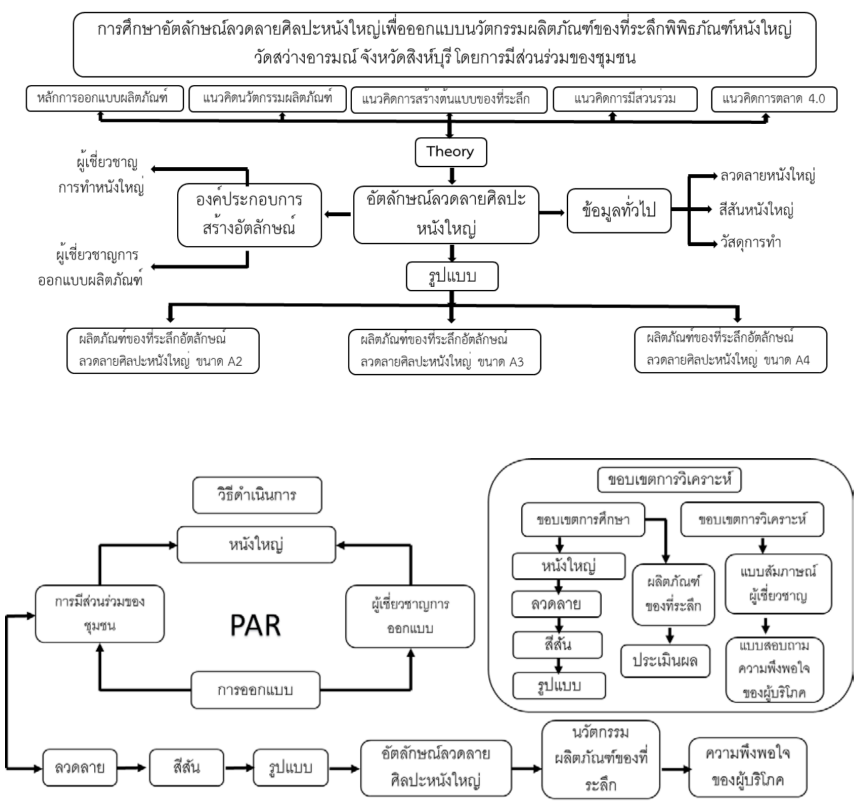
นิยามศัพท์เฉพาะ

1. อัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ หมายถึง ลวดลายการฉลุที่อยู่บนตัวหนังใหญ่ที่มีความสวยงาม โดดเด่น มีต้นแบบมาจากจิตรกรรมไทย

2. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบสร้างสรรค์ขึ้นให้มีความสวยงาม แปลกใหม่ มีคุณค่า เพื่อสำหรับจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว

3. การมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง ชุมชนเป็นผู้ร่วมคิดร่วมทำ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกภาพฉลุอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่

กรอบแนวคิดทฤษฎี



ภาพที่ 1 : กรอบแนวคิดในการออกแบบ
(ที่มา : ธรรมรัตน์ บุญสุข, 2567)

วิธีการดำเนินการวิจัย

1.ศึกษาอัตลักษณ์หนังใหญ่

รูปตัวหนังใหญ่	ประเภทตัวหนัง	ลักษณะ
	**หนังเทพเจ้า** **หนังเจ้าหรือหนังครู**	เป็นตัวหนังที่ใช้สำหรับพิธีไหว้ครู ไม่ใช้แสดง มี 3 ตัวคือ พระฤษี พระอิศวร หรือพระนารายณ์และทศกัณฐ์
	**หนังเฝ้าหรือหนังไหว้**	เป็นหนังเดี่ยว หน้าเสี้ยว พนมมือ ถ้าเป็นตัวหนังที่ถืออาวุธ และชี้ไปทางเบื้องหน้า
	**หนังคเนจรหรือหนังเดิน**	เป็นภาพหนังเดี่ยว หน้าเสี้ยว ถ้าเป็นตัวหนังที่เป็นตัวพระ ตัวนาง ตัวยักษ์
	**หนังง่า**	เป็นหนังภาพเดี่ยว หน้าเสี้ยว ท่าเหาะ คือท่าที่ยกเท้าข้างใดข้างหนึ่งไว้ แสดงการสู้รบ อยู่ในท่าเหาะ
	**หนังเมือง**	ประกอบด้วยภาพปราสาท พลับพลา มีตัวละครในเรื่องแสดงท่า นั่ง นอน พูดกัน ตามเนื้อเรื่องที่ใช้แสดง
	**หนังจับ**	เป็นหนังที่มีภาพตัวละครในเรื่องตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไปอยู่ในหนังพื้นเดียวกัน จะเป็นภาพตัวละครในเรื่องกำลังต่อสู้
	**หนังเบ็ดเตล็ด**	เป็นหนังที่ไม่ได้จัดอยู่ในหนังประเภทใดประเภทหนึ่งโดยเฉพาะ จะเป็นตัวละครสัตว์ต่าง ๆ

ตารางที่ 1 ตารางการวิเคราะห์ประเภทตัวหนังใหญ่ (ที่มา : ธรรมรัตน์ บุญสุข, 2567)

สรุปตารางการวิเคราะห์ประเภทตัวหนังใหญ่ ตัวหนังใหญ่มี 7 ประเภท โดยการฉลุลวดลายตัวละครในท่าทางต่าง ๆ มี ส่วนใหญ่จะตัวละครพระนาง ยักษ์ ลิง แต่ตัวละครที่น่าสนใจอีกประเภทคือตัวละครสัตว์หรือหนังเบ็ดเตล็ดที่มีความละเอียดและลวดลาย ผิวสัมผัส ของสัตว์ชนิดนั้น ๆ การใช้เส้นส่วนใหญ่จะเป็นเส้นโค้ง ที่มีรูกลมสร้างลวดลายเรียงต่อกันโดยมีต้นแบบมาจากจิตรกรรมไทย

2. การวิเคราะห์ลวดลายตัวละครสัตว์ในหนังใหญ่

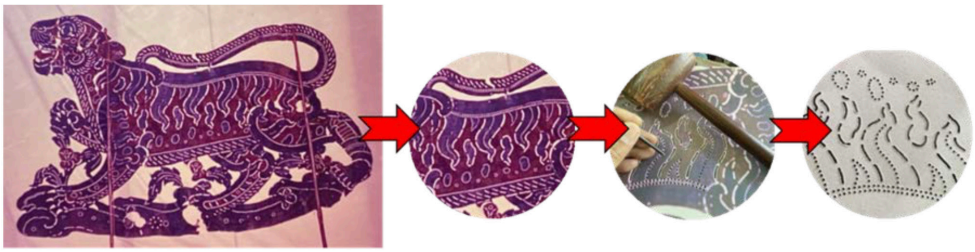
เนื้อหา-การวิเคราะห์	 เสือ	 สิงห์	 นก	 ม้า
ลักษณะท่าทาง	เสือหันข้าง อยู่ในท่ากำลังเดิน	สิงห์หันข้าง อยู่ในท่ากำลังเดินโดยมียักษ์ขี่	นกหันข้าง อยู่ในท่ากำลังเดิน	ม้าหันข้าง อยู่ในท่ากำลังเดิน
เส้น	ส่วนใหญ่เป็นเส้นโค้ง เส้นประ เส้นอิสระประกอบกัน	ส่วนใหญ่เป็นเส้นโค้ง เส้นประ และรูกลมประกอบร่วมกัน	ส่วนใหญ่เป็นเส้นโค้ง เส้นประ และรูกลมประกอบร่วมกัน	ลวดลายส่วนใหญ่เป็นเส้นโค้ง เป็นก้นหอยประกอบรวมกัน
ลวดลาย	เป็นลวดลายเสือมีจุดเด่นคือลายบนตัวเสือที่ใช้เส้นโค้งมาประกอบกัน	เป็นลวดลายสิงห์มีจุดเด่นบนตัวที่มีเส้นโค้ง รูกลมมาประกอบกัน	เป็นลวดลายนกมีจุดเด่นบนตัวที่มีเส้นโค้ง รูกลมมาประกอบกัน	เป็นลวดลายม้ามีจุดเด่นบนตัวที่มีเส้นโค้ง ลายก้นหอยประกอบกัน
สีสัน	ใช้สีดำและสีแดงสลับกันเพื่อให้เกิดเป็นลวดลายบริเวณพื้นผิวบนตัวเสือ	ใช้สีดำ สีแดง สีแทนสลับกันเพื่อให้เกิดเป็นลวดลายบริเวณพื้นผิวบนตัวสิงห์	ใช้สีดำ สีแดง สีแทนสลับกันเพื่อให้เกิดเป็นลวดลายบริเวณพื้นผิวบนตัวนก	ใช้สีดำ สีธรรมชาติหนังสลับกันเพื่อให้เกิดเป็นลวดลายบริเวณพื้นผิวตัวม้า

ตารางที่ 2 ศึกษาลวดลายตัวละครสัตว์หนังใหญ่ (ที่มา : ธรรมรัตน์ บุญสุข, 2567)

สรุปตารางการวิเคราะห์ พบว่าลวดลายสัตว์มีจุดเด่นมีความงามที่น่าสนใจและสามารถนำมาใช้ในการออกแบบ ดังนี้คือ เสือจะใช้ลวดลายของผิวการที่มีลักษณะเป็นเส้นโค้ง รูกลมขนาดต่าง ๆ รวมกัน ใช้สีตัดกันของลาย สิงห์จะใช้ลวดลายบนตัวที่ส่วนใหญ่เป็นเส้นโค้ง วงกลมซ้อนกัน เส้นประ และรูกลมประกอบร่วมกันแล้วใช้สีตัดกัน นกจะใช้ลวดลายบริเวณปีกมีเส้นตรง เส้นโค้งมาจัดองค์ประกอบกันแล้วใช้สีตัดกัน ม้าจะใช้ลวดลายบนตัวที่มีลักษณะเป็นก้นหอยมารวมกันโดยใช้สีดำตัดกับสีธรรมชาติของหนังอย่างงดงาม

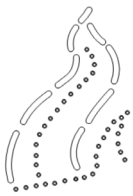
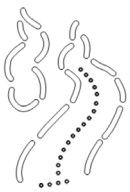
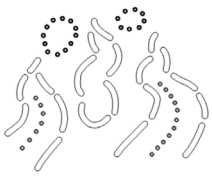
3. ขั้นตอนการออกแบบลวดลายตัวละครสัตว์หนังใหญ่

3.1 การถอดลวดลายตัวละครสัตว์หนังใหญ่(เสือ)



ภาพที่ 2 การถอดลวดลายตัวละครสัตว์หนังใหญ่(เสือ) (ที่มา : ธรรมรัตน์ บุญสุข, 2567)

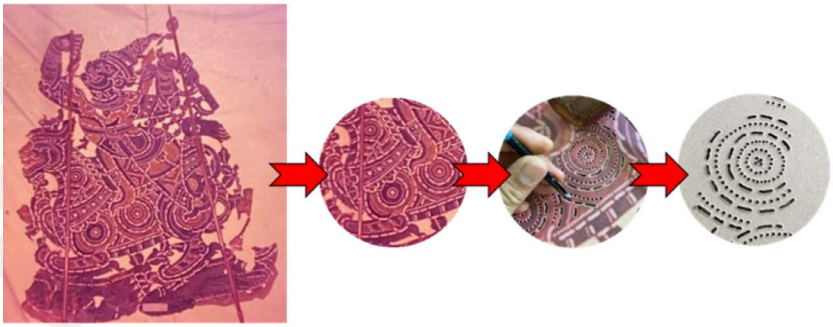
3.2 วิเคราะห์และออกแบบลวดลายตัวละครสัตว์หนังใหญ่(เสือ)

ออกแบบลายที่ 1	ออกแบบลายที่ 2	ออกแบบลายที่ 3
		

ตารางที่ 3 การออกแบบลวดลายจากเสือ

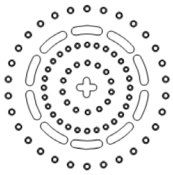
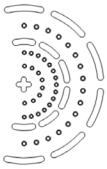
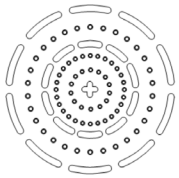
จะใช้ลวดลายบนตัวเสือโดยมีจุดเด่นคือ ลักษณะลวดลายเป็นเส้นโค้งคล้ายเปลวไฟพุ่งขึ้นด้านบน มีจุดวงกลมเรียงกันเป็นเส้นแกนกลาง เส้นกรอบนอกเป็นเส้นต่อกัน โดยเว้นจุดเชื่อมเล็กน้อยเพื่อเวลาฉลุวัสดุจะได้ไม่ขาดออกจากกัน โดยนำส่วนประกอบของลวดลายที่ถอดแบบจากการฉลุมาออกแบบและแยกส่วนโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟฟิกในการสร้างลวดลาย ให้มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์แต่ยังคงเอกลักษณ์ความสวยงามของลวดลายไว้เช่นเดิม โดยได้ออกแบบลวดลายจากตัวละครเสือ จำนวน 3 ลาย

3.3 การถอดลวดลายตัวละครสัตว์หนังใหญ่(สิงห์)



ภาพที่ 3 การถอดลวดลายตัวละครสัตว์หนังใหญ่(สิงห์) (ที่มา : ธรรมรัตน์ บุญสุข, 2567)

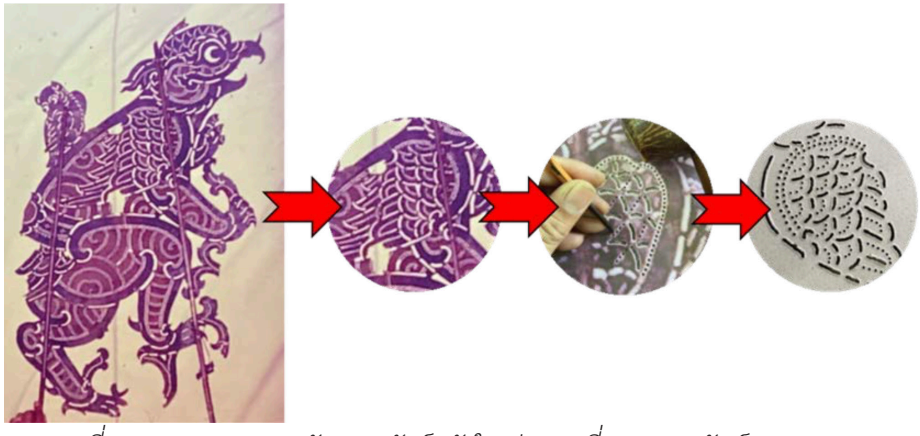
3.4 วิเคราะห์และออกแบบลวดลายตัวละครสัตว์หนังใหญ่(สิงห์)

ออกแบบลายที่ 1	ออกแบบลายที่ 2	ออกแบบลายที่ 3
		

ตารางที่ 4 การออกแบบลวดลายจากสิงห์

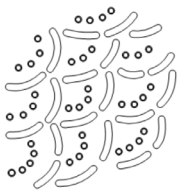
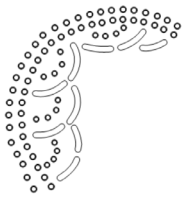
จะใช้ลวดลายบนตัวสิงห์โดยมีจุดเด่นคือ ลักษณะลวดลายเป็นเส้นโค้งวงกลมเรียงซ้อนกัน โดยมีเส้นประที่มีความกว้างและรูกลมเรียงตัวเป็นวงกลม เส้นกรอบนอกเป็นเส้นต่อกัน โดยเว้นจุดเชื่อมเล็กน้อยเพื่อเวลาฉลุวัสดุจะได้ไม่ขาดออกจากกัน โดยนำส่วนประกอบของลวดลายที่ถอดแบบจากการฉลุมาออกแบบและแยกส่วนโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟฟิกในการสร้างลวดลาย ให้มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์แต่ยังคงเอกลักษณ์ความสวยงามของลวดลายไว้เช่นเดิม โดยได้ออกแบบลวดลายจากตัวละครสิงห์ จำนวน 3 ลา

3.5 การถอดลวดลายตัวละครสัตว์หนังใหญ่(นก)



ภาพที่ 4 การถอดลวดลายตัวละครสัตว์หนังใหญ่(นก) (ที่มา : ธรรมรัตน์ บุญสุข, 2567)

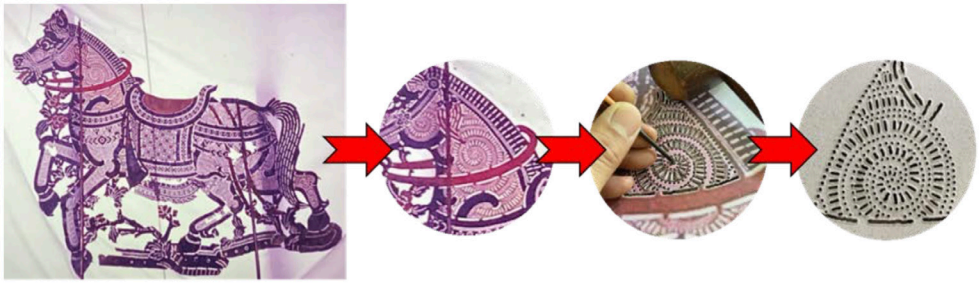
3.6 วิเคราะห์และออกแบบลวดลายตัวละครสัตว์หนังใหญ่(นก)

ออกแบบลายที่ 1	ออกแบบลายที่ 2	ออกแบบลายที่ 3
		

ตารางที่ 5 การออกแบบลวดลายจากนก

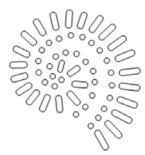
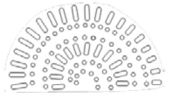
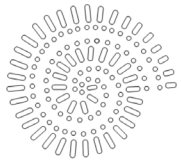
จะใช้ลวดลายบริเวณปีกโดยมีจุดเด่นคือ ลักษณะลวดลายเป็นเส้นโค้งครึ่งวงกลมเรียงซ้อนสลับกัน โดยมีรูกลมเรียงตัวขนานกัน โดยเว้นจุดเชื่อมเล็กน้อยเพื่อเวลาฉลุวัสดุจะได้ไม่ขาดออกจากกัน โดยนำส่วนประกอบของลวดลายที่ถอดแบบจากการฉลุมาออกแบบและแยกส่วน โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟฟิกในการสร้างลวดลาย ให้มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์ แต่ยังคงเอกลักษณ์ความสวยงามของลวดลายไว้เช่นเดิม โดยได้ออกแบบลวดลายจากตัวละครนก จำนวน 3 ลาย

3.7 การถอดลวดลายตัวละครสัตว์หนังใหญ่(ม้า)



ภาพที่ 5 การถอดลวดลายตัวละครสัตว์หนังใหญ่(ม้า) (ที่มา : ธรรมรัตน์ บุญสุข, 2567)

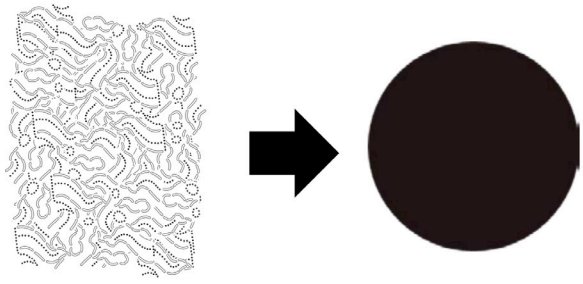
3.8 วิเคราะห์และออกแบบลวดลายตัวละครสัตว์หนังใหญ่(ม้า)

ออกแบบลายที่ 1	ออกแบบลายที่ 2	ออกแบบลายที่ 3
		

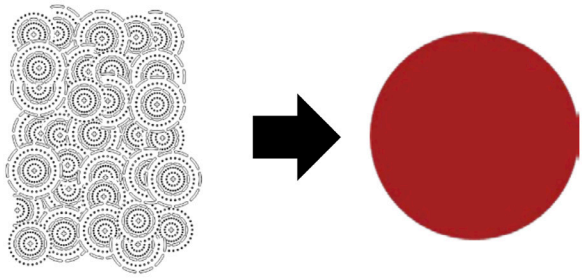
ตารางที่ 6 การออกแบบลวดลายจากม้า

จะใช้ลวดลายบนตัวม้าโดยมีจุดเด่นคือ ลักษณะลวดลายเป็นวงรีเรียงกันเป็นก้นหอย โดยมีรูวงกลมขนาดกันด้วยระยะที่เท่ากัน โดยเว้นจุดเชื่อมเล็กน้อยเพื่อเวลาฉลุวัสดุจะได้ไม่ขาดออกจากกัน โดยนำส่วนประกอบของลวดลายที่ถอดแบบจากการฉลุมาออกแบบและแยกส่วน โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟฟิกในการสร้างลวดลาย ให้มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์แต่ยังคงเอกลักษณ์ความสวยงามของลวดลายไว้เช่นเดิม โดยได้ออกแบบลวดลายจากตัวละครม้า จำนวน 3 ลาย

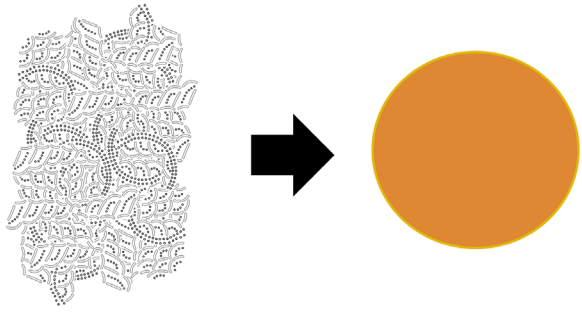
4. การออกแบบลวดลายทับซ้อนด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟฟิกและการแทนค่าสี



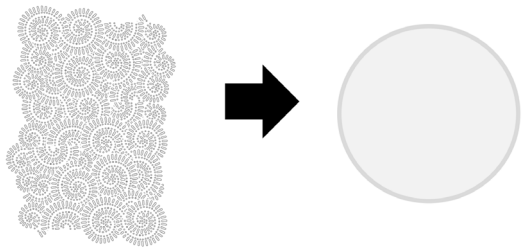
ภาพที่ 6 ลวดลายทับซ้อน(เสือ)แทนค่าด้วยสีดำ



ภาพที่ 7 ลวดลายทับซ้อน(สิงห์)แทนค่าด้วยสีแดง

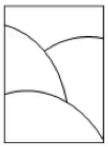
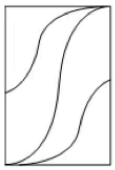


ภาพที่ 8 ลวดลายทับซ้อน(นก)แทนค่าด้วยสีส้ม



ภาพที่ 9 ลวดลายทับซ้อน(ม้า)แทนค่าด้วยสีหนังธรรมชาติ

5. การออกแบบโครงสร้างลวดลายด้วยวิธีการทับซ้อนด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟฟิก

ลำดับ	โครงสร้างของลาย	ลวดลาย	สีหนัง	รายละเอียด
ลายที่ 1				โครงสร้างลวดลายมีลักษณะเป็นก้นหอย เป็นเส้นโค้งที่มีระยะเท่ากันแบ่งเป็น4 สี
ลายที่ 2				โครงสร้างลวดลายมีลักษณะเป็นก้นหอย เป็นเส้นหยัก มีระยะเท่ากันแบ่งเป็น4 สี
ลายที่ 3				โครงสร้างลวดลายมีลักษณะเป็นเส้นโค้งซ้อนสลับกัน มีระยะไม่เท่ากันแบ่งเป็น4 สี
ลายที่ 4				โครงสร้างลวดลายมีลักษณะเป็นเส้นโค้งสลับเรียงต่อกัน แบ่งเป็น4 สี
ลายที่ 5				โครงสร้างลวดลายมีลักษณะเป็นเส้นโค้งครึ่งวงกลมเรียงต่อกัน แบ่งเป็น4 สี

ตารางที่ 7 การออกแบบโครงลวดลายและสีหนัง

โครงสร้างลายด้วยเทคนิคการทับซ้อนด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟฟิกเพื่อต้องการให้ลวดลายทับซ้อนกัน โดยเส้นโค้งต่าง ๆ ได้นำมาจากเส้นโค้งที่มาจากลวดลายจากตัวละครสัตว์ของหนังใหญ่ ที่มีความสวยงามให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว โดยออกแบบจำนวน 5 ลายเพื่อใช้ในการออกแบบ

6. ออกแบบภาพร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่

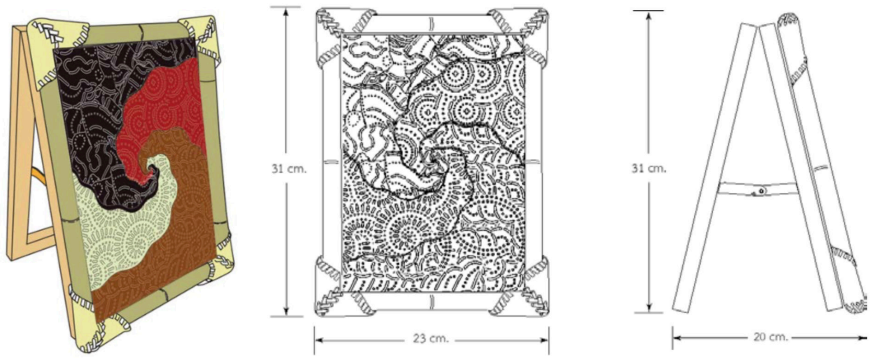
การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกภาพฉลุอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ เป็นการออกแบบให้เป็นของประดับตกแต่งในอาคารบ้านเรือนเพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ โดยออกแบบจำนวน 5 ชุด ใน 1 ชุดมี 3 ขนาดคือ A2 A3 และ A4 โดยคัดเลือกแบบที่มีคะแนนสูงสุด 1 ชุด จากผู้เชี่ยวชาญการออกแบบเพื่อนำมาทำต้นแบบ

6.1 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่เพื่อทำต้นแบบ



ภาพที่ 10 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่

6.2 การกำหนดขนาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่



ภาพที่ 11 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ ขนาด A4



ภาพที่ 12 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ ขนาด A3



ภาพที่ 13 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ ขนาด A2

7. ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่



ขนาด A4 **ขนาด A3** **ขนาด A2**

ภาพที่ 14 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่



ภาพที่ 15 การนำต้นแบบไปใช้ในงานประดับตกแต่ง

สรุปผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ผลงานครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ 2) เพื่อออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ 3) เพื่อสร้างสรรค์ต้นแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ โดยใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ จังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 50 คน โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ จังหวัดสิงห์บุรี

ผลจากการวิจัย วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 พบว่าอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ คือองค์ประกอบอันเป็นเอกลักษณ์ที่รวมกันสร้างความงามให้หนังใหญ่ ทั้งจากวัสดุ ลวดลาย สีสัน รูปทรง และการเล่นแสงเงา ลวดลายฉลุเป็นแบบไทยประยุกต์ ได้รับแรงบันดาลใจจากจิตรกรรมไทย แบ่งเป็นสองส่วนหลักคือ ตัวละคร เช่น ตัวพระ ตัวนาง ยักษ์ ลิง สัตว์ต่าง ๆ และ พื้นหลัง ลายกนก ดอกไม้ โดยเน้นความสมดุลและความงดงามของลวดลายที่ประณีต การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากหนังใหญ่เป็นการนำองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น วัสดุ ลวดลาย สีสัน และรูปทรง มาประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างสรรค์ของที่ระลึกที่สวยงามและแปลกใหม่ โดยยังคงอัตลักษณ์ศิลปะหนังใหญ่ดั้งเดิมไว้ วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า การกำหนดแนวคิดในการออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกภาพฉลุลวดลายอัตลักษณ์ศิลปะหนังใหญ่ เพื่อใช้สำหรับประดับตกแต่ง คัดเลือกตัวละครลวดลายรูปสัตว์ 4 ชนิดโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมการคัดเลือก โดยสัตว์ที่ถูกคัดเลือกคือ เสือ สิงห์ นกและม้า ถอดลวดลายสัตว์แต่ละชนิดโดยการย่อส่วนลวดลายโดยใช้โปรแกรมกราฟฟิก ออกแบบลวดลายด้วยการทับซ้อนและแยกชิ้นส่วนพื้นผิวและแทนสีของสัตว์แต่ละชนิดดังนี้ คือ เสือใช้สีดำ สิงห์ใช้สีแดง

นกใช้สีส้ม และม้าใช้สีเดิมของหนัง(ไม่ย้อมสี) ออกแบบและถอดแบบลวดลายฉลุจากตัวละครสัตว์หนังใหญ่ด้วยเทคนิคการทับซ้อนโดยมีกรอบรูปทำจากไม้ไผ่ จำนวน 5 ชุด โดย 1 ชุด มี 3 ขนาดคือ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกภาพฉลุลวดลายอัตลักษณ์ศิลปะหนังใหญ่ ขนาด A4 ,A3 และ A2 เพื่อนำไปสร้างแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบและคัดเลือก 1 ชุด ที่คะแนนสูงสุดมาสร้างต้นแบบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผู้วิจัยนำภาพร่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกภาพฉลุอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ ขนาด A4, A3 และ A2 ที่ได้รับเลือกจากผู้เชี่ยวชาญการออกแบบมาทำการสร้างต้นแบบด้วยวัสดุจริง เมื่อได้ต้นแบบที่สำเร็จ จึงสร้างแบบสอบถามนำไปสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ จังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 50 คน โดยมีผลดังนี้ ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทั้ง 3 ขนาด ในด้านต่าง ๆ มีผลดังนี้ ด้านการสร้างสรรค์ภาพฉลุอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่, ด้านความเหมาะสมของขนาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกภาพฉลุอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่, ด้านความเหมาะสมการใช้วัสดุในการทำ และด้านความพึงพอใจในการนำไปใช้งาน ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจในด้านต่างที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกภาพฉลุอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ขนาด A4 พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.13), ขนาด A3 พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก($\bar{X}$=4.12), และขนาด A2 พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.11)

อภิปรายผล

ส่วนที่ 1 จากการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่มี องค์ประกอบหลายๆส่วนของหนังใหญ่เช่น วัสดุหนัง ลวดลาย สีสัน รูปทรง โดยรูปแบบลวดลายการฉลุส่วนใหญ่เป็นลายไทย ต้นแบบของลวดลายนำมาจากจิตรกรรมไทยและมีการประยุกต์ให้เป็นลวดลายสำหรับการฉลุ โดยช่างทำหนังใหญ่จะตอกตุ๊ดตู่เรียงต่อกันเป็นลวดลายตามแบบที่ร่างไว้ด้วยความประณีตสวยงาม สอดคล้องกับ วนิดา เพิ่มศิริ และคณะ (2567 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่องการอนุรักษ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ กรณีศึกษาหนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ ตำบลต้นโพธิ์ อำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาขั้นตอนการสร้างหนังใหญ่ วัดสว่างอารมณ์ จังหวัดสิงห์บุรีในอดีตและปัจจุบัน และสืบสานการอนุรักษ์และการสานต่อของชุมชน พบว่า หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ จังหวัดสิงห์บุรีในอดีตและปัจจุบัน มีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ตัวหนัง ทำจากแผ่นหนังวัวแห้งขนาดใหญ่แกะสลักฉลุลวดลายสวยงามเป็นตัวละครต่าง ๆ การเขียนลาย ใช้วิธีการลอกลายโดยใช้กระดาษไขวางทับแบบแล้วร่างลวดลายจากต้นแบบหรือการวาดลวดลาย แล้วจึงทำการฉลุลาย การปรุลาย จะใช้ตัวตุ๊ดตู่ตอกลวดลายและลงสี ดังนั้นการศึกษาอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ จะทำให้ได้ทราบถึงที่มาของวัสดุลวดลาย สีสัน เพื่อให้เกิดคุณค่าและความนิยมในอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ด้วยวิธีการศึกษาและการถอดลวดลายการฉลุหนังใหญ่ ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาลวดลายของสัตว์ 4 ชนิดในตัวหนังใหญ่คือ เสือ สิงห์ นก และม้า ที่มีลวดลายสวยงามน่าสนใจ เพื่อมา

ออกแบบพัฒนาเป็นลวดลายใหม่ผ่านกระบวนการกราฟฟิกเพื่อสะดวกและให้ลวดลายมีความสมดุล แต่ยังคงเน้นความเป็นอัตลักษณ์ที่แสดงความเป็นหนังใหญ่ไว้ เพื่อเป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดในเชิงพานิชย์เพื่อสร้างคุณค่าของศิลปะไทยให้คงอยู่และสืบทอดต่อไป ส่วนที่ 2 เพื่อออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ พบว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สร้างสรรค์และมีคุณค่าและตรงตามความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อคือความเป็นศิลปะวัฒนธรรมพื้นบ้านของท้องถิ่นนั้น ๆ เพราะอัตลักษณ์แต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกัน การสร้างแรงจูงใจในการซื้อจึงต้องการความเป็นเอกลักษณ์ของเพื่อระลึกถึงว่าได้เคยมาเยี่ยมชม ท่องเที่ยว สอดคล้องกับ สุชาติ อิ่มสำราญ และคณะ(2564) ทำการศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านสำหรับนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่นำอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ ส่วนที่ 3 เพื่อสร้างสรรค์ต้นแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ลวดลายศิลปะหนังใหญ่ ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ จังหวัดสิงห์บุรี โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อให้มีความงาม ความร่วมสมัย ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค การออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ศิลปะหนังใหญ่ ไม่ได้เป็นเพียงการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย แต่ยังเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงกับ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม และเศรษฐกิจชุมชน ได้อย่างโดดเด่นและสวยงาม มีจุดเด่น ด้านลวดลาย สีสัน รูปทรงและวัสดุในการทำ การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหัวใจสำคัญ ทำให้เกิดการถ่ายทอดภูมิปัญญาการแกะลาย การสร้างงานฝีมือที่มีคุณค่า ชุมชนสามารถผลิตขายในพิพิธภัณฑ์ ร้านของที่ระลึก ตลาดนัด และช่องทางออนไลน์ สร้าง “แบรนด์ชุมชน” ของสิงห์บุรีในฐานะเมืองศิลปะหนังใหญ่ เพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ชุมชนสามารถผลิตและจำหน่ายเพื่อสร้างอาชีพเสริมและรายได้ในครัวเรือนของชุมชน สอดคล้องกับ ปนัดดา มนูรัษฎา รัฐไท พรเจริญ และภาคภูมิ บุญธรรมช่วย (2555 : บทคัดย่อ) งานวิจัย เรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม) โดย การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้และสำรวจความต้องการผู้บริโภคความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบและการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเพราะจะทำให้ทราบถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ว่ามีจุดอ่อนหรือจุดแข็งอย่างไรเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ในการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความสมบูรณ์และมีความเหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวันเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน มีคุณค่าและมีประโยชน์เชิงพาณิชย์

ข้อเสนอแนะ

1. นำลวดลายศิลปะหนังใหญ่ลวดลายกราฟฟิกหรือรูปแบบที่ออกแบบไว้จากงานวิจัย ไปพัฒนาสินค้าหลากหลาย เช่น กระเป๋า ของตกแต่งบ้าน พวงกุญแจ หรือของใช้ประจำวัน เพื่อเพิ่มมูลค่าและตอบโจทย์ตลาดนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่

2. จัดกิจกรรมสาธิตการแกะลาย ทำของที่ระลึก หรือชมการแสดงหนังใหญ่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเรียนรู้และซื้อผลิตภัณฑ์จากชุมชนโดยตรง

3. เชื่อมโยงพิพิธภัณฑ์หนังใหญ่ โรงเรียน ชุมชน กลุ่มแม่บ้าน และหน่วยงานรัฐ เพื่อร่วมกันออกแบบ ผลิต และจำหน่ายสินค้า รวมทั้งนำเสนอเป็นสินค้าประจำจังหวัด

4. ส่งเสริมให้ชุมชนสร้างแบรนด์ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ตลาดท้องถิ่น ร้านในพิพิธภัณฑ์ และช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, Shopee เพื่อเพิ่มการรับรู้หรือยอดขายและเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหม่

บรรณานุกรม

ชิน อยู่ดี. (2530). มูลกำเนิดของคนไทย. ศิลปวัฒนธรรมไทย, 11(ฉบับพิเศษ).

ประทุม ชุ่มเพ็งพันธุ์. (2521). หนังใหญ่ของไทย. ศิลปากร.

มนตรี ตราโมท. (2502). การละเล่นของไทย. กรมศิลปากร.

รัฐไท พรเจริญ และภาคภูมิ บุญธรรมช่วย. (2555). การออแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม). วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 3(2), 53–66.

วนิดา เพิ่มศิริ และคณะ. (2567). การอนุรักษ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ : กรณีศึกษาหนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ ตำบลต้นโพธิ์ อำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี. สำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.

สุชาติ อิ่มสำราญ และคณะ. การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านสำหรับนักท่องเที่ยว. วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล, 23.

ทองเจือ เขียดทอง. (2542). การออกแบบสัญลักษณ์ Logo trade mark symbol. สิปปรภา.

Ko, E., Lee, S., Phan, M. C., & Kim, K. H. (2011). Product attributes' effects on perceived values and repurchase intention in Korea, USA, and France. Journal of Global Scholar of Marketing Science, 21(3), 155–166.

Ko, E., Lee, S., & Whang, H. (2013). Authenticity in traditional culture marketing: Consumers' perceptions of Korean traditional culture. Journal of Global Fashion Marketing, 4(2), 93–11.

Qin, Z., Song, Y., & Tian, Y. (2019). The impact of product design with traditional cultural properties (TCPs) on consumer behavior through cultural perceptions: Evidence from the young Cninese generation. Sustainability, 11(426), 1–17.

Schiling, M. A. (2008). Strategic Management of Technological Innovation (2nd ed.). McGraw-Hill Education.