วารสารราชพฤกษ์
Rajapark Journal (ISSN: 1905-2243)
ปีที่ 14 ฉบับที่ 34 พฤษภาคม – มิถุนายน 2563 – TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปี 2563–2567

การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

Study and design of Ko Kret community pottery products, Nonthaburi Province

ชุติมา งามพิพัฒน์ (Chutima Ngampipat)
สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์–การออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะศิลปกรรมศาสตร์
(Bachelor of Fine and Applied Arts Program in Visual Art Design – Product Design)
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี (Bangkok Thonburi University)
Email: kataiboom@gmail.com

Received April 22, 2020; **Revised** March 20, 2020; **Accepted** June 20, 2020

Abstract

The purposes of this research were 1) to study Ko Kret community pottery products Nonthaburi Province 2) for designing Ko Kret community pottery products Nonthaburi Province and 3) to assess the marketing satisfaction of consumers in Ko Kret community Nonthaburi Province, By using Mixed Methods Research, using interviews with experts in pottery making Ko Kret Nonthaburi Province 6 people and questionnaires used for tourists and local people Ko Kret community. The samples were 100 samples by simple random sampling. The instrument consisted of interview form and questionnaire with scale estimation level 5 Data were analyzed by using content analysis and descriptive statistics such as percentage, mean, and deviation standard. The results showed that 1) Ko Kret is a large island. Located to the west of Pak Kret district Nonthaburi Province surrounded by the Chao Phraya River in which the soil used to make pottery is clay, rice fields and the clay of the river mouth sediment which is clay that is tough, fine texture, has few grains of sand and other debris, has a soft color or a yellowish color. 2) The second type of pottery product design is the most suitable (M = 4.51, SD = 0.51). It is suitable to produce prototype pottery products. 3) The satisfaction of the consumer market overall is at a high level (M = 4.28, SD = 0.87)

Keywords: Local knowledge, Ko Kret communities, Design, Pottery

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจด้านการตลาดของผู้บริโภคชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ใช้แบบสัมภาษณ์กับผู้เชียวชาญด้านการทำเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 6 ราย และแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 100 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่าระดับ 5 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) เกาะเกร็ดเป็นเกาะขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีแม่น้ำเจ้าพระยาโอบล้อม โดยดินที่ใช้ในการทำเครื่องปั้นดินเผาได้แก่ดินเหนียวท้องนา และดินเหนียวของตะกอนปากแม่น้ำ ซึ่งเป็นดินที่มีความเหนียว เนื้อละเอียด มีทรายและเศษวัสดุอื่น ๆ ปนอยู่น้อย มีสีนวลหรือสีปนเหลืองเนื้อดินจับเป็นก้อน ไม่ร่วนซุย สำหรับลวดลายที่ตกแต่งมีอยู่ 2 ประเภท ได้แก่ ลวดลายธรรมชาติและลวดลายประดิษฐ์ 2) การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผารูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมากที่สุด (M = 4.51, *SD* = 0.51) มีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา และ 3) ความพึงพอใจด้านการตลาดของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับมาก (M = 4.28, *SD* = 0.87)

คำสำคัญ: ภูมิปัญญาท้องถิ่น, ชุมชนเกาะเกร็ด, การออกแบบ, เครื่องปั้นดินเผา

บทนำ

ในสมัยก่อนประวัติศาสตร์ มนุษย์ได้นำเอาประสบการณ์จากการดำเนินชีวิตประจำวันความรู้ที่เก็บสะสมถูกนำมาประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ที่มีลักษณะเป็นงานหัตถกรรม เช่น การนำเครื่องจักสานมาเป็นแม่แบบทำเครื่องปั้นดินเผา ก่อนที่จะพัฒนาการทำภาชนะดินเผา โดยการตีด้วยไม้และหินดุ ปัจจุบันภูมิความรู้เหล่านี้ช่วยให้มนุษย์ก้าวจากสังคมล่าสัตว์ และบริโภคอาหารดิบ มาเป็นสังคมเกษตรกรรม มีภาชนะดินเผาสำหรับหุงต้มอาหาร ความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ทำให้เครื่องปั้นดินเผามีการพัฒนาโดยสร้างขึ้นมาเพื่อประโยชน์ใช้สอย ตามสภาพความเป็นอยู่เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ทางความเชื่อ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของแต่ละท้องถิ่น (Viboon Leesuwan, 2003)

ดินเป็นวัตถุดิบหลักในการทำผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ในการนำดินแต่ละแหล่งไปผลิต ผลิตภัณฑ์จะมีลักษณะที่แตกต่างซึ่งขึ้นอยู่กับสมบัติทางกายภาพและองค์ประกอบทางเคมีของดิน ดังนั้น จึงได้มีการแบ่งประเภทของเครื่องปั้นดินเผาตามลักษณะของเนื้อดินและอุณหภูมิที่ใช้ในการเผา 3 ชนิด (Tawee Prompruek, 1980) คือ ผลิตภัณฑ์เอิร์ทเทินแวร์ (Earthenware) เป็นผลิตภัณฑ์ที่เผาในอุณหภูมิตั้งแต่ 700–1,100 องศาเซลเซียส ผลิตภัณฑ์ชนิดสโตนแวร์ (Stoneware) เผาที่อุณหภูมิ 1,190–1,390 องศาเซลเซียส ผลิตภัณฑ์ชนิดปอร์สเลน (Porcelain) เผาที่อุณหภูมิตั้งแต่ 1,250 องศาเซลเซียส

ประเทศไทยเป็นแหล่งหนึ่งที่ชาวมอญอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานกระจายอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ มาตั้งแต่อดีต โดยได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระมหากษัตริย์ของไทย ให้อาศัยอยู่ในแผ่นดินไทยเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน โดยบริเวณที่

จัดให้เป็นที่อยู่ของชาวมอญส่วนใหญ่จะอยู่ริมแม่น้ำแถบชานพระนคร ดังนั้นบริเวณที่มีชาวมอญอยู่เป็นจำนวนมากคือ ปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี, สามโคก จังหวัดปทุมธานี และพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งอาชีพสำคัญของชาวมอญ คือ การทำนา ทำสวน และการทำอุตสาหกรรม ในครัวเรือนประเภทเครื่องปนดินเผา เช่น ตุ่ม หม้อ ไห โอ่ง ซึ่งเป็นอาชีพหลัก และเป็นอาชีพที่มีมาแต่โบราณอย่างหนึ่งของชาวมอญ นนทบุรี โดยมีเกาะเกร็ดเป็นตำบลหนึ่งที่เป็นแหล่งทำเครื่องปั้นดินเผาที่สืบทอดกันมาหลายช่วงอายุคน (Pisan Boonphuk, 2007) เมื่อชาวมอญอพยพมาตั้งถิ่นฐานอยู่ในเมืองไทย ก็ได้เริ่มทำเครื่องปั้นดินเผาเพื่อเป็นอาชีพซึ่งสืบเนื่องมาจากอาชีพดั้งเดิมที่เคยทำที่เมืองมอญมาก่อน และได้สืบทอดต่อมาจนถึงปัจจุบัน

เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี เป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาพื้นเมืองที่สำคัญแห่งหนึ่งตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนปลาย เป็นภูมิปัญญาคนไทยเชื้อสายมอญซึ่งสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน ชาวมอญเกาะเกร็ดยังคงทำเป็นอาชีพหลักโดยเริ่มแรกเป็นแหล่งผลิตเพื่อใช้ภายในชุมชนพัฒนาเป็นการผลิตอยู่ในรูปอุตสาหกรรมภายในครัวเรือน จนเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปทางด้านศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ภูมิปัญญาของคนในชุมชนและเศรษฐกิจชุมชน ในปัจจุบันนั้นเป็นผลงานการสรรค์สร้างของช่างพื้นบ้านชาวไทยรามัญ หรือคนไทยเชื้อสายมอญที่อพยพเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภารขององค์พระมหากษัตริย์ไทยตั้งแต่ครั้งสมัยกรุงศรีอยุธยา ธนบุรี และรัตนโกสินทร์ตอนต้น ชาวไทยรามัญเหล่านี้มีความชำนาญในการปั้นถ่ายทอดสืบต่อกันมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ประเภท รูปทรง ลวดลาย และกรรมวิธีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของแต่ละแห่ง จะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แตกต่างกันตามถิ่นที่ตั้งชุมชน โดยชาวไทยรามัญที่อาศัยอยู่ในตำบลบางตะนาวศรี หรือตำบลสวนใหญ่ในปัจจุบันนั้นจะนิยมปั้นหม้อแกง เตาหุงข้าว เตาขนมครกจากขนมครก และของใช้ในครัวเรือน ส่วนชาวไทยรามัญที่อาศัยอยู่บริเวณเกาะเกร็ดและท้องที่อำเภอปากเกร็ดนิยมปั้นเครื่องปั้นทั่ว ๆ ไป เช่น โอ่ง อ่าง กระถาง และครก นอกจากนี้ ยังนิยมปั้นเครื่องปั้นที่มีลวดลายสวยงามโดยเฉพาะโอ่งน้ำ หม้อน้ำ และหม้อข้าวแช่ ซึ่งในอดีตเครื่องปั้นประเภทนี้จะทำขึ้นในโอกาสพิเศษเท่านั้น เช่น ทำให้แก่ผู้มีพระคุณ เพื่อเป็นที่ระลึกหรือทำถวายพระ โดยปั้นเป็นหม้อน้ำดื่มและหม้อน้ำมนต์ มีการประดิษฐ์คิดค้นลวดลายและแกะสลักลงบนเครื่องปั้นอย่างงดงาม หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า “หม้อน้ำลายวิจิตร”

ชุมชนเกาะเกร็ดกำลังประสบปัญหาเรื่องช่างปั้น ซึ่งมีจำนวนน้อยลงไปเรื่อย ๆ เพราะสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนไปทำให้คนในชุมชนไม่สนใจที่จะศึกษา เรียนรู้ ความต้องการของผู้บริโภค ยังคงผลิตเครื่องปั้นดินเผารูปทรง ลวดลายแบบเดิม ๆ ไม่มีการพัฒนา คิดค้นรูปทรง ลวดลายเครื่องปั้นดินเผาให้แตกต่างจากเดิม ซึ่งปัจจุบันความต้องการของผู้บริโภคมีความหลากหลายทำให้ช่างปั้นต้องศึกษาเรียนรู้ ปรับเปลี่ยนลวดลาย รูปทรงของเครื่องปั้นดินเผารวมถึงวิธีการต่าง ๆ

ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญ การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เพื่อเป็นการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผา วิถีชีวิตของชุมชนเกาะเกร็ด และนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเป็นผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของตลาด และ เป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยเพื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัยในปัจจุบัน แต่ยังคงเอกลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจด้านการตลาดของผู้บริโภคชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ขอบเขตการวิจัย

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการทำเครื่องปั้นดินเผาทั้งอดีตและปัจจุบัน จำนวน 6 ราย และนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 100 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามชนิดมาตรส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (M) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่องการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

ข้อมูลความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญา ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Wisdom ให้ความหมายว่า ความรู้ ความสามารถ ความเชื่อทางพฤติกรรม และความสามารถในการแก้ปัญหาของมนุษย์ (Ekkawit Na Thalang, 1997) ความรู้และความคิดของมนุษย์นั้นเมื่อได้รับการถ่ายทอด สั่งสมปรับปรุง ดัดแปลง และสืบทอดกันมาหลายชั่วบรรพบุรุษเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่ามีคุณค่า ละเอียดประณีต มีลักษณะแสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของกลุ่มชนหรือชนชาตินั้นๆ เรียกว่า ภูมิปัญญา

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ องค์ความรู้ความสามารถของชุมชนที่สั่งสมสืบทอดกันมานานเป็นความจริงแท้ของชุมชนเป็นศักยภาพที่ใช้แก้ปัญหาจัดการปรับตนเรียนรู้ และถ่ายทอดสู่คนรุ่นใหม่เพื่อให้ดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างผาสุก เป็นแก่นของชุมชนที่จรรโลงความเป็นชาติให้อยู่รอดจากทุกข์ภัยพิบัติทั้งปวง (Sakchai Kiatnakin, 1994)

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง มีกระบวนการทางปัญญาความคิดเพื่อแสวงหาองค์ความรู้ของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงกระแสความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างธรรมชาติจิตใจและพฤติกรรม สังคม องค์กรและวัฒนธรรมชุมชน เศรษฐกิจเทคโนโลยีการผลิตและในที่สุดการพึ่งตนเอง (Senay Jarmrick, 1990)

2. ภูมิปัญญาไทย (Thai Wisdom) ภูมิปัญญาไทย Thai Wisdom หมายถึง ความรู้ความสามารถ ผลงานค้นคว้ารวบรวมและจัดเก็บเป็นความรู้ ถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง เกิดเป็นผลผลิตที่ดีงดงามมีคุณค่าประโยชน์สามารถนำมาแก้ปัญหาและพัฒนาชีวิต (Thai Encyclopedia for Youth (saranukromthai), Volume 23, 2008)

ภูมิปัญญาไทย หมายถึง องค์ความรู้ด้านต่าง ๆ ของการดำรงชีวิตของคนไทยที่เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ประกอบกับแนวความคิดวิเคราะห์ในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ของตนเองจนเกิดหลอมรวมเป็นแนวความคิดในการแก้ปัญหาที่เป็นลักษณะของตนเอง ที่สามารถพัฒนาความรู้ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกาลสมัยในการแก้ปัญหาการดำรงชีวิต (Siri Phongphit, 1993)

ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ สรุปได้ว่าภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง พื้นความรู้ องค์ความรู้ความสามารถและทักษะของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ ที่ได้รับการถ่ายทอดและสั่งสมประสบการณ์ และถ่ายทอดสืบต่อกันมาเป็นวัฒนธรรมช่วยในการเรียนรู้การแก้ปัญหา การจัดการ และปรับตัวในการดำเนินชีวิต

ประวัติความเป็นมาของเครื่องปั้นดินเผา

เครื่องปั้นดินเผา เป็นงานหัตถกรรมที่มีความเก่าแก่ประเภทหนึ่งที่มนุษย์สามารถผลิตขึ้นได้และหัตถกรรมมีอายุยาวนานแม้จะแตกหักง่ายแต่ก็ไม่สูญสลายไปง่ายนักจะคงสภาพอยู่ได้นานเป็นพัน ๆ ปี หัตถกรรมที่ผลิตจากวัสดุอื่นและสูญสลายไปก่อนสืบสานพัฒนาการผลิตเครื่องปั้นดินเผาเครื่องปั้นดินเผานั้นเกิดขึ้นได้เนื่องจากความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ ซึ้งแต่เดิมคงทำขึ้นเพื่อเป็นภาชนะใส่อาหารและน้ำ ต่อมามนุษย์ก็พัฒนาเครื่องปั้นดินเผาให้มีคุณภาพดีขึ้นและประโยชน์ใช้สอยของเครื่องปั้นดินเผาก็เพิ่มขึ้นตามลำดับสันนิษฐานกันว่าเครื่องปั้นดินเผาในยุคแรก ๆ อยู่ช่วงเวลาราว ๆ 1500 BC ก่อนคริสตกาล พบหลักฐานผลิตภัณฑ์ประเภทอิฐ (ใช้ในการก่อสร้าง) ครั้งแรกที่ประเทศบาบีโลเนีย เอสซีเรีย อียิปต์ และประเทศในแถบเอเชียในแถบนี้มีความก้าวหน้าในเรื่องเครื่องปั้นดินเผากันมากรู้จักวิธีใช้ดินแดง ดินดำ ดินขาว มาตกแต่งผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะประเทศจีนมีความก้าวหน้าดีพอสมควรในเรื่องการทำเครื่องปั้นดินเผา (Sakchai Kiatnakin, 1994)

เตาเผาและการเผาผลิตภัณฑ์

เตาเผาเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ระบบโรงงานอุสาหกรรม เนื่องจากเป็นเครื่องบ่งลักษณะของผลงานขั้นตอนสุดท้าย กระบวนการเตาเผามีหลายชนิด เชื้อเพลิงที่แตกต่างกันนอกจากนี้ยังมีขนาดและสัดส่วนที่หลากหลายการเลือกใช้เตาเผาขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายอย่าง การเลือกใช้เตาเผาขึ้นอยู่กับหลักสำคัญบางประการ ผู้ใช้ให้ความสำคัญของประเภทการเผาซึ่งมีผลต่อลักษณะของคุณภาพภาชนะที่ต้องการ เช่น ต้องการภาชนะที่เผาแบบรีดักชันเลือกใช้ เตาแก๊ส แต่ถ้าต้องการเผาแบบออกซิเดชันและเน้นเรื่องการเผาตกแต่งควรเลือกใช้เตาไฟฟ้า ปริมาณในการผลิตหรือความถี่ใน การเผาก็มีผลต่อการเลือกใช้เตาด้วย หากใช้เตาอุโมงค์แม้ว่าจะทำให้ประหยัดต้นทุนในการผลิต แต่ต้องมีความพร้อมเรื่องจำนวนภาชนะที่จะเผาและต้องทำ เผาอย่างต่อเนื่องซึ่งต้องมีการวางแผนอย่างชัดเจนนอกจากนั้นสถานที่ในการตั้งเตาก็สำคัญมาก เพราะควรเลือกบริเวณที่อากาศถ่ายเทได้ดี การเผาบางชนิดควันหรือกลิ่นที่ละเหยออกจากเตา เป็นอันตรายต่อสุขภาพได้เตาแก๊สและเตาน้ำมันควรมีปล่องระบายอากาศพิเศษเพื่อถ่ายเทควันพิษ ก่อนเลือกใช้เตาควรตัดสินใจเรื่องเชื้อเพลิงที่ต้องการใช้ด้วยว่าต้องการใช้เตาแก๊ส เตาฟืน หรือเตาไฟฟ้าเพราะเชื้อเพลิงแต่ละชนิดก็มีผลต่อภาชนะความสะดวกในการหาเชื้อเพลิงและงบประมาณด้วย (Surakarn Ruaisungnoen and Thanasit Chantaree, 2011)

การออกแบบผลิตภัณฑ์

ความหมายของการออกแบบ หมายถึง การรู้จักวางแผนเพื่อที่จะได้ลงมือกระทำตามที่ต้องการและการรู้จักเลือกวัสดุ วิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบ (Aree Suttipan, 1984)

และอีกความหมายหนึ่ง หมายถึง การปรับปรุงรูปแบบผลงานที่มีอยู่แล้วหรือสิ่งต่างที่มีอยู่แล้วให้เหมาะสมให้มีความแปลกความใหม่เพิ่มขึ้น (Sakchai Kiatnakin, 1994) โดยปัจจุบันสังคมที่เปลี่ยนแปลงเพราะผลกระทบของอุตสาหกรรม ผู้บริโภคต้องการให้พัฒนาศิลปะรูปแบบใหม่มีความหลากหลาย มีมาตรฐานและคุณภาพ ซึ่งเครื่องปั้นดินเผาแต่เดิมเป็นเพียงงานหัตถกรรมถ่ายทอดความรู้ระบบชาวบ้านต่อชาวบ้าน สำหรับการผลิตและการออกแบบใช้ประสบการณ์ความชำนาญของช่างผู้ผลิตเป็นผู้คิดค้นพัฒนาขึ้นเป็นอุตสาหกรรมในครอบครัวต้องอาศัยหลักการออกแบบเข้ามาช่วยพัฒนาการออกแบบเครื่องปั้นดินเผาให้มีความหลากหลาย

ความพึงพอใจของผู้บริโภค (แนวกลยุทธ์ 4Ps)

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานทางการตลาดเป็นปัจจัยการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (Siriwan Sereerat et al., 1998) โดยส่วนประสมทางการตลาดประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) ราคา (Price) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ทุกตัวมีความสัมพันธ์เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด คือ ตัวผู้บริโภค

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยกำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

พื้นที่การวิจัย คือ ชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ประชากร คือ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเครื่องปั้นดินเผา นักท่องเที่ยวและคนในถ้องถิ่นเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

กลุ่มที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญในการทำเครื่องปั้นดินเผาทั้งอดีตและปัจจุบัน จำนวน 6 ราย และนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 100 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

แบบบันทึกเกี่ยวกับประวัติ ลักษณะทางกายภาพและชุมชน กระบวนการผลิต เตาเผา การออกแบบรูปทรงลวดลายในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

แบบประเมินความเหมาะสมของรูปแบบสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

แบบประเมินความพึงพอใจด้านการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

1.1 ศึกษาข้อมูลเอกสาร (Documentary Research) ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการต่าง ๆ บทความวารสาร และข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต โดยการศึกษาจากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลบางส่วนนำมาใช้ประโยชน์ และเพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและได้รวบรวมข้อมูลงานวิจัย เพื่อนำมาสู่การอนุรักษ์ภูมิปัญญาการผลิตเครื่องปั้นดินเผา

1.2 ศึกษาข้อมูลลักษณะทางกายภาพและของชุมชน โดยเน้นที่การใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านในการทำหัตถกรรมพื้นบ้านเครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

1.3 ศึกษาข้อมูลรูปแบบเครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในอดีตและปัจจุบัน

1.4 ศึกษาข้อมูลขั้นตอนการผลิต ศึกษาลักษณะของเตาเผา ศึกษาการผลิตลวดลาย

1.5 ศึกษาข้อมูลเครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ดจากการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญในเรื่องของเครื่องปั้นดินเผา จำนวน 3 ท่าน และมีการสังเกตเก็บข้อมูลด้วยการบันทึก การถ่ายภาพ

2. การเก็บรวมรวมข้อมูลในการดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชน เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

2.1 ศึกษาข้อมูลเอกสาร (Documentary Research) ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการต่าง ๆ บทความวารสาร และข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต โดยศึกษาจากทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมโดยนำแนวคิดในการออกแบบมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เพื่อให้เกิดความเหมาะสม สวยงาม และสามารถประยุกต์ในการใช้สอยได้

2.2 ศึกษาข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยพบผู้เชี่ยวชาญทางด้านเครื่องปั้นดินเผา จำนวน 3 ท่าน ด้วยการออกแบบ (SKETCH DESIGN) เพื่อหารูปแบบที่เหมาะสมมาขึ้นผลิตภัณฑ์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประเมินความพึงพอใจด้านการตลาดของผู้บริโภคชุมชนชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

3.1 ศึกษาข้อมูลทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 100 คน ที่ได้ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ที่เน้นลักษณะรูปแบบ ลวดลายของเครื่องปั้นดินเผาที่มีความสวยงามและยังคงเอกลักษณ์ภูมิปัญญาชาวบ้าน

การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการดังนี้

วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบบันทึกการวิเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับประวัติ ลักษณะทางกายภาพและชุมชน กระบวนการผลิต เตาเผา การออกแบบรูปทรง ลวดลายในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและสร้างข้อสรุป

วิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินความเหมาะสมของรูปแบบสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยใช้การวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย M และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

วิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินความพึงพอใจด้านการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยใช้การวิเคราะห์ จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย M และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในการลงพื้นที่ศึกษา สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและคนในพื้นที่ พบว่า

1.1 ลักษณะทางกายภาพ เกาะเกร็ดเป็นเกาะขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของอำเภอปากเกร็ด มีแม่น้ำเจ้าพระยาโอบล้อมทางด้านทิศเหนือ ทิศตะวันตก และทิศใต้ทางทิศตะวันออกมีคลองลัดเกร็ดโอบล้อมไว้อีกด้านหนึ่งเนื่องจากแม่น้ำเจ้าพระยาไหลโค้งอ้อม พื้นดินที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลโค้งอ้อมจึงเป็นเสมือนแผ่นดินยื่นออกเป็นแหลม มีลักษณะโค้งตามลำน้ำ การเดินทางไปเกาะเกร็ด ต้องเดินทางด้วยเรือเท่านั้น ไม่มีสะพานจากแผ่นดินใหญ่ไปที่เกาะเกร็ด บนเกาะเกร็ดไม่มีรถยนต์มีแต่จักรยาน และจักรยานยนต์

1.2 ประเภทของเครื่องปั้นดินเผาในชุมชนเกาะเกร็ด มี 2 ประเภท คือ 1.ประเภทเครื่องปั้นดินเผาสำหรับในชีวิตประจำวัน ไม่เน้นความสวยงาม แต่เน้นการใช้ประโยชน์เป็นส่วนใหญ่ เช่น อ่าง ครก โอ่ง เป็นต้น ซึ่งโอ่งสำหรับใส่น้ำ มีหลายขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็ก 2.ประเภทเครื่องปั้นดินเผาสำหรับมอบให้กับบุคคลที่เคารพนับถือเป็น

เครื่องสำหรับใช้เป็นเครื่องบรรณาการ เน้นความสวยงาม เช่น หม้อน้ำลายวิจิตร เป็นดินเผาแกะสลักอย่างสวยงาม เป็นเหมือนทรงกรวยครอบปากหม้อ ส่วนตัวหม้อเป็นหม้อดินเผาที่ผ่านการแกะสลักอย่างประณีต

1.3 การผลิตเครื่องปั้นดินเผา เริ่มต้นตั้งแต่การขุดหาดินในเกาะเกร็ด สำหรับดินที่ใช้นั้นเป็นดินที่มีคุณสมบัติเหมาะสมทำเครื่องปั้นดินเผา ได้แก่ ดินเหนียวท้องนา และดินเหนียวของตะกอนปากแม่น้ำ ซึ่งเป็นที่มีความเหนียวเนื้อละเอียด มีทรายและเศษวัสดุอื่น ๆ ปนอยู่น้อย ปริมาณน้อย สีนวลหรือสีปนเหลือง เนื้อดินจับกันเป็นก้อนไม่ร่วนซุย ซึ่งดินบริเวณเกาะเกร็ดมีสภาพดินที่เหมาะสมกับการทำเครื่องปั้นดินเผา มีขั้นตอนการทำเครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด ดังนี้ การเตรียมดิน การขึ้นรูปด้วยแป้นหมุน ขั้นตอนการตกแต่งลวดลาย เครื่องปั้นดินเผาจะได้รับการตกแต่ง และแกะสลักเป็นลวดลายต่าง ๆ เช่น การปั๊ม การกลิ้ง การแกะ การขีด การฉลุ ขั้นตอนการเผาเครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด เริ่มตั้งแต่การจัดวางภาชนะในเตาเผา เครื่องปั้นขนาดเล็กจะถูกจัดวางตามซอกมุมและด้านบนซ้อนขึ้นไปจนถึงหลังเตาให้แน่นด้านหน้าสุดใช้ครกวางเรียงบังไฟ

1.4 ลวดลายที่ใช้ในการตกแต่งเครื่องปั้นดินเผา มีอยู่ 2 ประเภท ได้แก่ 1. ประเภทลวดลายธรรมชาติ มีลักษณะเป็นลายดอกไม้ ใบไม้ เครือเถา บุคคล สัตว์ เช่น ลายเครือเถาหรือลายพรรณพฤกษา ลายดอกไม้ ลายใบไม้ 2. ประเภทลวดลายประดิษฐ์ มีลักษณะลายขูดขีด ลายนูน ลายไทย เช่น ลายสร้อยคอ ลายไข่ปลา ลายพูมะยม ลายกากบาท ลายวงกลม ลายขีดแบ่งพื้นที่ ลายก้างปลา ลายบัว และลายกรวยเชิง

1.5 รูปทรงเครื่องปั้นดินเผาที่มีการตกแต่งลวดลาย เป็นประเภทเครื่องใช้ คือ โอ่งสลัก ส่วนใหญ่จะประกอบด้วยส่วนฝาและส่วนตัวโอ่ง สำหรับประเภทสวยงาม คือ หม้อน้ำลายวิจิตรทรงกลม มี 2 ลักษณะ คือ ทรงกลมคอสูง และทรงกลมคอสั้น นอกจากนี้ยังมีทรงขวด ทรงโถพลู และทรงตรง ทรงฟักทองคอสั้น ทรงฟักทองคอสูง ทรงมะยม ทรงกระบอก ทรงตลก ทรงกลมเป็นรูปสัตว์ เช่น โอ่งไก่ โอ่งนก จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ไม่พบเครื่องปั้นดินเผารูปทรงมะยม ทรงตลก และทรงกลมเป็นรูปสัตว์ ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่ารูปทรงดังกล่าวไม่เป็นที่นิยม

1.6 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องการทำเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 3 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนและเกี่ยวกับการทำเครื่องปั้นเกาะเกร็ดทั้งอดีตและปัจจุบันข้อมูลของเครื่องปั้นดินเผา จุดเด่นของเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดที่แตกต่างจากที่อื่นก็คือ รูปทรง และมีลวดลายเป็นศิลปะของชาวมอญ ชาวรามัญจะเป็นรูปทรงอ่อนช้อย ส่วนลวดลายงดงาม ที่เห็นกันนั้นจะใช้ใบมีดแกะสลักไม่มีเครื่องปั๊ม และเวลาขึ้นรูปจะปั้นด้วยมือเท่านั้นไม่มีพิมพ์ เกาะเกร็ดเป็นชุมชนชาวมอญขนาดใหญ่ โดยปู่ย่าตายายได้มาตั้งถิ่นฐานอยู่ที่นี่นานแล้ว และชุมชนชาวมอญจะมีฝีมือในการทำเครื่องปั้นดินเผาซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะชุมชน วิธีการสืบทอดจากรุ่นบรรพบุรุษปู่ย่า ตายาย พ่อแม่ รุ่นลูกรุ่นหลานนั้น เพื่อเป็นการปลูกฝังและสืบทอดภูมิปัญญาต่อเพื่อไม่ให้สูญไป ซึ่งสิ่งนี้แสดงให้เห็นว่าความสำคัญสถาบันครอบครัวนั้น มีผลอย่างยิ่งในการถ่ายทอดความรู้ เทคนิควิธีการปั้นเครื่องปั้นดินเผา ทำให้เกิดมีอาชีพและรายได้เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

2. ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

2.1 แนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ได้แรงบันดาลใจมาจากพระเจดีย์มุเตา วัดปรมัยยิกาวาส ชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่ตั้งอยู่บริเวณหัวแหลมของเกาะเกร็ด เป็นเจดีย์ทรงรามัญสีขาว มีผ้าแดงผูกบนยอดเจดีย์ ซึ่งกล่าวกันว่าผ้าแดง สัญลักษณ์อย่างหนึ่งของวัฒนธรรมรามัญเป็นศิลปะแบบมอญแท้ คือ พระเจดีย์ทรงมอญแท้เป็นพระเจดีย์จำลองมาจากหงสาวดี ก่อนที่จะถูกพม่าแต่งเติมจนทำให้พระเจดีย์มุเตาองค์เดิมที่เมืองหงสาวดี กลายเป็นเจดีย์ทรงมอญผสมพม่าในปัจจุบัน พระเจดีย์มุเตา วัดปรมัยยิกาวาสเป็นเจดีย์

ก่ออิฐถือปูน ฐานแปดเหลี่ยมย่อมุม ยอดเจดีย์มีฉัตรทรงเครื่อง 5 ชั้น ฐานเจดีย์เอียง อันเนื่องมาจากพื้นดินริมตลิ่งทรุดต่ำลง เป็นสัญลักษณ์ของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่เผยแพร่ไปทั่วโลก

ภาพที่ 1 พระเจดีย์มุเตา วัดปรมัยยิกาวาสเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
ที่มา: https://th.wikipedia.or

2.2 การศึกษากระบวนการใช้มโนทัศน์เพื่อการคิดอย่างสร้างสรรค์ ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา นำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์หารูปแบบในการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยผู้วิจัยได้การสร้างแบบร่าง (IDEA SKETCHED) จำนวน 10 รูปแบบ เพื่อพบผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ในการเลือกรูปแบบที่มีความเหมาะสมมากที่สุด

ภาพที่ 2 SKETCHED DESIGN แบบที่ 1

ภาพที่ 3 SKETCHED DESIGN แบบที่ 2

ภาพที่ 4 SKETCHED DESIGN แบบที่ 3

ภาพที่ 5 SKETCH DESIGNED แบบที่ 4

ภาพที่ 6 SKETCHED DESIGN แบบที่ 5

ภาพที่ 7 SKETCHED DESIGN แบบที่ 6

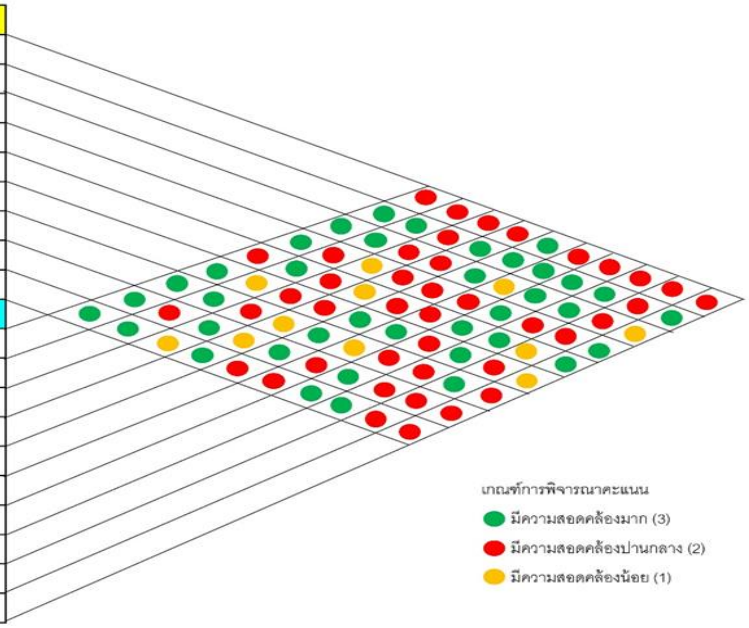
ภาพที่ 6 SKETCHED DESIGN แบบที่ 7

ภาพที่ 9 SKETCHED DESIGN แบบที่ 8

ภาพที่ 10 SKETCH DESIGN แบบที่ 9

ภาพที่ 11 SKETCH DESIGN แบบที่ 10

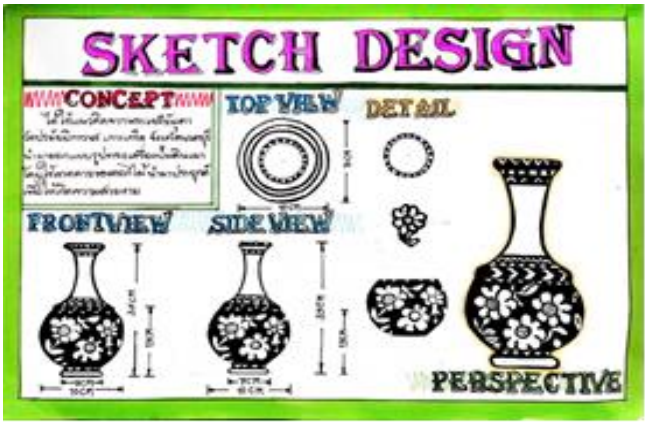
ข้อที่	หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์
1	เครื่องปั้นดินเผาสวยงามตามสมัยนิยม
2	มีลวดลาย รูปทรง สีสัน กลมกลืน
3	เครื่องปั้นดินเผามีความเหมาะสมกับรูปทรง
4	วัสดุสามารถหาได้ง่าย
5	สะดวกในการเคลื่อนย้ายและขนส่ง
6	ขนาดและสัดส่วนมีความเหมาะสม
7	ง่ายต่อการดูแลรักษา
8	ลวดลายง่ายต่อการตกแต่ง
9	รูปทรงมีความเหมาะสมต่อการใช้งาน
รูปที่	รูปแบบสื่อการเรียนรู้ (Sketch Design)
1	รูปแบบที่ 1 (25 คะแนน)
2	รูปแบบที่ 2 (22 คะแนน)
3	รูปแบบที่ 3 (17 คะแนน)
4	รูปแบบที่ 4 (17 คะแนน)
5	รูปแบบที่ 5 (24 คะแนน)
6	รูปแบบที่ 6 (18 คะแนน)
7	รูปแบบที่ 7 (24 คะแนน)
8	รูปแบบที่ 8 (23 คะแนน)
9	รูปแบบที่ 9 (18 คะแนน)
10	รูปแบบที่ 10 (19 คะแนน)



ภาพที่ 12 กระบวนการใช้มโนทัศน์เพื่อการคิดอย่างสร้างสรรค์ สำหรับการสร้างแบบร่าง (IDEA SKETCHED) ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 10 แบบ

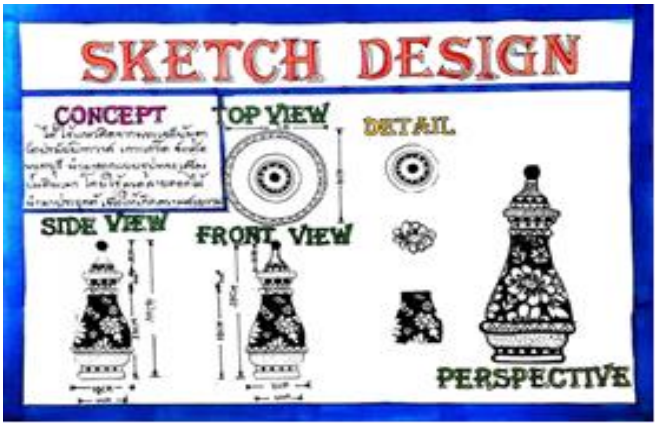
ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อเลือกรูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 10 แบบ โดยใช้หลักเกณฑ์ ในการวิเคราะห์ตามตารางเมตริกสัมพันธ์ ในการเลือกรูปแบบที่มีความเหมาะสมมากที่สุด พบว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีความเหมาะสมมากที่สุด ได้แก่รูปแบบที่ 1, 7 และ 8 ตามลำดับมีความเหมาะสมจากมากไปหาน้อย โดยรูปแบบที่ได้อันดับที่ 1 ได้แก่ รูปแบบที่ 1 (25 คะแนน) อันดับที่ 2 ได้แก่ รูปแบบที่ 7 (24 คะแนน) และอันดับที่ 3 ได้แก่ รูปแบบที่ 10 (23 คะแนน)

2.3 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จากการประเมินความเหมาะสมและการออกแบบตามกรอบแนวความคิด นำมาออกแบบ SKETCHED DESIGN จำนวน 3 รูปแบบ เพื่อนำไปประเมินหาความเหมาะสมของรูปแบบ เอกลักษณ์ ประโยชน์ในการใช้สอยและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ได้แก่ รูปแบบที่ 1 คือ SKETCHED DESIGN แบบที่ 1 แบบ SKETCH DESIGN รูปแบบที่ 2 คือ SKETCHED DESIGN แบบที่ 7 รูปแบบที่ 3 คือ SKETCHED DESIGN แบบที่ 8



ภาพที่ 13 แสดงแบบ SKETCHED DESIGN รูปแบบที่ 1

ภาพที่14 แสดงแบบ SKETCHED DESIGN รูปแบบที่ 2



ภาพที่ 15 แสดงแบบ SKETCHED DESIGN รูปแบบที่ 3

ผลการออกแบบ SKETCHED DESIGN จำนวน 3 รูปแบบ โดยลวดลายที่ได้ออกแบบลงบนเครื่องปั้นดินเผานั้น ใช้ลวดลายดอกไม้นำมาประยุกต์ให้เข้ากับรูปทรง เพื่อออกแบบให้ได้ลักษณะที่เหมาะสมกลมกลืนกับประโยชน์ใช้สอย สวยงาม และประเมินการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านเครื่องปั้นดินเผา จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

ภาพที่ 16 การออกแบบผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 1

รูปแบบที่ 1 การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จากผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องปั้นดินเผา จำนวน 3 ราย พบว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.36$, $SD = 0.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.78$, $SD = 0.44$)

ภาพที่ 17 การออกแบบผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 2

รูปแบบที่ 2 การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จากผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องปั้นดินเผา จำนวน 3 ราย พบว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (M =

4.51, *SD* = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมากที่สุด (*M* = 4.67, *SD* = 0.50)

ภาพที่ 18 การออกแบบผลิตภัณฑ์ รูปแบบที่ 3

รูปแบบที่ 3 การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จากผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องปั้นดินเผา จำนวน 3 ราย พบว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (*M* = 4.33, *SD* = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมากที่สุด (*M* = 4.56, *SD* = 0.33)

ผลวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 3 รูปแบบ จะพบว่ารูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมาก (*M* = 4.36, *SD* = 0.57) รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมากที่สุด (*M* = 4.51, *SD* = 0.51) รูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมมาก (*M* = 4.33, *SD* = 0.60) ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปผลการวิเคราะห์แบบประเมินได้ว่าอันดับที่ 1 ได้แก่ รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมจะนำไปผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ภาพที่ 19 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
ที่มา: นางสาวชุติมา งามพิพัฒน์

3. ผลการประเมินความพึงพอใจด้านการตลาดของผู้บริโภคชุมชนชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน ดังนี้

3.1 ด้านเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00

3.2 ด้านอายุ พบว่า มีอายุระหว่าง 31–40 ปี มากที่สุดจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 41–50 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 อายุระหว่าง 21–30 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ

22.00 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

3.3 ด้านระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมาคือ จบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 และจบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

3.4 ด้านรายได้ พบว่า มีรายได้ระหว่าง 21,000–30,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมามีรายได้มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 มีรายได้ระหว่าง 10,000– 20,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

3.5 ด้านอาชีพ พบว่า มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 อาชีพแม่บ้าน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

3.6 ความพึงพอใจด้านการตลาดของผู้บริโภคชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.28$, $SD = 0.87$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ (Product) อยู่ในระดับมาก ($M = 4.40$, $SD = 0.77$) และพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะประจำท้องถิ่น อยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.95$, $SD = 0.26$) รองลงมา ด้านราคา (Price) อยู่ในระดับมาก ($M = 4.32$, $SD = 0.86$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า คุณภาพวัตถุดิบเหมาะสมกับราคา อยู่ในระดับมาก ($M = 4.47$, $SD = 0.87$) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) อยู่ในระดับมาก ($M = 4.21$, $SD = 0.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผลิตภัณฑ์จำหน่ายผ่านทางร้านค้า Online อยู่ในระดับมาก ($M = 4.29$, $SD = 0.94$)

อภิปรายผล

การอภิปรายผลเรียงตามลำดับวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า ชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นเกาะขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีแม่น้ำเจ้าพระยาโอบล้อมทางด้านทิศเหนือ ทิศตะวันตก และทิศใต้ ทางทิศตะวันออกมีคลองลัดเกร็ดโอบล้อมไว้อีกด้านหนึ่ง แต่เดิมลักษณะนิเวศธรรมชาติมีต้นลำพูขึ้นอยู่ตามริมแม่น้ำที่เป็นเลนโคลน เป็นแนวยาวตลอดริมแม่น้ำ มีชาวบ้านปลูกบ้านอยู่ประปรายตามริมแม่น้ำเจ้าพระยา และทำสวนผลไม้กันมาก การเดินทางไปเกาะเกร็ด ต้องเดินทางด้วยเรือเท่านั้น ประเภทของเครื่องปั้นดินเผา มี 2 ประเภท คือ 1) ประเภทใช้ในชีวิตประจำวัน 2) ประเภทมอบให้กับบุคคลที่เคารพนับถือสำหรับดินที่ใช้นั้นเป็นดินเป็นดินเหนียวท้องนา และดินเหนียวของตะกอนปากแม่น้ำ ซึ่งเป็นที่มีความเหนียวเนื้อละเอียด และมีลวดลาย 2 ประเภท ได้แก่ 1) ลวดลายธรรมชาติ มีลักษณะเป็นลายดอกไม้ ใบไม้ เครือเถา 2) ลวดลายประดิษฐ์ มีลักษณะลายขูดขีด ลายนูน ลายไทย สำหรับรูปทรงเครื่องปั้นดินเผาจะมีประเภทเครื่องใช้และประเภทสวยงามที่มีการตกแต่งลวดลายสวยงาม ประณีต และยังคงเอกลักษณ์ของเกาะเกร็ด ชุมชนชาวมอญจะมีฝีมือในการทำเครื่องปั้นดินเผาซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะชุมชน วิธีการสืบทอดจากรุ่นบรรพบุรุษปู่ย่า ตายาย พ่อแม่ รุ่นลูกรุ่นหลานนั้น เพื่อเป็นการปลูกฝังและสืบทอดภูมิปัญญาต่อเพื่อไม่ให้สูญไป ซึ่งสิ่งนี้แสดงให้เห็นว่าความสำคัญสถาบันครอบครัวนั้น มีผลอย่างยิ่งในการถ่ายทอดความรู้ เทคนิควิธีการปั้นเครื่องปั้นดินเผา ทำให้เกิดมีอาชีพและรายได้

เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเกาะเกร็ดเป็นชุมชนมอญที่มีแม่น้ำล้อมรอบเกาะขนาดใหญ่ และดินที่นำมาทำเครื่องปั้นดินเผาเป็นดินเหนียวที่มีเนื้อละเอียด และในชุมชนมีการรักษาภูมิปัญญาชาวบ้านโดยจะมีการถ่ายทอดจากรุ่นบรรพบุรุษในการทำอาชีพ และยังมีการออกแบบรูปทรง ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวมอญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (somboon keawkabin, 2007) ที่พบว่าเกาะเกร็ดมีบริบทชุมชนที่เอื้อต่อการพัฒนาภูมิปัญญาชาวบ้านเครื่องปั้นดินเผาจนได้รับการพิจารณาคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ดีเด่น ซึ่งมีหลายองค์ประกอบ ได้แก่ ลักษณะภูมิศาสตร์ ชาติพันธุ์ ประวัติชุมชนภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผา ผู้นำชุมชนการรวมกลุ่มในชุมชน เกาะเกร็ดมีประวัติศาสตร์เกี่ยวข้องกับการเป็นเส้นทางการค้าตั้งแต่สมัยอยุธยาเพราะเป็นเส้นทางเรือสินค้าเดินผ่าน และชาวเกาะเกร็ดส่วนใหญ่เป็นชาวมอญที่มีภูมิปัญญาชาวบ้านเครื่องปั้นดินเผาเป็นองค์ความรู้ที่ติดตัวเมื่อครั้งอพยพหนีทัพพม่ากับพระเจ้าตากสินมหาราช ได้พัฒนาสั่งสมเครื่องปั้นดินเผาจนเป็นอาชีพและเป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่สำคัญของไทย ผนวกกับการมีผู้นำชุมชนที่มีวิสัยทัศน์ที่จะฟื้นฟูภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาเพื่อแก้ปัญหาวิกฤติต่าง ๆ ด้วยการพึ่งพาความรู้ที่มีในชุมชนเกาะเกร็ดเอง ทำให้บริบทชุมชนดังกล่าวเอื้อต่อการพัฒนาภูมิปัญญาชาวบ้านเครื่องปั้นดินเผาให้ได้รับการยอมรับ และยังเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ให้กับชุมชนจนถึงทุกวันนี้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Apichart Ngamniyom, 2001) ที่พบว่าแหล่งความรู้เรื่องการปั้นเครื่องปั้นดินเผาหม้อน้ำสลักลายวิจิตรมอญเกาะเกร็ดของช่างปั้นชาวมอญเกาะเกร็ดมาจากบรรพบุรุษ อาจารย์ในโรงปั้น อาจารย์ในโรงเรียนสอนปั้น และช่างปั้นด้วยกัน ในด้านการบันทึกความรู้ ช่างปั้นชาวมอญ ใช้วิธีการจดจำเป็นส่วนใหญ่และบางคนมีการจดบันทึกเป็นเอกสาร ส่วนการถ่ายทอดความรู้ของช่างปั้นใช้วิธีบอกให้ปฏิบัติตามสาธิต และประเมินผลชิ้นงาน

2. เพื่อการออกแบบเครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา มีความเหมาะสมนำไปผลิตขึ้นต้นแบบ ได้แก่ รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรูปแบบลวดลายแปลกใหม่ สามารถขึ้นรูปได้ง่ายและยังคงเอกลักษณ์ดั่งเดิมของชุมชนไว้ สามารถปั้นเป็นสินค้าของที่ระลึกได้ทำให้นักท่องเที่ยวหรือคนในท้องถิ่นได้เลือกเครื่องปั้นดินเผาที่มีการออกแบบหลากหลายมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Saisamorn Srisawat, 2003) รูปแบบผลิตหัตถกรรมสินค้าของที่ระลึกเกาะเกร็ดที่ออกแบบตามแนวทางการพัฒนารูปแบบที่ 1 โดยรวมสามารถส่งเสริมปัจจัยที่ก่อให้เกิดคุณค่าของงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการค้า และปัจจัยที่ก่อให้เกิดการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตรงตามความต้องการ แตกต่างกับรูปแบบผลิตหัตถกรรมสินค้าของที่ระลึกเกาะเกร็ดประเภทโคมไฟรูปแบบเดิมที่มีขายในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญ .05 และช่างผู้ผลิตสามารถนำตัวอย่างรูปแบบที่ได้จากแนวทางการพัฒนา หรือนำแนวทางการพัฒนาไปใช้ประโยชน์ในการสร้างสรรค์รูปแบบได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Krongthip Chaichan, 2008) ที่กล่าวถึง การผลิตตรงตามแบบลวดลายได้อย่างสวยงาม มีการตั้งราคาที่เหมาะสมตรงตามคุณภาพสินค้าและมีการพัฒนารูปแบบสินค้าให้ทันสมัย

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจด้านการตลาดของผู้บริโภคชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (M = 4.28, SD = 0.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ (Product) อยู่ในระดับมาก (M = 4.40, SD = 0.77) และพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะประจำท้องถิ่น อยู่ในระดับมากที่สุด (M= 4.95, SD = 0.26) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผามีเอกลักษณ์ของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นลวดลาย รูปทรง ทนทาน และมีความแปลกใหม่แต่ยังคงภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Lalida Tangadulrat, 2005) ด้านการตลาด

เป็นรายข้อที่มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก คือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ดีกว่า เช่น ทนทานกว่า นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Jirada Praebaisri, 2008) ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้จัดจำหน่าย นักออกแบบ ผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดเพื่อการตกแต่งสวนที่พัฒนาใหม่พบว่า โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้จำหน่ายมีความคิดเห็นแตกต่างจากนักออกแบบ และผู้บริโภคด้านขนาดสัดส่วนในรายข้อ สะดวกต่อการขนย้ายขนส่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคส่วนมากอาจจะมีปัญหาเรื่องการขนส่ง ขนย้าย เนื่องจากเครื่องปั้นดินเผาเป็นดินเมื่อถูกแรงกระแทกจากการขนส่งอาจจะทำให้แตกหักได้

สรุปผล

จากการศึกษาพบว่า จุดเด่นของเครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี แตกต่างจากแหล่งอื่น ได้แก่ รูปทรง ลวดลายที่ศิลปะของชาวมอญ โดยจะใช้ใบมีดในการแกะสลักเครื่องปั้นดินเผาแต่ละอัน ไม่มีเครื่องปั๊มหรือเครื่องพิมพ์ลาย สำหรับการขึ้นรูปทรงจะทำการปั้นด้วยมือทุกชิ้น และเตาเผาเป็นแบบโบราณที่ใช้มาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ ประเภทของเครื่องปั้นดินเผา มี 2 ประเภท 1) สำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน ไม่เน้นความสวยงาม เช่น อ่าง ครก โอ่ง และ 2) สำหรับมอบให้บุคคลที่เคารพนับถือ เน้นความสวยงาม เช่น หม้อน้ำลายวิจิตร สำหรับกระบวนการและขั้นตอนในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาชาวบ้านจะขุดดินเป็น 8 หลุม นำมากองบนพื้นดินโดยใช้ควายย้ำดินเพื่อให้ดินเกิดความเหนียว ซึ่งปัจจุบันได้นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการนวดดินสามารถลดระยะเวลาให้เร็วกว่าเดิม สำหรับลวดลายในการตกแต่งเครื่องปั้นดินเผา มีอยู่ 2 ประเภท ได้แก่ 1) ลวดลายธรรมชาติ เช่น ลายดอกไม้ ลายใบไม้ ลายพวงมาลัย เป็นต้น และ 2) ลวดลายประดิษฐ์ มีลักษณะลายขูดขีด ลายนูน ลายไทย เป็นต้น สำหรับการแกะสลักเป็นลวดลายต่าง ๆ ขั้นตอนนี้ต้องอาศัยความชำนาญ และความละเอียดของช่างปั้น ในการปั้นเครื่องปั้นดินเผาได้ถ่ายทอดภายในครอบครัว ซึ่งเป็นการถ่ายทอดจากพ่อ แม่ สู่ลูก หรือการถ่ายทอดระหว่างเครือญาติ การถ่ายทอดจากปู่ย่า ตายาย สู่หลาน เพื่อเป็นการปลูกฝังและสืบทอดภูมิปัญญาชาวบ้านไม่ให้สูญไปตามกาลเวลา นอกจากนี้การทำเครื่องปั้นดินเผาทำให้เกิดมีอาชีพและรายได้เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน แต่เนื่องจากสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอทำให้คนในชุมชนหันไปสนใจประกอบอาชีพอื่นเพราะมีรายได้มากกว่าการทำเครื่องปั้นดินเผา

การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ได้แรงบันดาลใจมาจากพระเจดีย์มุเตา วัดปรมัยยิกาวาส ชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นวัดที่ชุมชนนับถือและยังเป็นเอกลักษณ์ของเกาะเกร็ด โดยออกแบบด้วยการใช้หลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์ตามตารางเมตริกสัมพันธ์ในการเลือกรูปแบบที่เหมาะสมมากที่สุดเพื่อนำมาออกแบบ (SKETCHED DESIGN) นำไปประเมินหาความเหมาะสมของรูปแบบ ลวดลาย ประโยชน์ในการใช้สอยและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาของชุมชนเกาะเกร็ด และนำไปขึ้นเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ และนำผลิตภัณฑ์ภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ขึ้นต้นแบบไปให้ผู้บริโภคประเมินความพึงพอใจด้านการตลาด พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเสนอให้ชุมชนมีการพัฒนารูปรูปทรงและลวดลายที่แปลกใหม่ แต่ยังคงเอกลักษณ์ รูปแบบลวดลายของชุมชนไว้เหมือนเดิมทำให้ผู้บริโภคอยากให้ผลิตภัณฑ์ออกมาจำหน่ายมากขึ้นซึ่งก็เป็นผลดีกับทางชุมชนเกาะเกร็ด ในการมีตัวเลือกเพิ่มขึ้นสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาให้ดียิ่งขึ้นไป และยังเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ลวดลายในการทำเครื่องปั้นดินเผาควรเพิ่มให้มีความหลากหลาย เพื่อให้สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าของตัวผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ควรคำนึงถึงกรรมวิธีการผลิตซึ่งหากการวางลวดลายเยอะเกินไปจะใช้เวลาในการผลิตนานอาจจะไม่คุ้มค่ากับการลงทุน

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ควรส่งเสริมการสร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ชุมชน และความเป็นมาเน้นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มากที่สุดเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และเป็นการสร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์

3. ควรพัฒนาและออกแบบด้านรูปแบบ ให้มีความเหมาะสมและหลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์

องค์ความรู้ใหม่

จะเห็นได้ว่าประวัติความเป็นมาของเครื่องปั้นดินเผา การเผาผลิตภัณฑ์ รูปทรง ลวดลายต่าง ๆ นั้นเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้สืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษ มีเรื่องราวที่น่าสนใจทางเอกลักษณ์และภูมิปัญญาชาวบ้านที่สามารถใช้ในการสร้างสรรค์งานออกแบบผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ได้งานออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่มีรูปทรง ลวดลายใหม่ ๆ และเป็นเครื่องมือในการสร้างองค์ความรู้และการต่อยอดสู่การสร้างสรรค์ในแนวทางต่าง ๆ อย่างมากมายไร้ขอบเขตที่จำกัด เพิ่มทักษะและประสบการณ์การสร้างคลังความรู้ทางปัญญาที่สำคัญสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ทำให้มีการผลิตเครื่องปั้นดินเผารูปแบบต่างจากเดิมเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนเกาะเกร็ด

References

Boonphuk, P. (2007). *Nonthaburi earthenware.* Nonthaburi: Academic Publishing project for Society, Sukhothai Thammathirat Open University.

Chaichan, K (2008). *The potaintial for entrepreneur or Dankwian's pottery.* Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

Jarmrick, S. (1990). *Concept of Thai Education Development: Preliminary Analysis.* Bangkok: Local Development Foundation.

Keawkabin, S. (2007). Ceramic local wisdom development of Ko Kret community for OTOP product champion. Master of Arts (Social Sciences for Development) Graduate School. Chandrakasem Rajabhat University.

Kiatnakin, S. (1994). *Pottery design* (2nd ed.). Ubon Ratchathani Teachers College.

Leesuwan, V. (2003). *Handicraft Dictionary Folk utensils.* Bangkok: Muang Boran.

Na Thalang, E. (1997). *Folk wisdom of four regions: ways of life and learning process of Thai villagers.* Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.

Ngamniyom, A. (2001). *A survey of acquiring, recording and transferring knowledge of the fine art water pottery earthenware of the Mon Koh Artisan.* Bangkok: Kasetsart University.

Phongphit, S. (1993). *Local Wisdom and Rural Development.* Bangkok: Amarin Printing Group and Publishing.

Praebaisri, J. (2008). *Study and development of Ko Kret pottery. For garden decoration.* Bangkok: King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang.

Prompruek, T. (1980). *Preliminary porcelain.* Bangkok: Odean Store.

Ruaisungnoen, S., & Chantaree, T. (2011). Design for Value–Added Isan Earthenwar. *Built Environment Inquiry Journal Faculty of Architecture Khon Kaen University, 10*(1), 117–125.

Sereerat, S. et al. (1998). *Marketing strategies and marketing management.* Bangkok: Diamond in Business World.

Srisawad, S. (2003). *The Application of English Paper Craving Technique on Koh Kred Handcraft: A Case Study on Lampshade.* Master of Industrial Education. King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang.

Suttipan, A. (1984). *Design.* Bangkok: Thai Wattana Panich.

Tangadulrat, L. (2005). *Marketing Strategy of Dan Kwian Pottery Community Business.* Master of Business Administration. Maha Sarakham University.

Thai Encyclopedia for Youth (saranukromthai), Volume 23, (2008). *Title 1 Thai wisdom.* Retrived from http://saranukromthai.or.th/sub/book/book.php?book=23&chap=1&page=chap1.htm