

รูปแบบและความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์สินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนังตะลุง ของจังหวัดนครศรีธรรมราช¹

ณปภัช จันทร์เมือง²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์สินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนังตะลุงของจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้จำหน่ายสินค้า 10 คน ผู้ซื้อสินค้า 35 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบในท้องถิ่นภาคใต้ 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสังเกตและแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาแบบสร้างข้อสรุปและใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบบรรจุภัณฑ์รูปหนังตะลุงในปัจจุบัน มี 2 รูปแบบ คือ บรรจุภัณฑ์ถุงใส่เพื่อบรรจุผลิตภัณฑ์รูปหนังตะลุงเฉพาะหน่วย และบรรจุภัณฑ์ถุงมีหูเพื่อการกระจายขาย 2) ความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์แยกตามบริบทของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้จำหน่ายสินค้ามีความต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้านำไปจำหน่ายแบบตัวเซต รูปหนังตะลุงประดับฝาผนังแบบใส่กรอบ และรูปหนังตะลุงประดับฝาผนังแบบไม่ใส่กรอบ ผู้วิจัยพบว่าผู้ซื้อสินค้ามีปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการสินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนังตะลุง 4 ปัจจัย คือ การเป็นของสะสม การเป็นของฝาก/ของที่ระลึกในโอกาสสำคัญ การนำไปใช้เล่นหนังตะลุง และการนำไปจำหน่าย ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือ สามารถป้องกันความชื้น สามารถบอกเล่าเนื้อหาของผลิตภัณฑ์และความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ ในส่วนองค์ประกอบของอัตลักษณ์หนังตะลุง ที่สามารถนำไปใช้ในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์นั้น ผู้วิจัยได้วิเคราะห์การให้ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญ

¹ บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์สินค้าเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นใต้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช”

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช อีเมล : napaphach_cha@nstru.ac.th โทร : 08 1362 7042

ด้านการออกแบบในท้องถิ่นภาคใต้จำนวน 5 ท่าน ได้ข้อสรุปดังนี้ คือ 1) รูปร่างเค้าโครงของรูปหนัง เช่น เค้าโครงขดมวยผมของตัวหนัง “ยอดทอง” เป็นต้น 2) ลวดลายของรูปหนัง เช่น ลายเรขาคณิตที่เกิดจากการตอกหนัง หรือ ลายไทยที่อยู่บนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของตัวหนัง “เจ้าเมือง” อาทิ ลายกระจังตาอ้อย ลายประจำยาม เป็นต้น 3) แสงและเงา ที่เกิดจากการขีดหนังตะลุงบนจอผ้าที่มีแสงส่องผ่าน 4) เทคนิคการแกะที่ทำให้เกิดลวดลายต่างๆ 5) สีสนของรูปหนัง เช่น สีธรรมชาติของหนัง สีแดง สีเขียว และสีอื่นๆ ที่ใช้ระบายบนตัวหนัง 6) ลักษณะการขีด ทั้งนี้การศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์และความต้องการบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มนี้ ทำให้ทราบถึงสภาพปัญหาและความต้องการบรรจุภัณฑ์ในบริบทที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และนำอัตลักษณ์ไปสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนังตะลุงของจังหวัดนครศรีธรรมราชต่อไป

คำสำคัญ : 1. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ 2. ความต้องการบรรจุภัณฑ์ 3. อัตลักษณ์
4. รูปหนังตะลุง 5. นครศรีธรรมราช

**Packaging formats and requirements
to promote the identity of Nang Talung cultural products
of Nakhon Sri Thammarat³**

Napaphach Chanmuang⁴

Abstract

This research aims to study the packaging formats and requirements to promote the identity of Nang Talung cultural products of Nakhon Sri Thammarat Province to be used as a guideline for packaging development. The samples in this study were 10 vendors, 35 buyers and 5 local southern design specialists. Research instruments were observational and interview forms. Data analysis involved document analysis to draw conclusion and descriptive statistics. The results were as follows. 1) There are two types of Nang Talung packaging: the plastic bag for unit packaging and the plastic bag with handle packaging for distribution. 2) In terms of packaging requirements divided based on the contexts of the sample groups, it was found that the suppliers need packaging for Nang Talung shadow puppet, Nang Talung photo frame and Nang Talung without photo frame. 4 factors for buyers' product requirements for this cultural products were as follows: collectability, souvenirs/commemorative occasions, purchase for use in Nang Talung shadow play and purchase for sales. The packaging factors that influenced the decision to buy shadow play material were: humidity protection, the tellability of the product and packaging durability. Regarding the components of Nang Talung identity which could be used for packaging design and

³ This article is part of a research project entitled "Study and Development of Packaging Formats to Promote the Identity of Southern Local Cultural Products" funded by Nakhon Si Thammarat Rajabhat University.

⁴ Lecturer at Technology Product Design Program, Faculty of Industrial Technology, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Nakhon Si Thammarat, Thailand. Email address: napaphach_cha@nstru.ac.th Tel: 08 1362 7042

development, the researchers analyzed the data collected from the 5 design specialists in the south and identified the following components: 1) the shape and outline of the figure such as the curls of “Yodtong’s” hair bun; 2) leathering patterns on the figure such as geometric patterns from leather embossing or the Thai motif patterns on governor’s costume such as the Krachang Ta Oi and Prachumyam Patterns; 3) the light and shadow resulting from the shadow of the figure on the screen shone with light; 4) leather carving techniques to create patterns; 5) the color of leather such as the leather natural colors, red, green and other colors; and 6) methods of shadow play. This study on packing formats and requirements of the 3 samples has cast light on packaging conditions, problems and different packaging requirements. The research findings can be used as information for knowledge sharing and exchanges and the identity can be applied to the packaging design of Nang Talung cultural products of Nakhon Sri Thammarat.

Keywords: 1. Packaging format 2. Packaging requirements 3. Identity
4. Nang Talung 5. Nakhon Si Thammarat

บทนำ

แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวทางหนึ่งของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของประเทศไทยเพื่อปรับโครงสร้างการผลิตให้สมดุลและยั่งยืน บนหลักการสำคัญ คือ “การเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ (value creation)” โดยใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมผนวกกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม และวิถีไทย เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจและสร้างสังคมไทยให้สามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองโดยใช้ทุนทางสังคมและปัญญาในการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (Office of the National Economic and Social Development Board, 2009) การนำแนวคิดนี้มาใช้ต้องมีการศึกษาเชิงลึกให้เห็นถึงที่มาของวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ สามารถสร้างแนวทางในการพัฒนาคุณค่าของสินค้าและบริการได้อย่างถูกต้อง ซึ่งในแต่ละจังหวัดก็มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาและความน่าสนใจที่แตกต่างกัน

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรมสูงมีประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สั่งสม สืบต่อกันมาเป็นเวลายาวนาน จุดกำเนิดหรือ “รากเหง้า” ของวัฒนธรรมปักษ์ใต้มีรูปแบบเฉพาะตัว มีการผสมผสานหลายวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน ผ่านกาลเวลา ผ่านการพัฒนาหลายชั่วอายุคนมีหลักฐานทางโบราณคดีได้ระบุว่าภาคใต้อยู่บนพื้นที่แหลมมลายู ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าขายมานานและเมืองตามพหุลิงค์ หรือ จังหวัดนครศรีธรรมราชในปัจจุบันก็เป็นเมืองหนึ่งที่มีความเจริญอยู่ในดินแดนแหลมมลายู ซึ่งมีความสัมพันธ์กับประเทศในเอเชียอาคเนย์มาโดยตลอด เช่น มีการค้าขายกับชาวจีน ชาวเปอร์เซียและชาวอาหรับ ซึ่งต่อมาได้นำศาสนาอิสลามเข้ามาสู่แหลมมลายู มีการเผยแพร่ศาสนาพุทธและพราหมณ์ รวมถึงได้รับอิทธิพลทางด้านศิลปะเป็นอย่างมากจากอินเดีย (Chantachon et al., 2009) จากการติดต่อกับชาวต่างชาติหลายชนชาติ ทำให้คนภาคใต้รับเอาวัฒนธรรมที่หลากหลายเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต หลอมรวมวัฒนธรรมนั้นกลายเป็นวัฒนธรรมของตนเอง รวมทั้งการเล่นพื้นเมือง นั่นคือหนังตะลุง ที่เชื่อกันว่าหนังตะลุงในภาคใต้ของประเทศไทยเริ่มมีขึ้นจากกลุ่มพราหมณ์ลัทธิไศวนิกายที่เข้ามาเผยแพร่ศาสนาในสมัยอาณาจักรศรีวิชัยระหว่างพุทธศตวรรษที่ 13-17 ส่วนการเรียกชื่อ “หนังตะลุง” นั้น มีการสันนิษฐานว่าในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้มีการนำไปเล่นแถวนางเลิ้งโดยพระยาพัทลุง (เผือก) หนังที่เข้าไปครั้งนั้นไปจากจังหวัดพัทลุง นครกรุงเทพฯ จึงเรียก “หนังพัทลุง” แล้วเสียงเพี้ยนเป็น “หนังตะลุง” ในภายหลัง (Yootong, 2001) ในอดีตรูปหนังตะลุงใช้เพื่อการแสดงหนังตะลุงเท่านั้น ต่อมาได้มีผู้คิดค้นรูปแกะหนังตะลุงออกจำหน่ายตามตลาดนัดแรงงานและเทศกาลต่าง ๆ (Suksikarn, Suksikarn & Chuaykrod, 2011) รูปแกะหนังตะลุง

จึงเป็นศิลปหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงควบคู่กับการเล่นหนังตะลุงซึ่งเป็นศิลปวัฒนธรรมของชาวภาคใต้ ปัจจุบันการแกะรูปหนังมีได้ทำเพียงเฉพาะกลุ่มคณะหนังตะลุงเท่านั้น แต่ยังคงกระจายไปในกลุ่มผู้สร้างสรรค์งานที่เน้นการค้าเพื่อจำหน่ายเป็นของที่ระลึกและของตกแต่งบ้าน รูปแบบก็มีการพัฒนาและมีการสร้างสรรค์รูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น เช่น รูปแกะสลักหนังตะลุงประดับฝาผนัง ตัวหนังเซ็ด ตัวหนังใส่กรอบ พัด ที่คั่นหนังสือ พวงกุญแจ เป็นต้น โดยมีจำหน่ายตั้งแต่ราคา 20 บาทไปจนถึง 90,000 บาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาด ความยากง่ายและความประณีตในชิ้นงาน เช่น ลักษณะลวดลาย เทคนิคในการสร้างสรรค์ เป็นต้น (Chuaykrod, Interview, March 31, 2017)

รูปหนังตะลุงเป็นสินค้าที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรม มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์เชิงรุกของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ต้องการเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชนจากการท่องเที่ยว การผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ซึ่งได้กำหนดแผนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และการตลาด เพื่อเชื่อมโยงการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์/หัตถกรรมกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม (Manager Online, 2013) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากอีกประการหนึ่ง เพราะส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ ทำให้ง่ายต่อการขนส่ง สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหาย รักษาคุณภาพของสินค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์เมื่อซื้อกลับไป สามารถดึงดูดความสนใจ และเพิ่มคุณค่าทางด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภคได้ (Klinkairwnarong, 2015) ทั้งนี้การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสินค้าเชิงวัฒนธรรมนั้นจะต้องมีกระบวนการค้นหาอัตลักษณ์ของสินค้า เพื่อที่จะสามารถนำอัตลักษณ์ดังกล่าวไปสู่การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนความเป็นตัวตนของสินค้าได้ (Chomraka, 2012) ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนังตะลุงที่มีอยู่ในปัจจุบัน และความต้องการบรรจุภัณฑ์ในบริบทของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสินค้าและบรรจุภัณฑ์รูปหนังตะลุง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถส่งเสริมอัตลักษณ์ของสินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนังตะลุงได้ สร้างความพึงพอใจและทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและพัฒนาศักยภาพสินค้าเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ศึกษาความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์สินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนังตะลุง

วิธีการดำเนินงานวิจัย

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดกรอบในการวิจัย
3. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
4. นำเครื่องมือไปใช้เก็บข้อมูลด้านความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์กับกลุ่มตัวอย่าง
5. วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้เป็นกรอบในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

พื้นที่ทำการศึกษา

พื้นที่ทำการศึกษา คือ จุดจำหน่ายของที่ระลึก วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนึ่งตะลุงของจังหวัดนครศรีธรรมราช

การศึกษาข้อมูลรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนึ่งตะลุงของจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยใช้แบบสังเกตและการบันทึกภาพเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับสภาพและลักษณะของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ที่มีใช้ภายในร้านจำหน่ายสินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนึ่งตะลุง จำนวน 10 ร้าน พบว่า มีการใช้บรรจุภัณฑ์ 2 รูปแบบ คือ บรรจุภัณฑ์ถุงใสเพื่อบรรจุผลิตภัณฑ์รูปหนึ่งตะลุงเฉพาะหน่วย และบรรจุภัณฑ์ถุงมีหูเพื่อการกระจายขาย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 บรรจุภัณฑ์ถุงใสเฉพาะหน่วย และบรรจุภัณฑ์ถุงมีหู

2. ผลการศึกษาความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์สินค้าเชิงวัฒนธรรมรูป หนังตะลุง

การศึกษาค้นคว้าความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์สินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนังตะลุง ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง เก็บข้อมูลด้านความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์สินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนังตะลุงตามบริบทของกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม คือ ผู้จำหน่ายสินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนังตะลุง ผู้ซื้อสินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนังตะลุง และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบในท้องถิ่นภาคใต้ มีผลการศึกษาดังนี้

2.1 ผู้จำหน่ายสินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนังตะลุง มีความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์ในประเด็นเกี่ยวกับ รูปแบบของสินค้าที่มีปัญหาและต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ คือ รูปหนังตะลุงแบบตัวเซ็ด รูปหนังตะลุงประดับฝาผนังแบบใส่กรอบ และรูปหนังตะลุงประดับฝาผนังแบบไม่ใส่กรอบ ดังตารางที่ 1 ทั้งนี้เหตุผลของการระบุรูปแบบสินค้าดังกล่าว เนื่องมาจากพบปัญหาจากการใช้งานบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน และเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมจากลูกค้ามากที่สุด อีกทั้งมีราคาต่อชิ้นค่อนข้างสูงจึงมีความคุ้มค่าหากพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 1 รูปแบบของสินค้าที่มีปัญหาและต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

แบบที่	รูปแบบสินค้าเชิงวัฒนธรรม รูปหนังตะลุง		ภาพสินค้า
	ชื่อสินค้า	ราคาในการ จำหน่าย (บาท)	
1	รูปหนังตะลุง แบบตัวเซ็ด	25, 90, 350, 750	
2	รูปหนังตะลุง ประดับฝาผนัง แบบใส่กรอบ	750-4,500	
3	รูปหนังตะลุง ประดับฝาผนัง แบบไม่ใส่กรอบ	380-3,200	

2.2 ผู้ซื้อสินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนึ่งตะลุง มีความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์ในประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการสินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนึ่งตะลุง ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนึ่งตะลุง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.2.1 ปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการสินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนึ่งตะลุง พบว่าผู้ซื้อสินค้ามีเหตุผลของความต้องการที่หลากหลาย แต่เมื่อนำข้อมูลมาจัดระเบียบพบว่ามีปัจจัยหลัก 4 ข้อ และสามารถเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยตามความถี่ของการตอบคำถามได้ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการสินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนึ่งตะลุง

ลำดับที่	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย
1	เพื่อเก็บไว้เป็นของสะสม	- ความชอบดูหนึ่งตะลุงจึงอยากซื้อ รูปหนึ่งตะลุงเก็บไว้ชื่นชม - ชอบความสวยงามของรูปหนึ่งตะลุงจึง อยากมีไว้ประดับฝาผนังที่บ้าน
2	เพื่อนำไปเป็นของฝาก/ ของที่ระลึกในโอกาสสำคัญ	- ฝากลูกหลาน - ฝากเพื่อนที่ต่างจังหวัด - ฝากญาติผู้ใหญ่ - นำไปมอบให้หน่วยงานเพื่อแสดงถึงความ ขอบคุณที่ให้เข้าเยี่ยมชมดูงาน
3	เพื่อนำไปใช้งาน	- ใช้ฝึกเล่นหนึ่งตะลุง - ใช้ในการแสดงหนึ่งตะลุง - ใช้เป็นของเล่นสำหรับเด็ก
4	เพื่อนำไปจำหน่าย	- นำไปจำหน่ายอีกต่อหนึ่งในจังหวัดใกล้เคียง

2.2.2 ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนึ่งตะลุง พบว่า ผู้ซื้อสินค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวหรือเนื้อหาของผลิตภัณฑ์ได้เป็นลำดับแรก คิดเป็นร้อยละ 17.20 รองลงมาคือ ความสามารถป้องกันความชื้น คิดเป็นร้อยละ 16.12 และความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 12.90 เมื่อนำข้อมูลมาจัดระเบียบและจำแนกชนิดของข้อมูลตามทฤษฎี

หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่แบ่งออกเป็นสองด้าน คือ การออกแบบโครงสร้าง และการออกแบบกราฟิก สามารถจำแนกปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ ได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนึ่งตระกูล

คุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์	ความถี่	ร้อยละ	การออกแบบบรรจุภัณฑ์	
			โครงสร้าง	กราฟิก
สามารถบอกเล่าเรื่องราวหรือเนื้อหาของผลิตภัณฑ์ได้	16	17.20	✓	✓
สามารถป้องกันความชื้น	15	16.12	✓	-
ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์	12	12.90	✓	-
มีตราสินค้าและข้อมูลที่ชัดเจน	11	11.82	-	✓
ความสะดวกในการถือ/การหิ้ว/การนำพาบรรจุภัณฑ์	10	10.75	✓	-
สามารถป้องกันฝุ่นละออง	8	8.60	✓	-
สามารถป้องกันการกระแทก	8	8.60	✓	-
มีการเจาะให้เห็นถึงสินค้าที่อยู่ด้านใน	7	7.52	✓	-
สามารถนำไปใช้ได้	6	6.45	✓	-

หมายเหตุ : ความถี่ในการตอบคำถามทั้งหมด = 93 ครั้ง

2.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบในท้องถิ่นภาคใต้ จำนวน 5 ท่าน มีความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์ในประเด็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของอัตลักษณ์หนึ่งตระกูลที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ พบว่า มีองค์ประกอบของอัตลักษณ์หนึ่งตระกูล 6 องค์ประกอบ เรียงตามลำดับความสำคัญมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด คือ รูปร่างเค้าโครงของรูปหนึ่ง ลวดลายของรูปหนึ่ง แสงและเงาเทคนิคการแกะ สีสันของรูปหนึ่ง และลักษณะการขีด โดยมีรายละเอียดของการนำไปใช้งานดังนี้

2.3.1 รูปร่างเค้าโครงของรูปหนัง สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบได้ทั้งโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ได้ สามารถนำเค้าโครงของรูปหนัง หรือลักษณะเฉพาะของตัวหนังแบบต่างๆ ไปใช้ในการออกแบบกราฟิกเพื่อพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ได้ หรือประยุกต์ใช้เค้าโครงของรูปหนังบางส่วน เช่น เค้าโครงขดมวยผมของตัวหนัง “ยอดทอง” เป็นต้น

2.3.2 ลวดลายของรูปหนัง สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบได้ทั้งโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และกราฟิก เช่น ลายเรขาคณิตที่เกิดจากการตอกหนังลายไทยที่อยู่บนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของตัวหนัง “เจ้าเมือง” อาทิ ลายกระจังตาอ้อย ลายประจำยาม เป็นต้น สามารถนำมาใช้ในการตกแต่งรายละเอียดของโครงสร้าง เช่น ขอบ สัน ด้านหน้า ของบรรจุภัณฑ์ หรือนำไปสร้างเป็นลวดลายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ได้

2.3.3 แสงและเงา เกิดจากการขีดหนังตะลุงบนจอผ้าที่มีแสงส่องผ่าน สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบได้ทั้งโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และกราฟิก โครงสร้างสามารถใช้การเจาะโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้แสงสามารถส่องผ่านเข้าไปด้านในบรรจุภัณฑ์ทำให้เห็นสินค้าภายใน ส่วนกราฟิกสามารถใช้แนวคิดเรื่องการเกิดเงาความสามารถในการส่องผ่านของแสง (transparent) มาใช้เป็นแนวคิดในการสร้างสรรค์กราฟิกได้

2.3.4 เทคนิคการแกะ เทคนิคการแกะสลักหนังตะลุงมีความสอดคล้องกับลวดลายของหนังตะลุง มีอยู่ 2 รูปแบบ คือ การสลักหรือการตอก เช่น ตอกลายจุดลงบนตัวหนังซ้ำๆ และการแกะหนังออกให้เกิดเป็นลวดลาย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบได้ทั้งโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และกราฟิก โดยใช้เป็นส่วนประกอบของโครงสร้างโดยประยุกต์ใช้เทคนิคการแกะ/สลัก ตัวหนังมาใช้แกะ/สลักที่เนื้อวัสดุบรรจุภัณฑ์โดยตรง หรือพิมพ์ลวดลายที่เหมือนกับการแกะ

2.3.5 สีสนของรูปหนัง สามารถนำสีสนของหนังตะลุงไปใช้ในส่วนกราฟิกได้ เช่น สีธรรมชาติของตัววัสดุหนัง สีดำหรือสีของผ้าขาวม้าที่เป็นสีของตัวตลกสีที่ใช้ในการตกแต่งระบายบนตัวหนังโดยทั่วไป เช่น สีแดง น้ำเงิน เหลือง เขียว เป็นต้น หรือนำคู่สีมาเติม จะได้สีในลักษณะที่แตกต่างออกไป แต่ยังคงคู่สีแบบเดิมไว้ ทั้งนี้ความเหมาะสมขึ้นอยู่กับลักษณะของกลุ่มลูกค้าด้วย

2.3.6 ลักษณะการขีด สามารถนำลีลาท่าทางของลักษณะการขีดตัวหนังมาใช้ในส่วนกราฟิกได้

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนึ่งตะลุงที่ใช้ในปัจจุบัน คือ บรรจุภัณฑ์ถุงใส่เพื่อบรรจุผลิตภัณฑ์รูปหนึ่งตะลุงเฉพาะหน่วย และบรรจุภัณฑ์ถุงมีหูเพื่อการกระจายขายนั้น ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์และส่งเสริมอัตลักษณ์ของสินค้าได้ ดังนั้นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงให้ความสำคัญกับประเด็นด้านการออกแบบ 2 ประเด็น คือ การแก้ปัญหาทางการออกแบบ และการนำอัตลักษณ์ของรูปหนึ่งตะลุงมาใช้ในการออกแบบ ซึ่งจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์สินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนึ่งตะลุงตามบริบทของกลุ่มเป้าหมายในงานวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้ใช้หลักทฤษฎีด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นกรอบในการสังเคราะห์เพื่อสร้างแนวทางในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนึ่งตะลุง ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ข้อมูลด้านความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์โดยใช้หลักทฤษฎีด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ข้อมูลด้านความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์โดยใช้หลักทฤษฎีด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์	
1. รูปทรง/โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	2. กราฟิกบรรจุภัณฑ์
1. รูปแบบของผลิตภัณฑ์ในการกำหนดโครงสร้าง บรรจุภัณฑ์ <ol style="list-style-type: none"> 1.1 ตัวหนึ่งเซ็ด 1.2 ตัวหนึ่งใส่กรอบ 1.3 ตัวหนึ่งแบบไม่ใส่กรอบ 2. บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรง สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์รูปหนึ่งตะลุงในแต่ละประเภทได้ เช่น ป้องกันความชื้น การบิดงอ ฯลฯ 3. สามารถสร้างความสะดวกในการขนย้ายของลูกค้านได้ 4. ส่งเสริมคุณค่าและมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ 5. สามารถบอกเล่าเรื่องราว/เนื้อหาของผลิตภัณฑ์ได้	1. สามารถสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ได้ 2. สามารถบอกเล่าเรื่องราว/เนื้อหาของผลิตภัณฑ์ได้ 3. ส่งเสริมคุณค่าและมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

การแก้ปัญหาทางการออกแบบ (ผู้ขายและผู้ซื้อ)

ตารางที่ 4 ข้อมูลด้านความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์โดยใช้หลักทฤษฎีด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ต่อ)

ข้อมูลด้านความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์โดยใช้หลักทฤษฎีด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. รูปร่าง/โครงสร้างบรรจุภัณฑ์

2. กราฟิกบรรจุภัณฑ์

1. รูปร่างเค้าโครงของรูปหนัง



รูปร่างเค้าโครงของรูปหนังสามารถนำมาใช้ในการออกแบบได้ทั้งรูปร่าง/โครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์ อาจนำเค้าโครงของรูปหนังบางส่วนมาใช้อเป็นองค์ประกอบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ หรือประยุกต์ใช้ลักษณะเฉพาะของตัวหนังแบบต่างๆ ไปใช้ในการออกแบบกราฟิกเพื่อพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ได้ เช่น เค้าโครงของขดมวยผม เป็นต้น

2. ลวดลายของรูปหนัง



ลวดลายบนรูปหนังตะลุงมี 2 รูปแบบคือ รูปแบบของลวดลายไทยที่อยู่บนตัวหนัง เช่น ลายกนก ลายประจายาม ฯลฯ อีกส่วนหนึ่งจะเป็นลายที่เกิดจากการตัด เเจาะ ฉลุหนัง ซึ่งมีทั้งที่เป็นรูปทรงอิสระและรูปทรงเรขาคณิต เช่น จุด วงกลม สี่เหลี่ยม ลวดลายทั้ง 2 รูปแบบ สามารถนำมาคลี่คลาย ตัดทอน หรือนำเฉพาะบางส่วนของลวดลายมาทำซ้ำเพื่อสร้างลวดลายใหม่ สามารถนำมาใช้ในการตกแต่งรายละเอียดของโครงสร้าง เช่น ขอบ สัน ด้านหน้า ของบรรจุภัณฑ์ หรือนำไปสร้างเป็นลวดลายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ได้ ทั้งนี้การนำลวดลายมาใช้ในการออกแบบต้องสามารถสื่อสารให้ทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์เข้าใจได้ง่าย

การนำอัตลักษณ์ของรูปหนังตะลุงมาใช้ (นำออกแบบ)

ตารางที่ 4 ข้อมูลด้านความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์โดยใช้หลักทฤษฎีด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ต่อ)

ข้อมูลด้านความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์โดยใช้หลักทฤษฎีด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. รูปทรง/โครงสร้างบรรจุภัณฑ์

2. กราฟิกบรรจุภัณฑ์

3. แสงและเงา

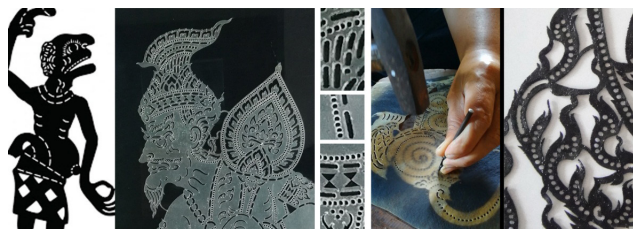
การนำอัตลักษณ์ของรูปหนังตะลุงมาใช้ (นักออกแบบ)



การเล่นหนังตะลุงเป็นการแสดงแสงและเงา ซึ่งสามารถใช้ความรู้เกี่ยวกับการทะลุผ่านวัสดุของแสงมาใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบโครงสร้าง เช่น การซ้อน การหลื่อมกันของวัสดุ ความหนา ความบาง และความสามารถในการทะลุผ่านของแสงมาใช้ในการออกแบบโครงสร้าง และใช้แนวคิดเรื่องการเกิดเงา การมองเห็น แสงและเงา การส่องผ่านของแสง (Transparent) มาใช้เป็นแนวคิดในการสร้างสรรค์กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ได้

4. เทคนิคการแกะ/สลัก

การนำอัตลักษณ์ของรูปหนังตะลุงมาใช้ (นักออกแบบ)



เทคนิคการแกะ/สลักบนรูปหนังตะลุง เป็นสิ่งที่มีความสอดคล้องกับลวดลายของรูปหนัง เพราะการแกะหรือฉลุหนังทำให้เกิดลวดลายโดยสามารถนำไปใช้ได้ทั้งส่วนที่เป็นโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ เช่น นำมาใช้ในการตกแต่งรายละเอียดของโครงสร้าง เช่น ขอบ สัน ด้านหน้า ของบรรจุภัณฑ์ ฯลฯ และสามารถนำไปใช้สร้างลวดลายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยการเลียนแบบเทคนิคการแกะหรือใช้เทคนิคการแกะ/สลัก ตัวหนังมาใช้แกะ/สลัก ที่เนื้อวัสดุบรรจุภัณฑ์โดยตรง เช่น การตอกฉลุ ฉลุบางส่วนของบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

ตารางที่ 4 ข้อมูลด้านความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์โดยใช้หลักทฤษฎีด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ต่อ)

ข้อมูลด้านความต้องการใช้งานบรรจุภัณฑ์โดยใช้หลักทฤษฎีด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. รูปทรง/โครงสร้างบรรจุภัณฑ์

2. กราฟิกบรรจุภัณฑ์

การนำอัตลักษณ์ของรูปทรงหนึ่งตระกูลมาใช้ (นักออกแบบ)

สีส้มไม่สามารถนำมาใช้ในส่วนโครงสร้างได้

5. สีส้นของรูปหนัง



สีส้นของหนังตระกูลสามารถนำไปใช้ในการออกแบบกราฟิกได้ เช่น สีธรรมชาติของตัววัสดุหนัง สีดำหรือสีของผ้าขาวม้าที่เป็นสีของตัวตลก สีที่ใช้ในการตกแต่งระบายบนตัวหนังโดยทั่วไป เช่น สีแดง น้ำเงิน เหลือง เขียว เป็นต้น หรืออาจนำสีอื่นมาเติมแต่ยังคงคู่สีแบบเดิมไว้

การนำอัตลักษณ์ของรูปหนังหนึ่งตระกูลมาใช้

ลักษณะการขีดไม่สามารถนำมาใช้ในส่วนโครงสร้างได้

6. ลักษณะการขีด



สามารถนำสีลาทำทาง ลักษณะการขีดตัวหนังมาใช้ในการออกแบบกราฟิกได้

อภิปรายผล

การศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนังตะลุง เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงปัญหาของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งจากการวิจัยทำให้ทราบถึงปัญหาของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์และส่งเสริมอัตลักษณ์ของสินค้าที่มีบทบาทเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ในประเด็นนี้งานวิจัยได้สร้างประโยชน์ให้เกิดการตระหนักเห็นถึงความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อสินค้าเชิงวัฒนธรรม และการเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งสอดคล้องกับ Krasesawet, Louhapensang & Saribut (2015) กล่าวว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นการสร้างเอกลักษณ์และเมื่อพบเห็นแล้วทำให้ระลึกถึงสถานที่นั้น ส่วนในการศึกษาความต้องการบรรจุภัณฑ์นั้นเป็นการศึกษาความต้องการในเชิงลึกที่ให้ความสำคัญกับผู้ที่มีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สินค้าเชิงวัฒนธรรมรูปหนังตะลุง ซึ่งการวิจัยด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยทั่วไปมักพิจารณาเพียงความต้องการของลูกค้า แต่ในความเป็นจริงยังมีผู้จำหน่ายและผู้สร้างสรรค์งานออกแบบท้องถิ่นที่มีความต้องการบรรจุภัณฑ์ในบริบทของตน โดยผู้จำหน่ายจะพิจารณาถึงเรื่องความคุ้มค่าเป็นหลัก ผู้ซื้อสินค้าจะมีความต้องการในด้านความสะดวกและความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการซื้อผลิตภัณฑ์ และนักออกแบบจะให้ความสำคัญทางด้านความงามที่ช่วยส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ความต้องการทั้งสามส่วนดังกล่าวต่างมีบทบาทในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพราะงานออกแบบที่ดีจะต้องมีการรวบรวมข้อมูลอย่างรอบด้าน มีการแยกแยะและจัดลำดับความสำคัญของปัญหา (Boonwong, 1996) งานวิจัยนี้จึงเป็นการสร้างกรอบในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อทำให้บรรจุภัณฑ์ของสินค้าเชิงวัฒนธรรมสามารถสร้างประโยชน์สร้างความเข้มแข็งและศักยภาพให้กับผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะรูปหนังตะลุงซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมของชาวจังหวัดนครศรีธรรมราชและชาวภาคใต้

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากเงินกองทุนเพื่อการวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ประจำปีงบประมาณ 2560



References

- Boonwong, N. (1996). **Principles of Design (หลักการออกแบบ)**. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Chantachon, S., Boonchai, P., & Thidpad, P. (2009). **Cultural Identity and Local Art Values and Application of Local Products for Economic and Cultural Tourism Value Added of The Northeast The Central, and The South of Thailand (คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาค กลาง และภาคใต้)**. Isan Institute of Art and Culture Mahasarakham University, Mahasarakham, Thailand.
- Chomraka, I. (2012). Design and Development of Packaging in Teen Jok Fabrics Lablae For the Local Product Identity into the Commercial Market (การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ้าชิ้นตีนจกกลับแลเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์สู่ตลาดเชิงพาณิชย์). **Area Based Development Research**, 4(5): 5-22.
- Manus Chuaykrod , Group chairman of young Nangtalung manufacturer in Nakhon Si Thammarat. Interview, March 31, 2017.
- Klinkairwnarong, S. (2015). Packaging design to promote OTOP products (การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อผลิตภัณฑ์ OTOP). **Department of Science Service Journal**, 63(199): 19-21.
- Krasesawet, P., Louhapensang, C., & Saribut, U. (2015). Study and Development of Prototype Souvenirs and Packaging for Architectural Attraction, Sanam Chandra Palace, Nakhom Pathom Province(การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้นแบบและบรรจุภัณฑ์สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสถาปัตยกรรมพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม). **Art and Architecture Journal Naresuan University**, 6(2): 70-79.
- Manager Online. (2013). **Nakhon Si Thammarat has launched 20 aggressive campaigns in an integrated manner (นครศรีธรรมราช เปิด 20 แคมเปญเชิงรุกในลักษณะบูรณาการ)**. [Online]. Retrieved July 30, 2017 from <http://manager.co.th/south/viewnews.aspx?News>

- Office of the National Economic and Social Development Board. (2009). **The Creative Economy (เศรษฐกิจสร้างสรรค์)**. [Online]. Retrieved July 12, 2017 from <http://thaiembassy.org/seoul/contents/files/business-20130905-090645-658148.pdf>
- Suksikarn, R., Suksikarn, J, and Chuaykrod, M. (2011). The Development on Shadow Puppet Carving Handicraft by Participatory Action Research: A Case Study of Shadow Puppet Leather Carving in Nakhon Si Thammarat (การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมหนังตะลุง โดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา ชุมชนสร้างสรรค์หัตถกรรมภาพแกะหนังตะลุง ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช). **Sipakorn University Journal**, 31(2): 69-82.
- Yootong, J. (2001). **List of Nangtalung Players (ทำเนียบนายหนังตะลุง)**. Songkhla: Institute of Thaksin Studies, Thaksin University.