

# การศึกษาและออกแบบชุดกระถางต้นไม้เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ จากตำบลบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี

ธัญลักษณ์ โพธิ์เตี้ย<sup>1</sup> และ ศศิประภา เวชศิลป์<sup>1</sup>

<sup>1</sup>คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ความเป็นมาของศิลปวัฒนธรรมลวดลายเครื่องปั้นดินเผาของตำบลบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี 2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดกระถางต้นไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากตำบลบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ปลูกต้นไม้ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุดกระถางต้นไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากตำบลบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี

การดำเนินการวิจัยโดยศึกษาข้อมูลด้านลวดลายเครื่องปั้นดินเผาของตำบลบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี รวมถึงหลักการด้านการออกแบบให้เหลือจำนวน 3 รูปแบบ ซึ่งประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบเซรามิก จำนวน 3 ท่าน และประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 51 คน โดยประเมินค่าข้อมูลในรูปแบบ Rating Scale

ผลการวิจัยพบว่า ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผู้บริโภค เห็นว่ากระถางต้นไม้รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้งานมากที่สุดและแสดงถึงเอกลักษณ์ศิลปะบ้านเชียงที่แสดงถึงลวดลายกันหอย และผลความพึงพอใจของผู้บริโภคพบว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.65, S.D. = 0.55) ด้านราคามีความเหมาะสมมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.63, S.D. = 0.57) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความเหมาะสมมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.57, S.D. = 0.53) และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความเหมาะสมมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.56, S.D. = 0.58)

**คำสำคัญ:** กระถางต้นไม้, เครื่องปั้นดินเผา, ผลิตภัณฑ์, บ้านเชียง, อุดรธานี

# Product Study and Design of Flowerpots to add Value from Ban Chiang, Udon Thani

Thanyaluck Photia<sup>1</sup> and Sasiprapa Wechasin<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Faculty of Architecture and Design, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

## Abstract

The objectives of this research are 1) To study the history of the art and culture of pottery patterns of Ban Chiang, Udon Thani, 2) To design a set of Flowerpots to add value from Ban Chiang, Udon Thani and 3) To assess the satisfaction of tree growers with Flowerpots to add value from Ban Chiang, Udon Thani.

Conducting research by studying the art and culture of pottery motifs of Ban Chiang Subdistrict, Udon Thani province, as well as the principles of consistent design, to be reduced to 3 patterns with hierarchical analysis techniques to be prototyped and evaluated by 3 ceramics design experts. And assessed consumer satisfaction from a sample of 51 people by evaluating the data in a rating scale.

The results showed that design expert and consumers saw the 2nd Flowerpot form and consumer satisfaction showed that the 2nd form of product ( $\bar{x} = 4.65$ , S.D. = 0.55) agrees the most, the price side ( $\bar{x} = 4.63$ , S.D. = 0.57) agrees the most, the distribution channel side ( $\bar{x} = 4.57$ , S.D. = 0.53) agrees the most, and the marketing promotion side ( $\bar{x} = 4.56$ , S.D. = 0.58) agrees the most.

**Keywords:** Flowerpot, Pottery, Product, Ban Chiang, Udon Thani

## ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด-19 (Covid-19) ได้เริ่มต้นเมื่อปี พ.ศ. 2562 และลุกลามการติดเชื้ออย่างรวดเร็วไปทั่วโลก และยังคงดำเนินอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน สร้างความหวาดกลัวและส่งผลกระทบต่อสุขภาพ สังคมและเศรษฐกิจของประชากร จึงทำให้สถานศึกษา สถานประกอบการต่าง ๆ มีมาตรการทำงานในรูปแบบออนไลน์หรือ Work From Home วิธีปฏิบัติที่สำคัญที่จะช่วยให้คนส่วนใหญ่รักษาระยะห่างกับทางสังคม โดยสามารถลดการพบปะ หรือรวมตัวอยู่ในพื้นที่แออัด ซึ่งเป็นวิธีที่จะช่วยลดการแพร่ระบาดของโรคได้ แต่เมื่อบ้านกลายเป็นที่ทำงานทำให้เรื่องของพื้นที่เข้ามามีบทบาทจากบ้านที่เป็นพื้นที่ของการผ่อนคลายความรู้สึกเหนื่อยล้าจากการทำงานมาทั้งวันต้องกลายเป็นพื้นที่ที่นำมาทำงาน บ้านที่เชื่อมโยงกับความรู้สึกผ่อนคลายจึงหายไป กลายเป็นเชื่อมโยงกับความรู้สึกของการทำงานเข้ามาแทน ซึ่งอาจารย์บุรุษย์ อัครทวิบุญ สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้กล่าวถึงภาวะทางด้านอารมณ์จากสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งอาจทำให้ผู้อยู่อาศัยเกิดการรับรู้ภัยคุกคามนำมาซึ่งภาวะความเครียด มีผลกระทบยาวในการกระตุ้นให้เกิดอารมณ์ซึมเศร้าและนำไปสู่โรคซึมเศร้าได้ จึงทำให้เกิดกระแสนิยมที่คนที่ต้องทำงานอยู่บ้าน (Work From Home) หันมาสนใจการทำบ้านน่าน้อย และการหาความสุขจากการอยู่ในบ้าน ด้วยเหตุนี้จากข้อมูลการวัดด้วยเครื่องมือ Google Trends ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ได้จากการค้นหาคำว่า ปลุกต้นไม้ กระบองเพชร กระถางต้นไม้ และแต่งห้อง (Pattarat, 2563) ทำให้ธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องนี้ได้รับความนิยมและเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจทางการตลาดเป็นอย่างมาก จากข้อมูลกระแสที่กล่าวมาดังกล่าว การตกแต่งรวมถึงปลุกต้นไม้ในสมัยใดก็ตามมนุษย์นิยมใช้ไม้กระถางเป็นสิ่งตกแต่งประกอบความสวยงามเรื่อยมา จึงจำเป็นที่จะต้องใช้ประโยชน์ในภาชนะหรือกระถางที่ดูแลรักษาพันธุ์ไม้ได้ง่าย เคลื่อนย้ายสะดวก เหมาะในการประดับตกแต่งสถานที่ต่าง ๆ นั้น ทั้งในที่กลางแจ้ง เช่น ทางเดิน ในสวน เิงบันไดอาคาร หน้าต่าง ระเบียง บ้าน บนดาดฟ้าบ้าน หรือแม้แต่ในที่ร่ม เช่น ห้องนั่งเล่น ห้องอาหาร ห้องทำงาน หรือภายในอาคารที่ใดที่หนึ่งก็ใช้ได้ (ปิฎฐะ บุนนาค อังอิงโน ประโยชน์ของไม้กระถาง, 2555)

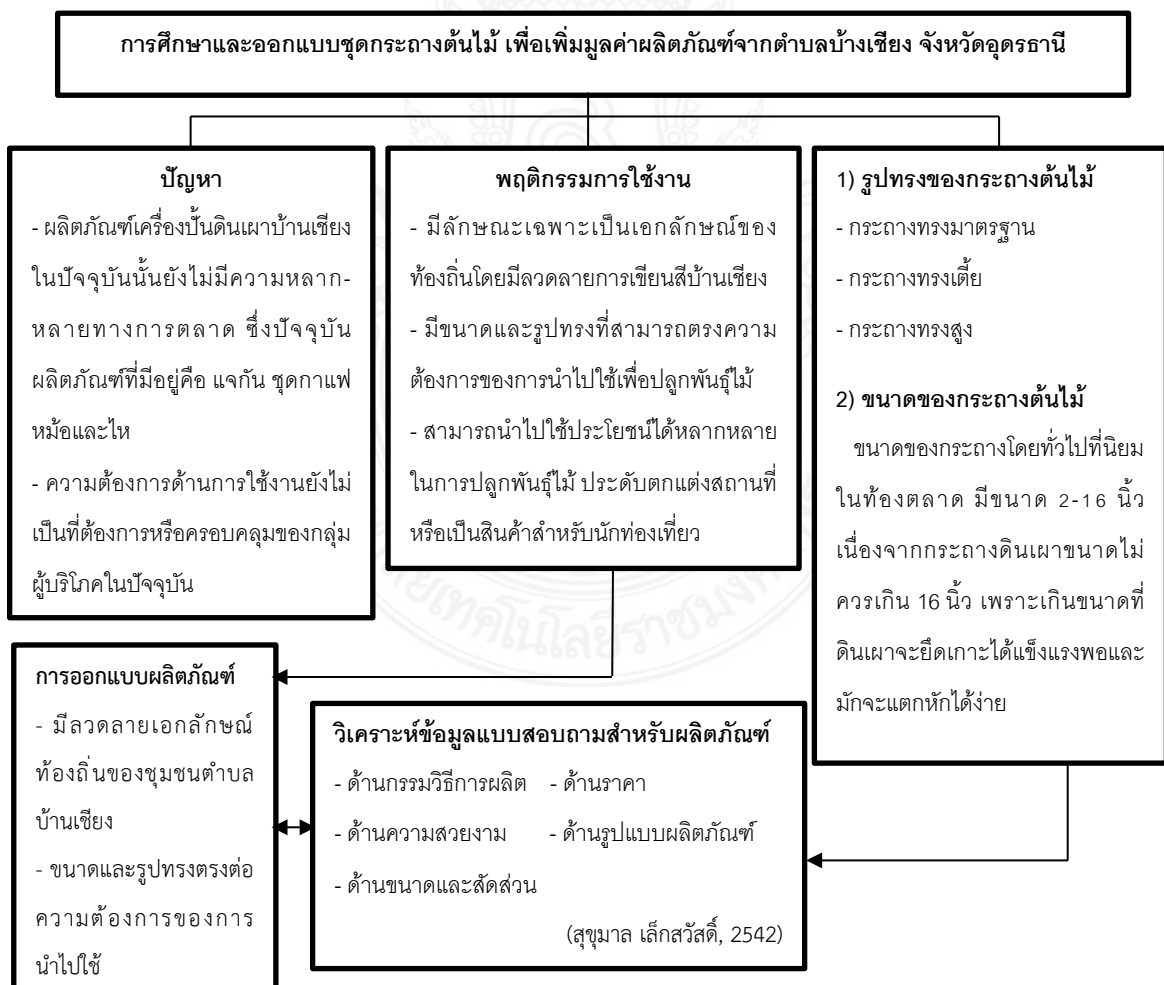
หากกล่าวถึง “บ้านเชียง” ภาพจำแรกของเราคนไทยก็คือ หม้อดินเผาเขียนสี โดยมีหลักฐานการพบในหลุมฝังศพบริเวณพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเชียง บ้านเชียงเป็นแหล่งโบราณคดีที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย จากการขุดค้นพบโบราณวัตถุเครื่องปั้นดินเผาที่มีอายุถึง 5,600 ปีมาแล้ว เครื่องมือเครื่องใช้และเครื่องประดับที่ทำจากโลหะอย่างสำริดและเหล็ก ซึ่งเป็นหลักฐานแสดงถึงความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านโลหกรรมของชุมชนบ้านเชียง ส่งผลให้แหล่งโบราณคดีบ้านเชียงกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญในระดับชาติและระดับสากล ได้รับการสถาปนาจากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ให้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมของมนุษยชาติ ด้วยเหตุนี้แหล่งโบราณคดีบ้านเชียงจึงกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในเวลาต่อมาการนำคุณลักษณะด้านรูปทรงและลวดลายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ส่งผลให้เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงกลายเป็นวัตถุทางวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า ควรแก่การศึกษาถึงองค์ความรู้ (วิลภา กาลวิเศษ, 2554) การสร้างสรรค์งานศิลปกรรม รวมถึงมีชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเชียง โดยชาวบ้านซึ่งมีอาชีพเป็นเกษตรกร ซึ่งจัดทำเครื่องปั้นดินเผาในช่วงการว่างงานเพื่อสร้างรายได้และมีร้านค้าขายของที่ระลึกจากชาวบ้านตำบลบ้านเชียง

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาและออกแบบชุดกระถางต้นไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากตำบลบางเชิง จังหวัดอุดรธานี โดยการออกแบบชุดกระถางต้นไม้ นำเอาลวดลายอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของบ้านเชียงมาประยุกต์ในผลิตภัณฑ์ คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของลวดลายบ้านเชียง ทำให้การสร้างสรรค์ผลงานที่มีกลิ่นอายของวัฒนธรรมไทยโบราณในการออกแบบที่ร่วมสมัย การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดกระถางต้นไม้ครั้งนี้เป็นการออกแบบเพื่อมุ่งเน้นในการเปิดตลาดและให้ตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงกลุ่มผู้ที่ต้องการชุดกระถางต้นไม้ในการปลูกพันธุ์ไม้

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ความเป็นมาของศิลปวัฒนธรรมบ้านเชียง
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดกระถางต้นไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ปลูกต้นไม้ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุดกระถางต้นไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากตำบลบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี

### กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## การดำเนินงานวิจัย

วิธีการดำเนินงานโครงการศึกษาและออกแบบชุดกระถางต้นไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากตำบล บ้างเชียง จังหวัดอุดรธานี ให้ได้ข้อมูลที่ต้องการศึกษา สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูล เบื้องต้น ซึ่งประกอบด้วยเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มากำหนดขอบเขตการดำเนินงานวิจัย เพื่อเป็น แนวทางในการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขั้นตอนในการดำเนินการออกแบบเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** ศึกษาเอกสารและรวบรวมงานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

(1) ชั้นปฐมภูมิ การศึกษาภาคสนาม คือพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง

(2) ชั้นทุติยภูมิ ศึกษาข้อมูลหนังสืออ้างอิงทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง

**ขั้นตอนที่ 2** กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ปลูกต้นไม้ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 51 คน

**ขั้นตอนที่ 3** สร้างเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูล จัดทำแบบประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ ด้านการ ออกแบบ จำนวน 3 ท่าน

**ขั้นตอนที่ 4** การจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบชุดกระถางต้นไม้

## ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องศิลปวัฒนธรรมบ้านเชียง

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลอัตลักษณ์บ้านเชียง

อัตลักษณ์บ้านเชียง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม	
<p>1) ลายธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมรอบตัวมนุษย์ ได้แก่</p> <p>1.1 ลายรูปคน</p> <p>1.2 ลายพืชพรรณ ได้แก่ ลายใบไม้ดอกไม้ ลายก้านขด ที่พัฒนา มาจากลายก้นหอย ลายวงปีไม้</p> <p>1.3 ลายสัตว์ซึ่งมีทั้งสัตว์เลื้อยและสัตว์ป่าที่นำมาทำเป็นอาหาร ได้แก่ ควาย งู กิ้งก่าหรือแยะ กวาง/แก้ง และลายก้นหอย</p> <p>(ธนิก เลิศชาญฤทธ์, 2560)</p>	 <p>ภาพที่ 2 อัตลักษณ์บ้านเชียงลายธรรมชาติ ที่มา: ธนิก เลิศชาญฤทธ์ (2560)</p>
<p>2) ลายลายเรขาคณิต ได้แก่ รูปสามเหลี่ยม วงกลม ลายตารางเหลี่ยม</p> <p>(ธนิก เลิศชาญฤทธ์, 2560)</p>	 <p>ภาพที่ 3 อัตลักษณ์บ้านเชียงลายเรขาคณิต ที่มา: ธนิก เลิศชาญฤทธ์ (2560)</p>
<p>3) ลายอิสระ ลักษณะแบบนามธรรม สามารถตีความได้หลากหลายขึ้นอยู่กับจินตนาการ ประสบการณ์และรสนิยมของผู้พบเห็น เช่น ลายเส้น คด โค้งรูป ตัว S เป็นต้น (ธนิก เลิศชาญฤทธ์, 2560)</p>	 <p>ภาพที่ 4 อัตลักษณ์บ้านเชียงลายอิสระ ที่มา: ธนิก เลิศชาญฤทธ์ (2560)</p>

**สรุปผลการวิเคราะห์** จากการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง โดย นายวีระเกียรติ สหระเมธี ภัณฑารักษ์ปฏิบัติการ ให้ข้อมูลคือ “ลายกันหอย” เป็นลายได้รับความนิยมและถูกนำไปประยุกต์ใช้ในงานตกแต่งด้านต่าง ๆ เพื่อสื่อถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านเชียง เนื่องจากเป็นลายพื้นฐานและเป็นลายที่นิยมใช้ตกแต่งบนผิวภาชนะดินเผาในสมัยโบราณ

## 2. ผลการออกแบบเซรามิกของการออกแบบชุดกระถางต้นไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัยได้ทำการระดมความคิด ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกในการเริ่มต้นออกแบบ เพื่อหาแนวทางในการศึกษาและออกแบบชุดกระถางต้นไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากตำบลบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี

### 2.1 ผลการวิเคราะห์ด้านการออกแบบ

#### 1) ผลการวิเคราะห์ระดมความคิด (Idea Sketch)

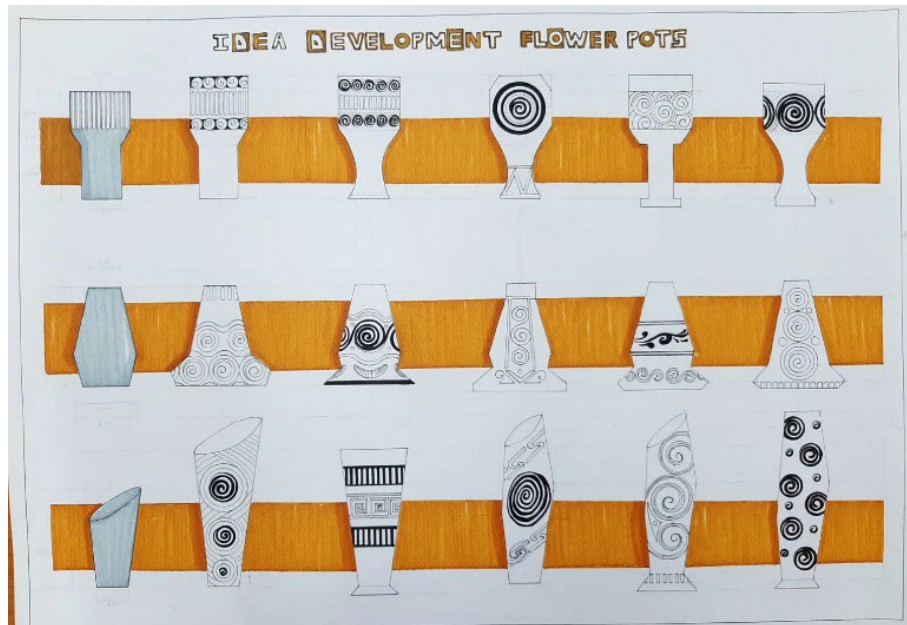


ภาพที่ 5 การระดมความคิดที่ 1

ที่มา : ผู้วิจัย (2565)

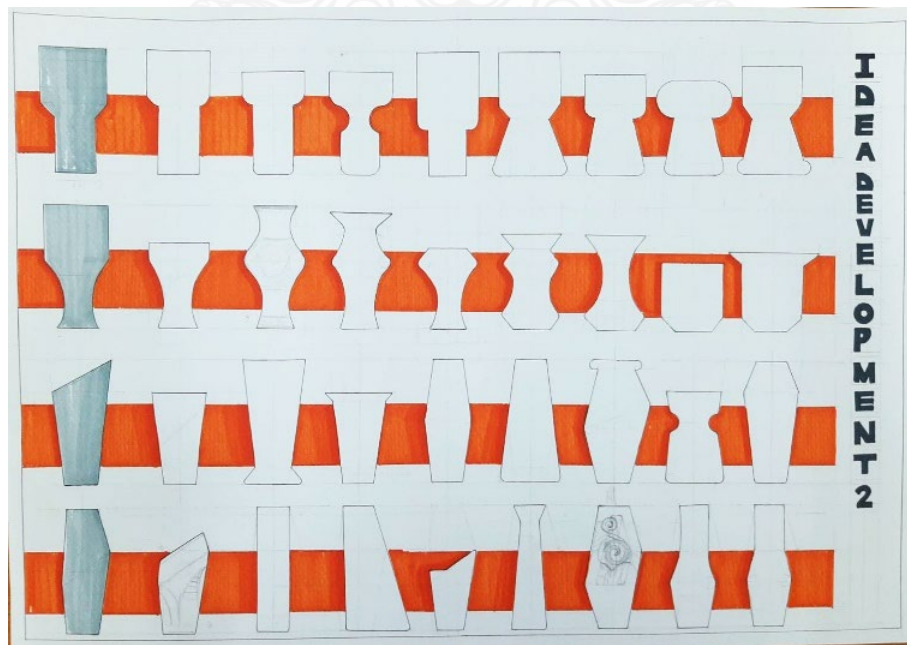
## 2.2 ผลการพัฒนารูปแบบ (Development)

ผู้วิจัยได้ทำการนำแบบจากการที่ทำการระดมความคิด มาพัฒนาเพื่อหาแนวทางในการศึกษา และออกแบบชุดกระถางต้นไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากตำบลบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี



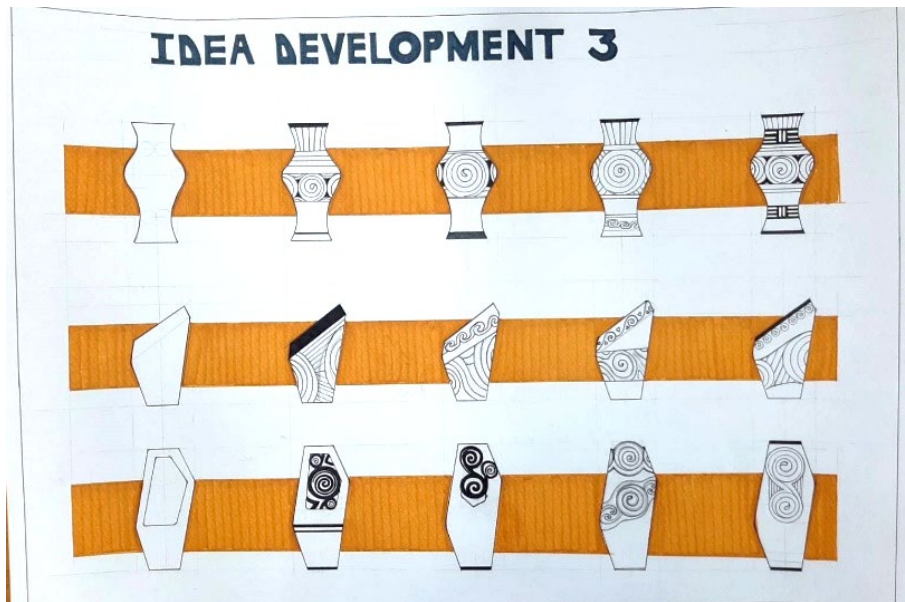
ภาพที่ 6 ผลการพัฒนารุ่นที่ 1

ที่มา : ผู้วิจัย (2565)



ภาพที่ 7 ผลการพัฒนารุ่นที่ 2

ที่มา : ผู้วิจัย (2565)



ภาพที่ 8 ผลการพัฒนาครั้งที่ 3  
ที่มา : ผู้วิจัย (2566)

### 2.3 ผลการออกแบบ (Sketch Design)

ผู้วิจัยได้ทำการนำแบบจากการที่ทำการพัฒนาครั้งที่ 3 มาพัฒนาเพื่อหาแนวทางในการศึกษาและออกแบบชุดกระถางต้นไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากตำบลบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 3 รูปแบบ



ภาพที่ 9 ผลการออกแบบรูปแบบที่ 1  
ที่มา : ผู้วิจัย (2566)





ภาพที่ 10 ผลการออกแบบรูปแบบที่ 2  
ที่มา : ผู้วิจัย (2566)



ภาพที่ 11 ผลการออกแบบรูปแบบที่ 3  
ที่มา : ผู้วิจัย (2566)



ภาพที่ 12 Mood and Tone

ที่มา : ผู้วิจัย (2566)

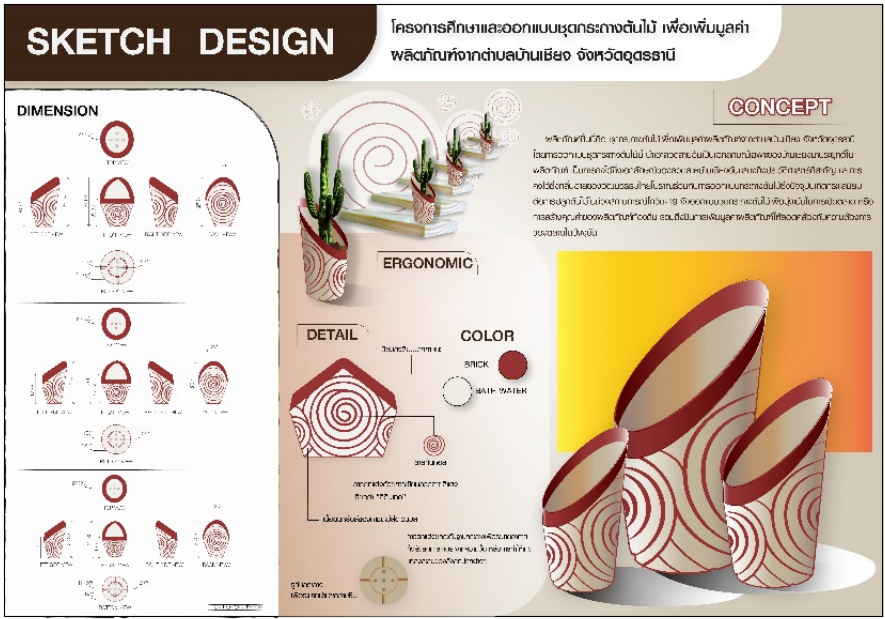
### 3. ผลการวิเคราะห์ด้านการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเซรามิก

ผลการวิเคราะห์การออกแบบจำนวน 3 รูปแบบ จากผู้เชี่ยวชาญด้านเซรามิก จำนวน 3 ท่าน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

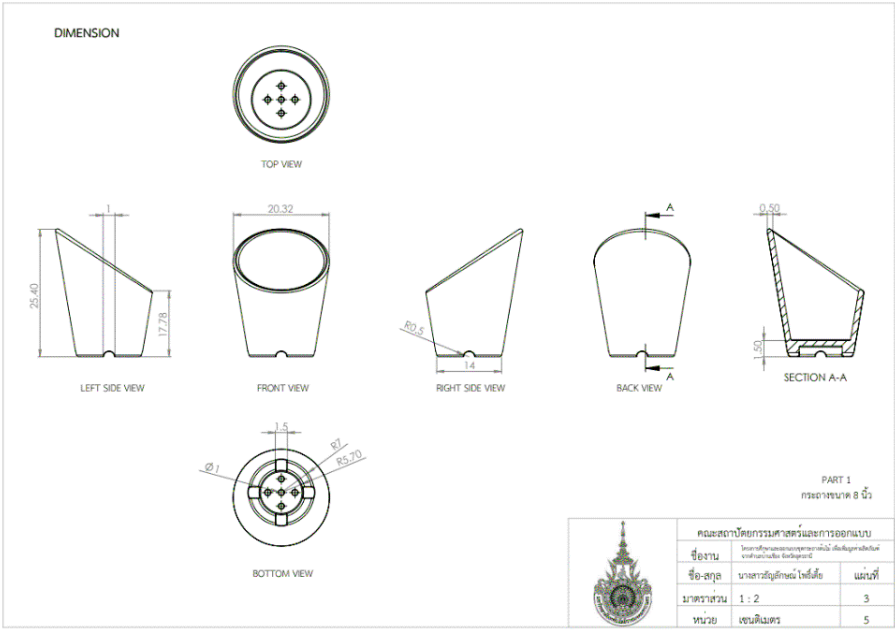
ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ด้านการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญด้านเซรามิก (n=3)

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านเอกลักษณ์ศิลปะบ้านเชียง	4.67	0.31	เหมาะสมมากที่สุด
2. ด้านกรรมวิธีการผลิต	4.75	0.24	เหมาะสมมากที่สุด
3. ด้านขนาดและสัดส่วน	4.56	0.47	เหมาะสมมากที่สุด
4. ด้านความสวยงาม	4.78	0.16	เหมาะสมมากที่สุด
5. ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์	4.42	0.12	เหมาะสมมาก
รวม	4.63	0.26	เหมาะสมมากที่สุด

**สรุปผลการวิเคราะห์** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบการประเมินการจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเซรามิก ของการออกแบบกระถางต้นไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากตำบลบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ในรูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์รวมทั้ง 5 ด้านมีความเหมาะสมมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.63$ , S.D. = 0.26)



ภาพที่ 13 รูปแบบที่ถูกเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ  
ที่มา : ผู้วิจัย (2566)



ภาพที่ 14 การเขียนแบบเพื่อการผลิต  
ที่มา : ผู้วิจัย (2566)

#### 4. ขั้นตอนการผลิต (Process)

ผู้วิจัยเลือกใช้ ดินดำ (PBA) ในการขึ้นรูปชิ้นงาน โดยใช้วิธีขึ้นแป้นหมุนไฟฟ้า และตกแต่งชิ้นงาน ตัดปากเฉียง



ภาพที่ 15 ขึ้นรูปโดยแป้นหมุนไฟฟ้า

ที่มา : ผู้วิจัย (2566)

หลังจากประกอบชิ้นงานเสร็จแล้ว จึงทำการตกแต่งด้วยน้ำดินสี ผู้วิจัยใช้สีสแตน (Stain) สีแดง อักนี ผสมกับก้านน้ำดิน และเขียนลวดลายลงบนผลิตภัณฑ์ จากนั้นนำเข้าเตาเผา โดยเผาชิ้นงานครั้งเดียว (One Firing) ที่อุณหภูมิ 1200°



ภาพที่ 16 ตกแต่งผลิตภัณฑ์

ที่มา : ผู้วิจัย (2566)



ภาพที่ 17 ผลผลิตภัณฑ์จริง  
ที่มา : ผู้วิจัย (2566)

#### 5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบการประเมินความพึงพอใจ

ผลการวิเคราะห์ในรูปแบบที่ 2 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติวิเคราะห์ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน และหาค่าเฉลี่ยและผลการประเมินในแบบประเมินความพึงพอใจ

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (n=51)

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.65	0.55	เหมาะสมมากที่สุด
2. ด้านราคา	4.63	0.57	เหมาะสมมากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	4.57	0.53	เหมาะสมมากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.56	0.58	เหมาะสมมากที่สุด
รวม	4.60	0.56	เหมาะสมมากที่สุด

สรุปผลการวิเคราะห์ ข้อมูลแบบการประเมินการจากผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ผลความเหมาะสมของผู้บริโภคในรูปแบบที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมมากที่สุด ( $\bar{x}$  = 4.65, S.D.= 0.55) ด้านราคามีความเหมาะสมมากที่สุด ( $\bar{x}$  = 4.63, S.D.= 0.57) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความเหมาะสมมากที่สุด ( $\bar{x}$  = 4.57, S.D.= 0.53) และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความเหมาะสมมากที่สุด ( $\bar{x}$  = 4.57, S.D.= 0.58) ค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์รวมทั้ง 4 ด้าน มีความเหมาะสมมากที่สุด ( $\bar{x}$  = 4.60, S.D. = 0.56)

## สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาสามารถสรุปและอภิปรายผลการศึกษิตตามขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษาความเป็นมาของศิลปวัฒนธรรมบ้านเชียง ศิลปวัฒนธรรมบ้านเชียงนั้นจากหลักฐานการค้นพบเครื่องปั้นดินเผาที่มีการผลิตมาแล้วประมาณ 5,600 ปี ผลิตในอำเภอหนองหาน ตำบลบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี เอกลักษณ์ของลวดลายที่แสดงถึงศิลปะบ้านเชียงที่ชัดเจน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ลายธรรมชาติ 2) ลายเรขาคณิต และ 3) ลายอิสระ จากการที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อศึกษา ณ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง “ลายก้นหอย” เป็นลายเอกลักษณ์ของศิลปะบ้านเชียงที่ได้รับความนิยมและถูกนำไปประยุกต์ใช้ในงานตกแต่งด้านต่าง ๆ และยังเป็นลายที่นิยมใช้ตกแต่งในสมัยโบราณ

2. สรุปผลการออกแบบร่างผลิตภัณฑ์ชุดกระถางต้นไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากตำบลบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งเป็นไปตามหลักการออกแบบ เพื่อให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์แบบร่างที่ผ่านการคัดเลือกทั้งหมดจำนวน 3 รูปแบบ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทางด้านเซรามิกจำนวน 3 ท่าน ได้ประเมินทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเอกลักษณ์ศิลปะบ้านเชียง 2) ด้านกรรมวิธีการผลิต 3) ด้านขนาดและสัดส่วน 4) ด้านความสวยงาม และ 5) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ พบว่ารูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์

3. สรุปผลจากแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ปลูกต้นไม้ โดยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 51 คน โดยใช้หลัก 4Ps ซึ่งพิจารณาได้ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านการจัดจำหน่าย และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าอยู่ในเกณฑ์เหมาะสมมากที่สุด

## อภิปรายผลการศึกษา

1. อภิปรายผลการศึกษาประวัติศาสตร์ความเป็นมาของศิลปวัฒนธรรมลวดลายเครื่องปั้นดินเผาของตำบลบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี พบว่า “ลายก้นหอย” เป็นลายสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านเชียง เนื่องจากเป็นลายพื้นฐาน และยังเป็นลายที่นิยมใช้ตกแต่งบนผิวภาชนะดินเผาในสมัยโบราณ ทั้งนี้ยังได้รับความนิยมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันจากการทำแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 51 คน มีความต้องการของลวดลายก้นหอยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.2

2. อภิปรายผลการออกแบบชุดกระถางต้นไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากตำบลบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี โดยอันดับที่ 1 ได้แก่ รูปแบบที่ 2 มีผลการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด อันดับที่ 2 ได้แก่ รูปแบบที่ 1 มีผลการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมปานกลาง และอันดับที่ 3 ได้แก่ รูปแบบที่ 3 มีผลการประเมินอยู่ในระดับความเหมาะสมปานกลาง จากการที่ผู้เชี่ยวชาญประเมินถึงความเหมาะสมจึงได้เลือกรูปแบบที่ 2 และนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ชุดกระถางต้นไม้

3. อภิปรายผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 51 คน เป็นลักษณะการออกแบบโดยมุ่งเน้นในการเปิดตลาดและตรงความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง จากการสำรวจความต้องการ

ในเครื่องมือที่ 2 นั้น มีความต้องการถึงการสื่อถึงเอกลักษณ์ที่สะท้อนแหล่งผลิต และรูปทรงลักษณะทรงสูงจากปัญหาการใช้งาน สอดคล้องกับแนวคิดของ (มานะ เอี่ยมบัว, 2556) ซึ่งกล่าวถึงองค์ประกอบด้านความงามของเครื่องปั้นดินเผา 1) ความงามจากดิน มีส่วนสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นสี ความหยาบละเอียดของเนื้อดิน 2) ความงามจากการเผา มีความสอดคล้องกับแหล่งที่มาของดิน 3) ความงามจากรูปทรงมีผลต่อการใช้งาน และความสวยงามถูกถ่ายทอดจากศิลปะ โดยมีจุดมุ่งหมายหลักคือการใช้งานและสุนทรียภาพ 4) ความงามจากลักษณะผิว เกิดจากการปั้น เเผา โดยการใช้เทคนิคต่าง ๆ 5) ความงามในลักษณะเอกลักษณ์ เกิดจากภูมิปัญญาที่เป็นจุดเด่นของแต่ละที่นั้นมีความแตกต่างกันออกไป ผ่านรูปร่าง รูปทรง สี สัน และการใช้งาน

### ข้อเสนอแนะ

การออกแบบหรือการจัดวางลายที่มีความต้องการในรูปแบบต่าง ๆ ให้หลากหลายมากยิ่งขึ้นในอนาคต เพื่อส่งเสริมในด้านการตลาดในการสร้างแรงจูงใจต่อการซื้อผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

Pattarat. (2563). เทรนด์ “ปลูกต้นไม้” มาแรง! ร้านขายดีเท่าตัว ผลจากคนอยู่บ้าน-กระแสแต่งห้องสไตล์เกาหลี. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <https://positioningmag.com/1280265> 19 เมษายน 2565.

กิ่งแก้ว ผกานนท์. (ม.ป.ป.). ศิลปวัฒนธรรมบ้านเชียง. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก:

<https://www.kroobannok.com/tag-ศิลปวัฒนธรรมบ้านเชียง.html>, 24 เมษายน 2565.

ธนิก เลิศชาญฤทธิ. (2560). ภาชนะดินเผายุคก่อนประวัติศาสตร์ในประเทศไทย. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มิวเซียมเพรส

ประโยชน์ของไม้กระถาง. (2555). [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <https://www.thaikasetsart.com/ประโยชน์ของไม้กระถาง/>

ประสิทธิ์ พวงบุตร. (2564). การออกแบบและพัฒนาเครื่องปั้นดินเผาโดยใช้อัตลักษณ์บ้านเชียงเพื่อให้อุดมคติกับความต้องการของตลาด : กรณีร้านแม่ก-แบงค์แฮนเมต จังหวัดอุดรธานี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ปีที่ 23 ฉบับที่ 1. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <https://so03.tcithaijo.org/index.php/jhssrru/article/251606/172011>, 30 เมษายน 2565.

พจนก กาญจกจันทร์. (2559). บ้านเชียงปฐมบทโบราณคดีไทย. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก:

<https://museum.socanth.tu.ac.th/wp-content/uploads/2017/09/banching.final.pdf>, 1 พฤษภาคม 2565.

มานะ เอี่ยมบัว และผู้แต่งคนอื่น ๆ. (2556). การออกแบบและพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาในเขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต: ม.ป.ท.

วิไลภา กาลวิเศษ. (2554). การพัฒนาลวดลายเพื่องานออกแบบจากอิทธิพลศิลปกรรมบ้านเชียง. [ออนไลน์]

เข้าถึงได้จาก : <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian->

EJournal/article/download/6979/6027, 25 มีนาคม 2565.

สุขุมาล เล็กสวัสดิ์. (2542). การออกแบบและการตกแต่งเครื่องปั้นดินเผา. กรุงเทพฯ: อักษรโสภณ.

สุทัศน์ จันบัวลา และคณะ. (2559). โครงการวิจัยการออกแบบและพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าเครื่องปั้นดินเผา

ประเภทของที่ระลึก วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี. [ออนไลน์]

เข้าถึงได้จาก : [http://digital.library.tu.ac.th/tu\\_dc/front/end/Info/item./dc:58445](http://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/front/end/Info/item./dc:58445), 18

เมษายน 2565.

