

การออกแบบและพัฒนารูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน  
กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี  
Design and development of pottery products by the participation of the community  
Case Study of Pak Huai Wang Nong Pottery Group Learning Center  
Ubon Ratchathani Province

ชัชวาล ชันติคเชนชาติ นิธินันท์ นาครินทร์ วีรดา โชติพันธ์ ธเนศ ศรพรหม ยูทธศักดิ์ ทองแสน  
และเพ็ญภา คำแพง  
Chatchawan Kantikachenchart, Nithinan Nakkarin, Theerada Chotipant, Tanet Sonphrom,  
Yuttasak Thongsan, and Pennapa Kumpang

คณะวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี  
Faculty of Computer Science Ubon Ratchathani Rajabhat University  
E-mail: chatchawan.k@ubru.ac.th

Received: May 28, 2024; Revised July 18, 2024; Accepted: July 23, 2024

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลรูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี 2) เพื่อออกแบบและพัฒนารูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา 3) เพื่อประเมินรับรองคุณภาพรูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา และ 4) เพื่อประเมินความพึงพอใจการออกแบบและพัฒนารูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตัวอย่าง คือ ช่างทำเครื่องปั้นดินเผา 3 คน เลือกแบบเจาะจง ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย และชาวบ้านในชุมชน จำนวน 30 คน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย โดยการจับฉลาก เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นแบบประเมินรับรองผลิตภัณฑ์ และแบบประเมินความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

#### ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลจากการศึกษาข้อมูลรูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่พัฒนาขึ้นจากการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่าศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง มีรายได้หลักส่วนใหญ่จากการผลิตครกเป็นอาชีพหลัก แต่มีความต้องการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ให้ทันยุคสมัยที่จะสามารถเพิ่มมูลค่าและขยายฐานลูกค้าในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

2. ผลการออกแบบและพัฒนารูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา พบว่า ช่างทำเครื่องปั้นดินเผามีความเห็นสอดคล้องกันในรูปแบบเครื่องปั้นดินเผาชุดเครื่องดริปเปอร์กาแฟ โดยการประยุกต์ใช้การลงสีและเคลือบแบบเซรามิกส์ที่ผู้วิจัยและช่างทำเครื่องปั้นดินเผามีส่วนร่วมในการออกแบบและพัฒนาขึ้น

3. ผลการประเมินรับรองการออกแบบและพัฒนารูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่าเหมาะสมมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

4. ผลจากการประเมินความพึงพอใจการออกแบบและพัฒนารูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา พบว่า พึงพอใจมาก 1) ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.33 2) ด้านการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 3.83 3) ด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.36

**คำสำคัญ:** การออกแบบ ผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา การมีส่วนร่วม

### Abstract

The objectives of this research were: 1) To study information on shapes and patterns of pottery products. By community participation Case study of the Pak Huai Wang Nong Pottery Learning Center Ubon Ratchathani Province 2) To design and develop shapes and patterns for pottery products. 3) To evaluate and certify the quality of shapes and patterns for pottery products. 4) To assess satisfaction with the design and development of shapes and patterns for pottery products. The sample group was 3 pottery makers, purposively selected, and 3 experts using a simple random sampling method. and 30 villagers in the community using a simple random sampling method. By drawing lots The research tools include Structured in-depth interviews Developed products Product certification evaluation form and satisfaction assessment form Statistics used to analyze data Including average percentage standard deviation.

The research findings were as follows.

1. The results of the study of the pattern data of pottery products developed from community participation found that the Pak Huai Wang Nong Pottery Learning Center has the main income from the production of mortars as the main occupation. However, there is a need to develop new product forms that are up-to-date and can increase the value and expand the customer base for selling the community's products to meet the needs of current consumers.

2. The results of the design and development of the pattern shape of pottery products found that potters have consistent opinions on the form of the pottery coffee dripper set by applying the coloring and glazing of ceramics that the researcher and pottery makers participated in the design and development.

3. As a result, assess the certifier. Remember to check the pottery products by experts and very suitable with a standard of 4.23

4. Results from the need to be remembered. Keep in mind these pottery products 1) reflect the design. Product Procedure 4.33 2) Usability Responsive 3.83 3) Marketing Test Responsive 4.36

**Keywords:** Design, Product, Pottery, Engagement

### บทนำ

ประเทศไทยมีแหล่งหัตถกรรมพื้นบ้านมาตั้งแต่สมัยยุคก่อนประวัติศาสตร์มีการสืบทอดภูมิปัญญามาจนถึงปัจจุบัน เครื่องปั้นดินเผาเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่มีการผลิตและซุดค้นพบในทุกภาคของประเทศ โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการซุดค้นพบเครื่องปั้นดินเผาตามแหล่งต่าง ๆ แหล่งโบราณคดีบ้านเชียงหรือแอ่งสกลนคร พบ

ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โลหะ และเครื่องกระตุมมนุษย์ พบว่า มีอายุประมาณ 5,600 ปี (บุญชู บัญสุข, บุญทอง อินตา และ สามารถ ดวยกระโทก, 2561)

ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาห้วยวังนองเป็นที่รู้จักของคนในจังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดใกล้เคียงมาอย่างต่อเนื่องยาวนานกว่า 50 ปี ในอดีตมีกลุ่มผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผากว่า 200 รายแต่ในปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่พบปัญหาขาดทุนจนต้องเลิกกิจการไปเป็นจำนวนมากไม่น้อย กระทั่งในปัจจุบันเหลือผู้ประกอบการซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตภายในชุมชนประมาณ 40-50 ราย ส่วนมากก็ยังคงมีรูปแบบคล้ายคลึงกันและการตกแต่งลวดลายที่คล้ายคลึงกันตั้งแต่ในอดีตและประสบปัญหาการขาดทุนอยู่อย่างต่อเนื่อง งานเครื่องปั้นดินเผาซึ่งเป็นภูมิปัญญาของชุมชนที่สืบทอดต่อเนื่องจากรุ่นสู่รุ่นมายาวนานกำลังประสบปัญหาการขาดทุนอย่างต่อเนื่องจากผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้ผลิตในชุมชนได้รับผลตอบแทนที่ไม่คุ้มค้ำมักจะประสบกับภาวะขาดทุนอยู่บ่อยครั้ง ทำให้ผู้ประกอบการส่วนมากเลิกกิจการและหันไปประกอบธุรกิจอย่างอื่นแทน หากจำนวนผู้ประกอบการอันเป็นผู้ผลิตที่สืบทอดภูมิปัญญาเหล่านี้มายาวนานหันไปประกอบกิจการอย่างอื่นจนหมดและขาดการสืบทอดภูมิปัญญาอันมีค่าของชุมชน การทำเครื่องปั้นดินเผาที่ได้สืบทอดกันมาจากอดีตจนเป็นที่รู้จักของชุมชนอาจจะต้องสูญหายและหมดไปจากชุมชนในที่สุดดังที่เคยเกิดขึ้นมาแล้วในหลาย ๆ ชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานี (ศิษย์ ลือนาม และวิจิต คลังบุญครอง, 2555) ชุมชนเครื่องปั้นดินเผาห้วยวังนอง เป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่ ช่างปั้นเป็นอาชีพหลักของคนในชุมชนปากห้วยวังนอง ตำบลประทุมริมฝั่งแม่น้ำมูลมาเป็นเวลานาน ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงและผลิตจำหน่ายและส่งออกเป็นหลัก คือ กระจกกระจ่างตันไม้ไผ่ เป็นต้น ดินที่ใช้ในการผลิตคือดินเหนียวในพื้นที่ เต่าเผาที่ใช้ในชุมชนคือเต่าฟืนซึ่งเป็นเต่าฟืนขนาดใหญ่ที่ใช้ฟืนในการเผาค่อนข้างมากทำให้ต้นทุนในการผลิตสูงเนื่องจากต้องซื้อไม้เพื่อนำมาทำฟืน เมื่อผลิตมาเป็นเวลาช้านานจึงทำให้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบหลักในการผลิตคือดินเหนียวพื้นบ้านเริ่มเหลือน้อย ฟืนเริ่มหายากและมีราคาที่สูงขึ้น ทำให้ผู้ผลิตเริ่มตระหนักถึงวัตถุดิบที่จะใช้ในการผลิตต่อไปในอนาคตซึ่งต้นทุนในการผลิตเริ่มมีราคาที่สูงขึ้นแต่ราคาขายยังคงที่ (ชนิษฐา ชันคำ, 2565)

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเพื่อกำหนดประเด็นปัญหาจึงทราบว่า ผลิตภัณฑ์ของศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี ยังคงผลิตรูปแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมมาตลอดเพื่อจำหน่ายหรือในบางกรณีผู้บริโภคมีรูปแบบมาให้ผลิตตามซึ่งเป็นรูปแบบเฉพาะของผู้บริโภค ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์และพูดคุยเบื้องต้นกับปราชญ์ชุมชนจึงได้ข้อมูลว่า “ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี ต้องการที่จะพัฒนารูปแบบที่มีความโดดเด่นทันสมัยใหม่ที่จะสามารถเพิ่มมูลค่าและขยายฐานลูกค้าในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้มากยิ่งขึ้น” บวร พงษ์พิระ (สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2565) ดังนั้น ผู้วิจัยและปราชญ์ชุมชนวิเคราะห์ร่วมกัน พบว่าผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีความนิยมการนำเครื่องปั้นดินเผาไปใช้ในการตกแต่งครัวเรือนหรือสถานที่ท่องเที่ยว จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดแนวคิดที่ตรงกันในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาของศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี ผนวกกับศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาที่ยังสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายรูปแบบที่มีความสอดคล้องประเพณีและวัฒนธรรมภูมิปัญญาของชุมชนในศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี

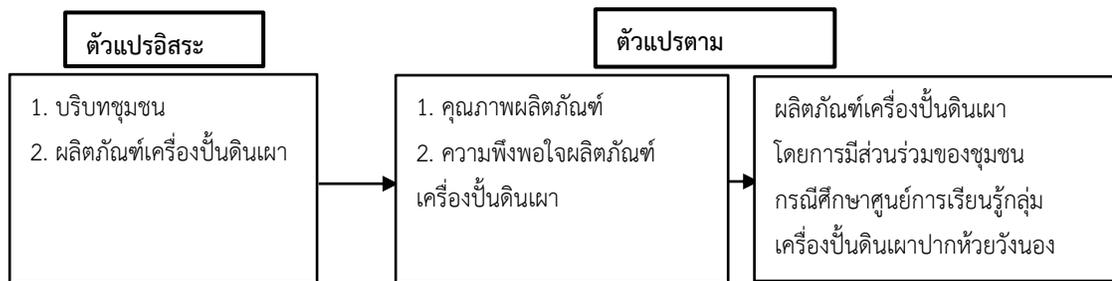
### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลรูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี

2. เพื่อออกแบบและพัฒนารูปทรงลดทอนผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี

3. เพื่อประเมินรับรองคุณภาพรูปทรงลดทอนผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี

4. เพื่อประเมินความพึงพอใจการออกแบบและพัฒนารูปทรงลดทอนผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

1. ช่างทำเครื่องปั้นดินเผา จากผู้มีประสบการณ์การทำผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง หมู่ 11 ตำบลพุ่ม อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 3 คน โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง

2. ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการสอนในสถานศึกษาหรือนักวิชาการ จำนวน 3 ท่าน โดยใช้วิธีเลือกแบบสุ่มอย่างง่าย ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด ดังนี้ 1) มีตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าวิทยฐานะชำนาญการพิเศษ หรือวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาโททางด้าน การออกแบบผลิตภัณฑ์หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง 2) มีประสบการณ์การปฏิบัติงานในหน้าที่ต่อเนื่องกัน ไม่น้อยกว่า 5 ปี

3. ตัวแทนชาวบ้านที่ทำเครื่องปั้นดินเผาในเขตพื้นที่วิจัยในชุมชนเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง หมู่ 11 ตำบลพุ่ม อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี อาศัยอยู่ในพื้นที่ไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีเลือกแบบสุ่มอย่างง่าย เพื่อประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่มีโครงสร้าง ช่างทำเครื่องปั้นดินเผา ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี

2. แบบประเมินรับรองรูปทรงลดทอนผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี

3. แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบและพัฒนาอุปกรณ์ทรงลดตายผลิตภัณฑ์ ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญพิจารณาจำนวน 3 ท่านเพื่อพิจารณาในด้านความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามโดยเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) มากกว่า .50 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ทำแบบสอบถามจริง ซึ่งคำถามที่ใช้เป็นเครื่องมือวัดตัวแปรใดตัวแปรหนึ่ง ยิ่งมีความแปรปรวนสูงเท่าใดจะทำให้ความเชื่อมั่นของตัวแปรดังกล่าวลดต่ำลง ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่คำนวณได้จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ใน กรณีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้สูงหรือค่อนข้างสูง ถ้าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่าเข้าใกล้ .5 หรือมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ปานกลางหรือมีความเชื่อถือได้ค่อนข้างน้อยหรือน้อยตามลำดับ โดยนำแบบสอบถามที่มีค่าความตรงตั้งแต่ .70 ขึ้นไปนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง จากตัวอย่างจำนวน 20 คน ผลการคำนวณ พบว่า

ด้านที่ 1 ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .830

ด้านที่ 2 ด้านการใช้งาน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .796

ด้านที่ 3 ด้านการตลาด มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .823

โดยสรุปแบบสอบถามพบว่า แบบสอบถามมี 3 ด้าน รวมทั้งหมด 14 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงตามความมุ่งหมายของการวิจัยการออกแบบและพัฒนาอุปกรณ์ทรงลดตายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี โดยแบ่งเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษารวบรวมข้อมูลอุปกรณ์ทรงลดตายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี มีขั้นตอนดังนี้

1. วางแผนการกำหนดปฏิบัติการลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์ช่างทำเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งในศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง มีนายบวร พงษ์พิระ (พ่อใหญ่เปี้ยก) เป็นช่างปั้นและเป็นผู้ก่อตั้งศูนย์การเรียนรู้ ผู้วิจัยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะจง โดยมีช่างปั้นที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 2 คน ภายในศูนย์ และพ่อใหญ่เปี้ยก 1 คน รวมจำนวน 3 คน

2. ติดต่อประสานงานผู้นำชุมชนเพื่อขอความอนุเคราะห์ลงพื้นที่เก็บข้อมูลอุปกรณ์ทรงลดตายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา และขออนุญาตสัมภาษณ์ช่างทำเครื่องปั้นดินเผา

3. ทำหนังสือจากต้นสังกัดขอความอนุเคราะห์ลงพื้นที่สัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล

4. ลงพื้นที่สัมภาษณ์ช่างทำเครื่องปั้นดินเผาเกี่ยวกับความรูปร่างแบบผลิตภัณฑ์และบันทึกภาพผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมเพื่อนำมาประกอบในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยช่างปั้นให้ความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ได้ทุกช่วงเวลาของการทำงานทุกวัน ซึ่งในบางช่วงวันเวลาอาจจะต้องสัมภาษณ์ในขณะที่ทำงานไปด้วย เพราะต้องผลิตงานให้ทันตามกำหนดเวลาที่ลูกค้าสั่งผลิตไว้

5. ส่งเคราะห์ข้อมูลจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ช่างทำเครื่องปั้นดินเผาที่ทำผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เพื่อใช้ในการดำเนินการวิจัยในขั้นต่อไป

ระยะที่ 2 พัฒนารูปทรงลดตายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี มีขั้นตอนดังนี้

1. สังเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ เพื่อนำมาออกแบบรูปทรงและลวดลายทำผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

2. นำรูปแบบที่ (ร่าง) ต้นแบบเสนอต่อช่างทำเครื่องปั้นดินเผา เพื่อให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะสำหรับนำไปปรับปรุงแก้ไข โดยช่างปั้นเครื่องปั้นดินเผา จำนวน 3 คน (ข้อ 1.1)

3. ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะจากช่างทำเครื่องปั้นดินเผา

4. นำภาพร่างผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของปราชญ์ชุมชน มาดำเนินการปั้นให้ได้รูปทรงของผลิตภัณฑ์ต้นฉบับจริง

5. ร่างแบบประเมินรับรองผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

6. นำแบบร่างประเมินรับรองผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญที่ไม่ใช่ผู้ประเมินรับรองผลิตภัณฑ์

7. ปรับปรุงแก้ไขแบบประเมินรับรองผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

8. นำต้นแบบผลิตภัณฑ์ เสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินรับรองผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

ระยะที่ 3 ประเมินความพึงพอใจการออกแบบและพัฒนารูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ทัศนศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี มีขั้นตอนดังนี้

1. ร่างแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อรูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ทัศนศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี โดยมีประเด็นข้อคำถามความพึงพอใจทั้งหมด 3 ประเด็นหลักคือ 1) ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และรายการประเมินย่อย 4 ข้อคำถาม 2) ด้านการใช้งาน และรายการประเมินย่อย 4 ข้อคำถาม และ 3) ด้านการตลาด และรายการประเมินย่อย 6 ข้อคำถาม

2. นำร่างแบบสอบถามความพึงพอใจเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ประเมินรับรองผลิตภัณฑ์ เพื่อให้คำแนะนำสำหรับนำไปปรับปรุงให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3. นำร่างแบบสอบถามความพึงพอใจปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ (ข้อ 3.2)

4. นำแบบสอบถามความพึงพอใจเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเพื่อพิจารณาในด้านความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามโดยเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC)

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ทำแบบสอบถามจริง จำนวน 20 คน

6. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ทัศนศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

#### สถิติในการวิเคราะห์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล แบบประเมินรับรองผลิตภัณฑ์ และแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ทัศนศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S)

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินรับรองรูปทรงและลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ทัศนศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย อาศัยแนวคิดของ บุญชม ศรีสะอาด (2553) แล้วแปลความหมายตามเกณฑ์ที่กำหนด ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	4.51-5.00	หมายความว่า	เหมาะสมมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	3.51-4.50	หมายความว่า	เหมาะสมมาก
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	2.51-3.50	หมายความว่า	เหมาะสมปานกลาง
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	1.51-2.50	หมายความว่า	เหมาะสมน้อย
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	1.00-1.50	หมายความว่า	เหมาะสมน้อยที่สุด

การวิเคราะห์หาความค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามความพึงพอใจก่อนนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) สำหรับการวัดความเชื่อถือได้ของข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบการประเมิน (Rating scale) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ $\alpha$	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
n	แทน	จำนวนของแบบสอบถาม
$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแบบสอบถามเป็นรายข้อ
$\sum S_t^2$	แทน	คะแนนความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อรูปทรงและลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้วิเคราะห์ค่าทางสถิติโดยการหาค่าเฉลี่ย มีเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	4.51-5.00	หมายความว่า	พึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	3.51-4.50	หมายความว่า	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	2.51-3.50	หมายความว่า	พึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	1.51-2.50	หมายความว่า	พึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	1.00-1.50	หมายความว่า	พึงพอใจน้อยที่สุด

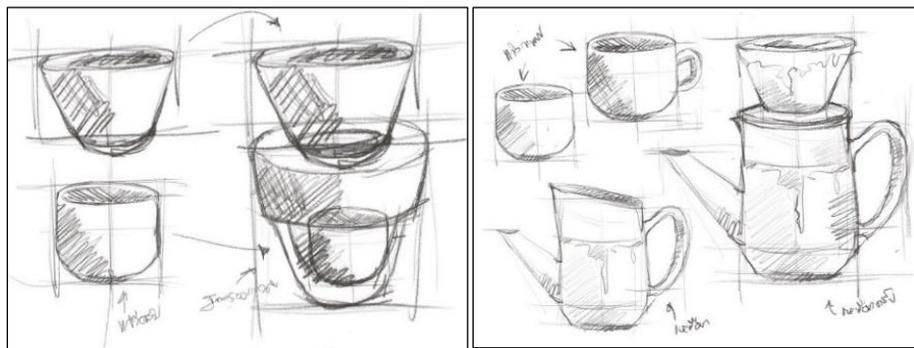
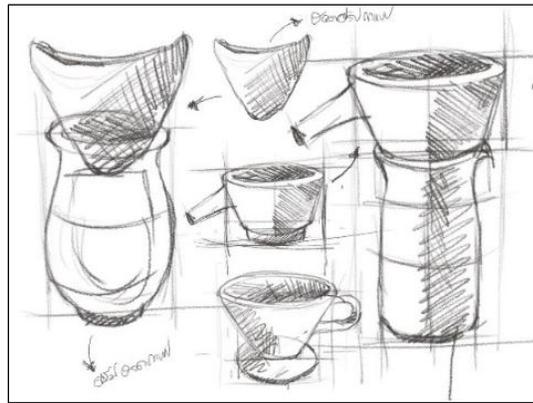
### ผลการดำเนินงานวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง การออกแบบและพัฒนารูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งผลการศึกษาพบว่า

1. ผลจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ บันทึกภาพ ความเป็นมาของศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง บันทึกภาพผลิตภัณฑ์ที่ยังคงผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมคือ ครก ที่มี การสั่งสินค้าจากผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง และผลิตได้ไม่ทันต่อการสั่งซื้อแต่ละครั้ง จึงเป็นผลิตภัณฑ์หลักที่ผลิตเป็นประจำของศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง ส่วนผลิตภัณฑ์อื่น ๆ พ่อใหญ่เปี้ยกจะผลิตตามรูปแบบของลูกค้าที่สั่งมาโดยเฉพาะ “ซึ่ง นายบวร พงษ์พิระ (พ่อใหญ่เปี้ยก) ได้บอกกับคณะผู้วิจัยว่า อยากพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปวางจำหน่ายตามงานวันสำคัญ หรือประเพณีต่าง ๆ ของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเป็นการเปิดตลาดของรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้ทันยุคสมัย” คณะผู้วิจัยจึงได้เสนอและ

รวมกันกับช่างทำเครื่องปั้นดินเผาเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน คือการทำผลิตภัณฑ์ที่กำลังทันสมัย เช่น แก้วกาแฟ เขือกกาแฟ อุปกรณ์ตริปกาแฟ เป็นต้น โดยเฉพาะปัจจุบันผู้บริโภคมีความต้องการการดื่มกาแฟ หรือหาร้านกาแฟ ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของร้านนั้น ๆ ช่างทำเครื่องปั้นดินเผาจึงมีความคิดเห็นพ้องต้องกันว่ามีความน่าสนใจที่จะพัฒนาเครื่องปั้นดินเผาชุดเครื่องตริปเปอร์กาแฟ โดยการประยุกต์ใช้การลงสีและเคลือบแบบเซรามิกส์

2. ผลการออกแบบและพัฒนารูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ภูมิศึกษา ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากการลงพื้นที่ สัมภาษณ์โดยกระบวนการมีส่วนร่วมจากช่างทำเครื่องปั้นดินเผา เพื่อนำมาออกแบบรูปทรงและลวดลายทำผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาแบบใหม่ (ภาพที่ 2 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ใหม่) ซึ่งช่างทำเครื่องปั้นดินเผามีความเห็นสอดคล้องกันในรูปแบบ (ร่าง) เครื่องปั้นดินเผาชุดเครื่องตริปเปอร์กาแฟ โดยการประยุกต์ใช้การลงสีและเคลือบแบบเซรามิกส์ ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นจากข้อชี้แนะช่างทำเครื่องปั้นดินเผาที่มีส่วนร่วมในการออกแบบและพัฒนาขึ้น โดยให้ช่างทำเครื่องปั้นดินเผาดำเนินการตามกระบวนการปั้น เเผา และลงสี ให้ได้รูปทรงของผลิตภัณฑ์ตามรูปแบบเครื่องปั้นดินเผาชุดเครื่องตริปเปอร์กาแฟ โดยการประยุกต์ใช้การลงสีและเคลือบแบบเซรามิกส์ ดังนี้



ภาพที่ 2 ภาพร่างผลิตภัณฑ์ใหม่



ภาพที่ 3 ชุดผลิตภัณฑ์ตรีเปอร่ากาแฟที่พัฒนาขึ้น

3. ผลการประเมินรับรองผลิตภัณฑ์การออกแบบและพัฒนารูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ 3 ท่าน โดยมีประเด็นข้อคำถามการประเมินรับรองผลิตภัณฑ์ 6 ด้าน 1) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ 2) ด้านกระบวนการผลิต 3) ด้านการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ 4) ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ 5) ด้านการอนุรักษ์ภูมิรูปแบบท้องถิ่น และ 6) ด้านการประยุกต์และทันสมัย โดยรวมอยู่มีความเหมาะสมมาก ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลจากการประเมินรับรองผลิตภัณฑ์การออกแบบและพัฒนารูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี โดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมินผล	$\bar{x}$	S	ระดับความเหมาะสม
1. ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์	4.20	.52	เหมาะสมมาก
2. ด้านกระบวนการผลิต	4.26	.63	เหมาะสมมาก
3. ด้านการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์	4.22	.43	เหมาะสมมาก
4. ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์	4.36	.86	เหมาะสมมาก

**ตารางที่ 1** ผลจากการประเมินรับรองผลิตภัณฑ์การออกแบบและพัฒนาอุปกรณ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี โดยผู้เชี่ยวชาญ (ต่อ)

รายการประเมินผล	$\bar{x}$	S	ระดับความเหมาะสม
5. ด้านการอนุรักษ์รูปแบบท้องถิ่น	3.93	.53	เหมาะสมปานกลาง
6. ด้านการประยุกต์และทันสมัย	4.43	.87	เหมาะสมมาก
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>4.23</b>	<b>.64</b>	<b>เหมาะสมมาก</b>

จากตารางที่ 1 ผลจากการประเมินรับรองผลิตภัณฑ์การออกแบบและพัฒนาอุปกรณ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี โดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า มีความเหมาะสมมาก ( $\bar{x} = 4.23, S = .64$ ) รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการประยุกต์และทันสมัย อยู่ในระดับเหมาะสมมาก ( $\bar{x} = 4.43, S = .87$ ) รายการที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับเหมาะสมมาก ( $\bar{x} = 4.36, S = .86$ ) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือ ด้านการอนุรักษ์รูปแบบท้องถิ่น อยู่ในระดับเหมาะสมปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 3.93, S = .53$ )

4. ความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบและพัฒนาอุปกรณ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี โดยมีประเด็นข้อคำถามความพึงพอใจทั้งหมด 3 ประเด็นหลักดังนี้ 1) ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ 2) ด้านการใช้งาน และ 3) ด้านการตลาด ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบและพัฒนาอุปกรณ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

รายการประเมินผล	$\bar{x}$	S	ระดับความพึงพอใจ
มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น	4.32	.84	พึงพอใจมาก
มีความโดดเด่นไม่เหมือนใคร	4.40	.90	พึงพอใจมาก
มีรูปแบบที่ประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม	4.36	.78	พึงพอใจมาก
รูปแบบผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.24	.82	พึงพอใจมาก
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>4.33</b>	<b>.83</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>

จากตารางที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบและพัฒนาอุปกรณ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี “ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์” พบว่า มีความพึงพอใจมาก ( $\bar{x} = 4.33, S = .83$ ) รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความโดดเด่นไม่เหมือนใคร อยู่ใน

ระดับพึงพอใจมาก ( $\bar{x} = 4.40, S = .90$ ) รายการที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ มีรูปแบบที่ประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ( $\bar{x} = 4.36, S = .78$ ) และและรายการที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือ รูปแบบผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ( $\bar{x} = 4.24, S = .82$ )

**ตารางที่ 3** ความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบและพัฒนารูปทรงลดตายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานีด้านการใช้งาน

รายการประเมินผล	$\bar{x}$	S	ระดับความพึงพอใจ
ความคงทนของสินค้า	4.22	.65	พึงพอใจมาก
คุณภาพของสินค้า	4.26	.63	พึงพอใจมาก
มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน	2.64	.48	พึงพอใจปานกลาง
เหมาะที่จะเป็นของที่ระลึก ของฝาก	4.22	.46	พึงพอใจมาก
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>3.83</b>	<b>.55</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>

จากตารางที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบและพัฒนารูปทรงลดตายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี “ด้านการใช้งาน” พบว่า มีความพึงพอใจมาก ( $\bar{x} = 3.83, S = .55$ ) รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของสินค้า อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ( $\bar{x} = 4.26, S = .63$ ) รายการที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ ความคงทนของสินค้า อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ( $\bar{x} = 4.22, S = .65$ ) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ( $\bar{x} = 2.64, S = .48$ )

จากผลการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบและพัฒนารูปทรงลดตายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ด้านการใช้งาน ในรายการประเมินผลหัวข้อ “มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน” ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ ( $\bar{x} = 2.64, S = .48$ ) จากการวิเคราะห์สาเหตุจากผู้ทำแบบประเมินความพึงพอใจมีระดับอายุ เพศ และลักษณะการนำไปใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันออกไป

**ตารางที่ 4** ความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบและพัฒนารูปทรงลดตายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานีด้านการตลาด

รายการประเมินผล	$\bar{x}$	S	ระดับความพึงพอใจ
ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความสวยงามเหมาะสม	4.38	.90	พึงพอใจมาก
สามารถสื่อถึงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นได้	4.40	.90	พึงพอใจมาก
ขนาดมีความเหมาะสมกับพื้นที่ในการจัดจำหน่าย	4.30	.81	พึงพอใจมาก
สามารถชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบถึง ชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์	4.26	.96	พึงพอใจมาก
สามารถแสดงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต	4.54	.50	พึงพอใจมากที่สุด

**ตารางที่ 4** ความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบและพัฒนารูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานีด้านการตลาด (ต่อ)

รายการประเมินผล	$\bar{x}$	S	ระดับความพึงพอใจ
มีความเหมาะสมด้านราคา	4.28	.54	พึงพอใจมาก
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>4.36</b>	<b>.76</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>

จากตารางที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบและพัฒนารูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี “ด้านการตลาด” พบว่า มีความพึงพอใจมาก ( $\bar{x} = 4.36, S = .76$ ) รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถแสดงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.54, S = .50$ ) รายการที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ สามารถสื่อถึงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ( $\bar{x} = 4.40, S = .90$ ) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือ สามารถชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบถึง ชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ( $\bar{x} = 4.26, S = .96$ )

### สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยการออกแบบและพัฒนารูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี โดยการดำเนินโครงการมีทั้งหมด 3 ระยะ และมีผลการดำเนินงานวิจัยดังนี้

ระยะที่ 1 ผลการศึกษารวบรวมข้อมูลรูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาของศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง ในภาพรวมของชุมชนรายได้ส่วนใหญ่ของชุมชนปากห้วยวังนองมาจากการขายครกโดยผ่านการจำหน่ายให้พ่อค้าคนกลาง ซึ่งราคาขายส่งต่อ 1 ใบมีตั้งแต่ ราคา 7 บาท 10 บาท จนถึง ราคา 17 บาท ซึ่งแล้วแต่ขนาดของครก ในการเผาครกหนึ่งเตาเผาจะสามารถผลิตครกได้ 3,000 ใบโดยประมาณและได้เงินประมาณ 3-4 หมื่นบาท โดยเฉลี่ยทั้งชุมชน 1 เดือนสามารถผลิตครกได้ประมาณ 20,000-30,000 ลูก โดยจำหน่ายส่งออกไปให้พ่อค้าคนกลางที่จะกระจายสินค้าไปทั่วประเทศ ซึ่งในเขตภาคอีสานจะเป็นของกลุ่มปากห้วยวังนองทั้งหมดที่ออกไปยัง กรุงเทพฯ ภาคใต้ โดยเฉพาะกลุ่มคนที่นับถือศาสนาอิสลามก็ใช้ครกของชุมชนปากห้วยวังนองเช่นกัน โดยใช้ในการตำเครื่องแกง รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านที่ส่งออกครก เช่น มาเลเซีย เมียนมา โดยเฉพาะประเทศเมียนมามีความนิยมรับประทานส้มตำเช่นกัน โดยมากจะเป็นกลุ่มชาวไร่ชาวนา ผลิตภัณฑ์ครกจึงเป็นสื่อกลางทางวัฒนธรรมหรือข้ามวัฒนธรรม ซึ่งกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนองมีแนวคิดที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดและตรงความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีความนิยมนำเครื่องปั้นดินเผาไปใช้ในการตกแต่งบ้านครัวเรือน ร้านกาแฟ ร้านอาหาร หรือตามสถานที่ท่องเที่ยว จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดแนวคิดที่ตรงกันในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาของศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนองที่สามารถพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายรูปแบบที่สอดคล้องกับประเพณีและวัฒนธรรมของท้องถิ่น

ระยะที่ 2 ผลการพัฒนารูปทรงลดทอนผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน วิทยาลัยศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาของกลุ่มศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนองนั้น สิ่งที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีการพัฒนาขึ้นได้นั้นคือการทำปราชญ์ชุมชนหรือช่างปั้นได้มีการพัฒนาตัวเองโดยการศึกษาจากสื่อโซเชียลมีเดียเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผาสมัยใหม่ดูยูทูป ดูรูปร่างรูปทรงเครื่องปั้นดินเผา งานของประเทศอื่น ๆ เช่น จากเกาหลี จากญี่ปุ่น สไลด์เครื่องปั้นดินเผาของเขาเป็นงานศิลปะหรืองานอาร์ต ซึ่งดูแล้วมีคุณค่าทางกลุ่มเลยอยากให้เห็นคุณค่าดีที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ทางกลุ่มพยายามพัฒนาทักษะตัวเองลองเอาความรู้ที่มีไปทำอย่างอื่นนอกจากครก ทำจาน ทำถ้วย ทำแก้ว และทำตามแบบผู้บริโภค และได้ทดลองทำชุดแก้วกาแฟหรือที่เรียกว่า ชุดดริปเปอร์กาแฟ เพราะในปัจจุบันผู้คนหันมาบริโภคกาแฟที่เป็นกาแฟสด ผ่านการบดที่ให้ความสดหอม และได้บรรยากาศของการทานกาแฟและผ่อนคลายไปกับความเป็นธรรมชาติ จึงได้รูปแบบเครื่องปั้นดินเผาชุดเครื่องดริปเปอร์กาแฟ โดยการประยุกต์ใช้การลงสีและเคลือบแบบเซรามิกส์

ผลการประเมินรับรองรูปทรงลดทอนผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน วิทยาลัยศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยรวม พบว่ามีความเหมาะสมมาก มีค่าเฉลี่ย 4.23 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการผลิต ด้านการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านการอนุรักษ์รูปแบบท้องถิ่น และด้านการประยุกต์และทันสมัย

ระยะที่ 3 ผลจากการประเมินความพึงพอใจการออกแบบและพัฒนารูปทรงลดทอนผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน วิทยาลัยศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี โดยชุมชน 30 คน โดยรวม 1) ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ พบว่า พึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .83 มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น มีความโดดเด่นไม่เหมือนใคร มีรูปแบบที่ประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม และรูปแบบผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม 2) ด้านการใช้งาน พบว่า พึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .55 ความคงทนของสินค้า คุณภาพของสินค้า มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน และเหมาะที่จะเป็นของที่ระลึก ของฝาก 3) ด้านการตลาด พบว่า พึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.36 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .76 ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความสวยงามเหมาะสม สามารถสื่อถึงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ ขนาดมีความเหมาะสมกับพื้นที่ในการจัดจำหน่าย สามารถชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบถึง ชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์ สามารถแสดงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต และมีความเหมาะสมด้านราคา

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยการออกแบบและพัฒนารูปทรงลดทอนผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน วิทยาลัยศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อภิปรายข้อค้นพบดังต่อไปนี้

1. จากการศึกษารูปทรงลดทอนผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน วิทยาลัยศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี จึงได้ทดลองปั้นในรูปแบบที่ทันสมัยแต่ยังคงใช้ดินของชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมอยู่แล้ว โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพนั้นขึ้นอยู่กับการเผาเป็นสำคัญ ปกติทางกลุ่มจะเผาเครื่องปั้นดินเผาไม่เกิน 1,200 องศา แต่การนำเทคนิคการลงสีและเคลือบด้วยสารจะใช้เวลาเผาที่ 1,200–1,300 องศา จึงต้องทดลองและหาอุณหภูมิที่เหมาะสมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เซรามิกส์จากดินของชุมชน จึงใช้สารเฟลด์สปาร์ (Feldspar) และสีขาวที่ใช้ลงบนผลิตภัณฑ์คือเซอร์โคเนียม (Zirconium) รูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่พัฒนาขึ้นจากการมีส่วนร่วมของ

ชุมชน คือ ชุดเครื่องรีปเปอร์กาแพ มีความทันสมัย โดยการประยุกต์ใช้การลงสีและเคลือบแบบเซรามิก เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และคงความเป็นเอกลักษณ์ของแบบดั้งเดิม ซึ่งเปรียบเทียบกับชนิษฐา ชันคำโชติ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การทดลองน้ำเคลือบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาห้วยวังนอง ได้ทำการทดลองสูตรเคลือบเพื่อให้เหมาะสมกับเนื้อดินเหนียวพื้นถิ่นที่ใช้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาอยู่ในปัจจุบัน โดยการทดลองสูตรเคลือบโดยใช้ทฤษฎีสู่เหลี่ยมด้านเท่า เป็นทฤษฎีที่ใช้วัดจุดในการทำเคลือบ ตั้งแต่ 4 ตัวขึ้นไป ซึ่งจะสามารถทำให้เคลือบหลอมตัวได้ดี สามารถกำหนดค่าความห่างของอัตราส่วนผสมได้จำนวน 36 จุด จำนวนสูตรเคลือบ 2 สูตร และการหาสูตรส่วนผสมน้ำเคลือบ โดยใช้ทฤษฎีสู่เหลี่ยมด้านเท่า ที่ใช้วัดจุด 3 ชนิด โดยใช้วัดจุด ในกลุ่มกรด กลุ่มกลาง และกลุ่มด่าง ได้ส่วนผสมตามการทดลอง 21 จุด จำนวน 2 สูตร หลังการทดลองการหลอมละลายของน้ำเคลือบทั้ง 4 สูตร มีทั้งจุดที่มีการหลอมละลายและไม่หลอมละลายในอุณหภูมิ 1,240 องศาเซลเซียส หลังการเผาจึงได้ทำการคัดเลือกแผ่นทดลองเคลือบจุดที่เคลือบหลอมละลายที่เหมาะสม มีทั้งเคลือบใส เคลือบทึบ เคลือบกึ่งมันกึ่งด้าน และเคลือบด้าน เพื่อใช้ในการทดลองเคลือบสี โดยใช้ทฤษฎีการจับคู่สี จำนวน 13 สูตรทำให้ได้สูตรเคลือบสีที่หลากหลายที่แตกต่างกัน จากการศึกษาและทดลองดังกล่าวได้ผลของการทดลอง ดังนี้ 1) ได้สูตรน้ำเคลือบไฟสูงเผาที่อุณหภูมิ 1,240 องศาเซลเซียสที่เหมาะสมกับเนื้อดินในชุมชน 2) ได้น้ำเคลือบและเคลือบสีที่เหมาะสมกับในการเผาด้วยเตาฟืนของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง 3) ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผาไฟสูงร่วมเพื่อเพิ่มมูลค่าเครื่องปั้นดินเผาชุมชนปากห้วยวังนอง

2. ในการออกแบบและพัฒนารูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ชุมชนมีความรู้ในการนำกระบวนการลงสีและเคลือบแบบเซรามิกส์โดยการประยุกต์ใช้รูปแบบผลิตภัณฑ์จากการพัฒนาขึ้นมาให้ทันสมัย คือการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับการรีปเปอร์กาแพเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านของศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนองให้สูงขึ้น คือ การประยุกต์ใช้รูปแบบและตกแต่งด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ มีความสวยงาม มีความคงทนมากขึ้น ดังนั้นการลงสีและเคลือบที่นำเทคนิคจากการทำเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกส์ จึงเป็นอีกวิธีหนึ่งที่สามารถเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สูงขึ้นได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุวิทย์ อินทิพย์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนางานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ในเอกลักษณ์ของชุมชนมอญปากเกร็ด สำหรับเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในความต้องการของตลาด คือ ประเภทงานจิตร จากผลการศึกษดังกล่าวสรุปได้ว่า แนวทางการประยุกต์ใช้งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาในเอกลักษณ์ของชุมชนมอญปากเกร็ด ต้องคำนึงถึงแนวคิดการออกแบบและพัฒนา 5 ประการคือ 1) ลักษณะเฉพาะถิ่น 2) ความสวยงาม 3) ประโยชน์ใช้สอย 4) ขนาดสัดส่วน 5) กรรมวิธีการผลิต สอดคล้องกับงานวิจัยของบัตร์รัฐ และคณะ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย เพื่อเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจให้กับชุมชน พบว่า ด้านทรัพยากร ส่วนใหญ่ใช้ทรัพยากรที่หาได้ในท้องถิ่น ด้านกระบวนการผลิต การวาดลวดลายเครื่องปั้นดินเผาที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้งานของแต่ละกลุ่มมีความโดดเด่นที่ไม่เหมือนกัน ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ลวดลายจะเป็นรูปปลา รูปช้าง และรูปดอกบัว ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัดสุโขทัย ด้านการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ มีการพัฒนาเครื่องมือ/อุปกรณ์ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาให้มีคุณภาพมากกว่าเดิม ด้านการส่งเสริมการตลาดมีการจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาไปตามจังหวัดต่าง ๆ และผ่านตัวแทน พร้อมทั้งจัดทำบรรจุภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้ทำการประชาสัมพันธ์เครื่องปั้นดินเผาผ่านทางช่องทางสื่อออนไลน์ ๆ ทางเพจในเฟซบุ๊ก

3. ผลการประเมินรับรองการออกแบบและพัฒนารูปทรงลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี โดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า เหมาะสม

มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .87 ด้านการประยุกต์และทันสมัย ซึ่งมีระดับเฉลี่ย 3 อันดับรองลงมา ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการผลิต และด้านการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ ซึ่งเปรียบเทียบกับศิษย์ ลือนาม และ วิชิต คลังบุญครอง (2555) ได้ศึกษา เรื่องการพัฒนาตลาดตกแต่งบนเครื่องปั้นดินเผาห้วยวังนองเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการศึกษา โดยการศึกษาตลาดจากภาพเขียนสีก่อนประวัติศาสตร์และงานแกะสลักรวมทั้งตลาดลายผ้าพื้นถิ่นเพื่อใช้ในการตกแต่งตลาดลายบนผิวผลิตภัณฑ์ จากการประมวลความรู้ที่ได้จากการวิจัยตามขั้นตอนต่าง ๆ พบว่า เทคนิคในการตกแต่งและรูปแบบผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับกระบวนการผลิตในชุมชน การออกแบบตลาดลายที่มีอัตลักษณ์อันมีที่มาจากภาพเขียนสีก่อนประวัติศาสตร์ ตลาดลายในงานหัตถกรรมและลายผ้าพื้นถิ่นสำหรับการตกแต่งบนผิวผลิตภัณฑ์เป็นที่พอใจของผู้ผลิตและผู้บริโภคสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้โดยมิได้ทำให้คุณค่าของงานเครื่องปั้นดินเผาด้อยลงไป

4. ผลจากการประเมินความพึงพอใจการออกแบบและพัฒนารูปทรงตลาดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า พึงพอใจมาก 1) ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.40 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .90 มีความโดดเด่นไม่เหมือนใคร 2) ด้านการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.26 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .63 คุณภาพของสินค้า 3) ด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.54 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .50 สามารถแสดงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต เปรียบเทียบกับงานวิจัยของ สุทัศน์ จันบัวลา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การออกแบบและพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทของที่ระลึก วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี พบว่า จุดเด่นคือมีความเป็นเอกลักษณ์บ้านเชียง ส่วนจุดด้อยคือราคาของผลิตภัณฑ์ยังค่อนข้างสูง โดยผลการประเมินเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์ต้นแบบทั้ง 4 ชุด อยู่ในระดับดีมาก ทั้งหมด การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จำนวน 4 แบบ จุดเด่นคือสามารถแสดงเอกลักษณ์ของบ้านเชียงได้อย่างเหมาะสม ส่วนจุดด้อยคือการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้เกิดความปลอดภัยจากการขนส่งได้ยกเว้นผลิตภัณฑ์แบบที่ 4 ที่มีการออกแบบที่เหมาะสมทำให้ลดจุดด้อยในด้านนี้ไปได้โดยระดับคะแนนเฉลี่ยของทั้ง 4 แบบ อยู่ในระดับดีมาก การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ ผลการประเมินเว็บไซต์ พบว่า ในด้านการออกแบบมีระดับคะแนนมากที่สุด 4.61 อยู่ในระดับดีมาก ส่วนด้านความเหมาะสมในการใช้งานมีระดับคะแนนน้อยที่สุด 4.50 อยู่ในระดับดีมาก โดยผลการประเมินในทุกด้านอยู่ในระดับดีมากทั้งหมด

จากการวิจัยการออกแบบและพัฒนารูปทรงตลาดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี การออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับการดริปปเปอร์กาแพเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านของศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนองให้สูงขึ้น เป็นการนำ เทคนิคจากการทำเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกส์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพนั้นขึ้นอยู่กับกาเผาเป็นสำคัญ ปกติทางกลุ่มจะเผาเครื่องปั้นดินเผาที่ทำมาเป็นประจำไม่เกิน 1,200 องศา แต่การนำเทคนิคการลงสีและเคลือบด้วยสาร จะใช้การเผาที่ 1,200-1,300 องศาเพื่อให้สามารถเผาสีและสารเคลือบให้คงทนมากยิ่งขึ้น จึงต้องทดลองและหาอุณหภูมิที่เหมาะสมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิกส์จากดินของชุมชน จึงเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่สามารถเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สูงขึ้นได้ ซึ่งเปรียบเทียบกับ ศิษย์ ลือนาม และ วิชิต คลังบุญครอง (2555) ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์งานเครื่องปั้นดินเผา ของชุมชนห้วยวังนอง เกี่ยวกับการพัฒนาตลาดเพื่อการตกแต่งบนผิวผลิตภัณฑ์ด้วยการใช้ดินสีสร้างตลาดลายจากภาพเขียนสีก่อนประวัติศาสตร์และงานแกะสลัก รวมทั้งตลาดลายผ้าพื้นถิ่นเพื่อใช้ในการตกแต่งตลาดลายบนผิวผลิตภัณฑ์ จะมีจุดเน้นหลักให้เหมาะสมกับวัสดุการผลิตในชุมชน ซึ่งในการผลิตของชุมชนนั้นต้องมีความสะดวก ซึ่งจากการทดสอบออกแบบพัฒนาตลาดลายเพื่อการตกแต่งบนผิวผลิตภัณฑ์ด้วยดินสีดังกล่าว สามารถได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีรูปแบบและประโยชน์ใช้สอยที่แตกต่างไปจากเดิม โดยไม่เน้นรูปทรงของผลิตภัณฑ์ แต่จะเน้นที่การใช้ดินลงสีตลาดลายแต่ยังคงเอกลักษณ์ชุมชนและให้สีตามเนื้อสีที่ใช้ในการผสมได้ที่อุณหภูมิเหมาะสมในการเผาไม่เกิน 1100 องศาเซลเซียส ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยการออกแบบชุดกาแพเซรามิกส์ดริปป

เปอร์ ที่เน้นการปั้นรูปทรงที่ทันสมัยหรือประยุกต์ผสมผสานกับรูปแบบของต่างประเทศ อีกทั้งการระบายสีลงบนพื้นผิวแบบอิสระไม่เน้นรูปทรงและรูปร่างตายตัว แต่จะเผาเซรามิกสีอุณหภูมิที่ 1,200-1,300 องศาเซลเซียส ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้เทคนิคทั้งสองอย่างรวมกันได้ แต่ต้องเผาที่อุณหภูมิที่แตกต่างกัน

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ในการพัฒนารูปทรงและลดตายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ควรศึกษาเรื่องดินของแต่ละพื้นที่เพราะแต่ละชุมชน โดยเฉพาะมวลดินมีความแตกต่างในการใช้อุณหภูมิในการเผาเครื่องปั้นดินเผา

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรคำนึงถึงความคงทนและความทันสมัย แต่ยังคงเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนนั้นๆ เพื่อให้สามารถคงความเป็นเอกลักษณ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามยุคสมัยต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาแบบร่วมสมัยที่สามารถถ่ายทอดรูปแบบเอกลักษณ์ของชุมชนไปสู่นานาชาติอารยประเทศ

### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2565 สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุบลราชธานีที่ให้ทุนสนับสนุนในการดำเนินงานวิจัยการออกแบบและพัฒนารูปทรงลดตายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี และขอขอบคุณ ประธานกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาปากห้วยวังนอง จังหวัดอุบลราชธานี ในการให้ข้อมูลความรู้ที่มากด้วยประโยชน์มาเรียงเรียงให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี หวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับชุมชน การศึกษา ประชาชน และผู้สนใจทั่วไป

### เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วน จำกัดสามลดา, 2557.
- ชนิษฐา ชันคำ. การทดลองน้ำเคลือบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาห้วยวังนอง. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. ครั้งที่ 16 (กรกฎาคม): 118-130, 2565.
- โชติ บดีรัฐ และคณะ. “การพัฒนาแบบภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย เพื่อเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจให้กับชุมชน,” วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น. 3, 1 (มกราคม-เมษายน 2562): 1-16.
- บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น, 2553.
- บุญชู บุษขุข, บุญกอง อินตา และสามารถ ดวยกระโทก. “การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านชุมชนบ้านสุกร,” วารสารเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. 8, 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2561): 25-37.

- ศิษฐ์ ลีอนาม, วิจิต คลังบุญครอง. “การพัฒนาตลาดตกแตงบนเครื่องปั้นดินเผา ห้วยวังนองเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม,” วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. 7, 21 (กรกฎาคม-กันยายน 2555): 80-90.
- สุทัศน์ จันบัวลา. การออกแบบและพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทของที่ระลึก วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2559.
- สุวิทย์ อินทิพย์. การพัฒนางานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ในเอกลักษณ์ของชุมชนมอญปากเกร็ด สำหรับเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2555.