T 146661

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวก่อนปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสินค้าของที่ระลึกเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด ประเภทโคมไฟ, ศึกษาลักษณะเฉพาะถิ่นของศิลปะการแกะลายบนกระดาษทองอังกฤษ และศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านเกาะเกร็ด, ออกแบบปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยนำศิลปะการแกะลายบนกระดาษทองอังกฤษมาประยุกต์เข้ากับรูปแบบให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบปรับปรุงพัฒนาแล้ว เพื่อเป็นแนวทางให้ช่างผู้ผลิตนำไปใช้ประโยชน์ได้

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวเกาะเกร็ดและชาวตะวันตกจำนวน 250 คน, ช่างผู้ผลิตงานศิลปะการแกะลายบนกระดาษทองอังกฤษ ได้แก่พันเอกชาติวัฒน์ งามนิยม และช่างผู้ที่ดำรงวิชาชีพทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านเกาะเกร็ด ที่ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 3 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม ประกอบภาพจำลอง และต้นแบบ นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยบรรยาย หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และ Paired Samples T-test

ผลการวิจัยสรุปว่า รูปแบบผลิตหัตถกรรมสินค้าของที่ระลึกเกาะเกร็ดประเภทโคมไฟ ที่ออกแบบตามแนวทางการพัฒนารูปแบบที่ 1 โดยรวมสามารถส่งเสริมปัจจัยที่ก่อให้เกิดคุณค่าของงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน, ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการค้า และปัจจัยที่ก่อให้เกิดการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตรงตามความต้องการ แตกต่างกับรูปแบบผลิตหัตถกรรมสินค้าของที่ระลึกเกาะเกร็ดประเภทโคมไฟรูปแบบเดิมที่มีขายในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญ.05 และช่างผู้ผลิตสามารถนำตัวอย่างรูปแบบที่ได้จากแนวทางการพัฒนา หรือนำแนวทางการพัฒนาไปใช้ประโยชน์ในการสร้างสรรค์รูปแบบได้

The objectives of This research were to study about the tourist' opinions for Koh Kred original handcraft earthenware lampshade souvenir products, the artistic uniqueness of local handcrafts, the application of carving techniques on English–golden Paper, local handcrafts and earthenware in order to improve Koh Kred lampshade product design for serving the needs of tourist target group with English-golden paper carving technique applied on the local lampshade design, to get feedbacks from customers and to map out the conceptual guidelines for local manufacturers.

The research samples consisted of 250 Thai and foreigner tourists in Koh Kred, an English-golden paper carver, Colonel Chartwut Ngamniyom and 3 local handcraft and earthenware manufacturers. The research tools composed of interviewing forms, questionnaires with simulation and multi-stage product models. After collecting data, it can be analyzed by calculating descriptive statistics including percentage, average, standard deviation and hypothesis test.

The research conclusion was remodeling of Koh Kred Lampshade souvenir by development way 1 was able to support value added factors for local handcrafts, commercial and traveling promotion by demands. It was significant different from the original handcrafts and lampshade souvenirs in the present market by level 0.05. As a result, the manufacturers can use the new design and improvement ways to enhance creativity.