

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา กลุ่มหัตถกรรม เครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

รพีพัฒน์ มั่นพรม^{1,*} และ นิรัช สูดสังข์²

The Development of design product for Terra-Cotta Souvenir from Baan Mon Pottery and Craft Group, Tambon BaanKaeng, Ampur Muang, Nakhon-Sawan Province

Raphiphat Monphrom^{1,*} and Nirat Soodsang²

¹นักศึกษานิเทศศาสตร์ สาขาวิชาศิลปและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

²อาจารย์ประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

¹Graduate Students, Department of Art and Design, Faculty of Architecture, Naresuan University, Phitsanulok

²Lecturer, Faculty of Architecture, Naresuan University, Phitsanulok

*Corresponding author E-mail address: raphiphat_m@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ และเพื่อประเมินความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ผลิต ผู้จำหน่ายและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 5 ท่าน โดยสอบถามความพึงพอใจด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา ให้ได้รูปแบบใหม่ เพื่อนำไปใช้ทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง การศึกษาความพึงพอใจด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผานั้น พบว่าผู้เชี่ยวชาญพึงพอใจรูปแบบที่เป็นป้ายแขวนหน้าต่าง ที่มีรูปแบบของป้ายสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครสวรรค์ ได้แก่ ปลาเสือตอ อุทยานสวรรค์ นักเจ้าฟ้าหญิงสิรินธร และพิพิธภัณฑ์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำบึงบอระเพ็ด ซึ่งแต่ละรูปแบบจัดทำทั้งแบบที่เป็นสีดินเผาธรรมชาติ และแบบที่ตกแต่งสีเลียนแบบของจริง นำผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ มาสร้างเครื่องมือเพื่อใช้กับกลุ่มตัวอย่าง เปรียบเทียบรูปแบบใหม่กับรูปแบบเดิม การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยายและทดสอบสมมติฐานการวิจัย คือ Two-Way ANOVA by Non-parametric การวิเคราะห์ความแปรปรวน จำแนกสองทางแบบนอนพาราเมตริก การทดสอบแบบฟรีดแมน เพื่อสรุปผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ และใช้ Pair simple t-test วิเคราะห์ข้อมูล มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และสรุปผลระหว่างรูปแบบใหม่กับรูปแบบเดิมจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในรูปแบบใหม่มีระดับความพึงพอใจมากกว่ารูปแบบเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา เป็นป้ายแขวนหน้าต่างสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนครสวรรค์ 4 รูปแบบ

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก, เครื่องปั้นดินเผา

Abstract

The objective of this research were to investigate, develop and conduct customers' satisfaction surveys on the souvenir products made from Terra-Cotta at Baan Mon Pottery and Craft Group, Tambon BaanKaeng, Ampur Muang, Nakhon-Sawan Province. Three sample groups from producers, distributors and Baan Mon's clay souvenirs consumers were chosen in this study with the sample size of 30 people. The research tools included a questionnaire to ask five design experts to evaluate their satisfaction on the new design and development of clay souvenir products in order to test with the selected sample groups. From the questionnaire results, it was found that the experts were satisfied with clay-made room hangers decorated with different designs that signify Nakhon-Sawan's famous symbols as Siam tiger fish, Nakhon-Sawan Heaven Park, White-eyed River-Matin, and Bueng Boraphet Museum. Each design was made both in natural Terra Cotta and authentic colours. After that, the assessment results from the experts were used to create another research survey that was conducted on the sample groups to compare the new designs with original counterparts. This survey was analysed by applying descriptive statistics and testing the research hypothesis by Two-Way ANOVA with non-parametric tests and the Friedman two-way analysis of variance to evaluate the experts' satisfaction and using the Pair simple t-test for the sample group to compare the new and old designs. According to the results, it can be concluded that the satisfaction on the new design was greater than the original ones $P < 0.05$ significant level. Finally, the research was achieved successfully by developing Terra Cotta room hangers with four of Nakhon-Sawan's significant symbols.

Key words: Souvenir Product Development, Baked clay

บทนำ

เอกลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นการแสดงลักษณะพิเศษจากสิ่งปรากฏเด่นชัดของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง สิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ซึ่งมีความโดดเด่นเฉพาะด้าน หรือเฉพาะสังคมที่ไม่เหมือนกับที่อื่น ประมาณได้จากที่มีอยู่ทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม (คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุฯ 2542:247) นครสวรรค์เป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ทั้งในอดีต และปัจจุบัน จนทำให้ผู้คนทั่วไปรู้จักนครสวรรค์ตามสมญานามต่างๆ อาทิ “เมืองสี่แคว” “เมืองปากน้ำโพ” และ “ประตูสู่ภาคเหนือ” ในทางประวัติศาสตร์ตามหลักฐานทางโบราณคดี จังหวัดนครสวรรค์ เป็นดินแดนที่มีความเจริญมาตั้งแต่สมัยอดีตกาล มีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนานผ่านพัฒนาการมาหลายยุคสมัย เริ่มตั้งแต่ชุมชนสมัยก่อนประวัติศาสตร์เรื่อยมาถึงทวารวดี สุโขทัย อยุธยา รัตนโกสินทร์ จนถึงปัจจุบัน จังหวัดนครสวรรค์จึงเป็นแหล่งวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีความเป็นเอกลักษณ์ โดยจะดูได้จากโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปกรรม ตำนาน หรือวัฒนธรรมพื้นบ้านที่เป็นมรดกตกทอดมาจากสมัยบรรพบุรุษ นอกจากนี้จังหวัดนครสวรรค์ยังมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่สวยงาม โบราณสถาน และงานประจำปี ที่ขึ้นชื่อซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีไม่ว่าจะเป็นบึงบอระเพ็ด อุทยานนกน้ำ ดันแม่น้ำเจ้าพระยา เขื่อนหอย-เขาแก้ว หรืองานประเพณีเซตสังเวย แห่มังกร ในเทศกาลตรุษจีน จึงมีคำขวัญประจำจังหวัด “เมืองสี่แคว แห่มังกร พักผ่อนบึงบอระเพ็ด ปลารสเด็ดปากน้ำโพ ” เนื่องจากนครสวรรค์เป็นชุมชนเก่าแก่ชุมชนหนึ่ง ชาวบ้านจึงมีภูมิปัญญาของตนเองที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษและค้นพบด้วยตนเองมากมายหลายด้าน ภูมิปัญญาด้านหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการทำ

มาหากิน ซึ่งน่าสนใจและจัดเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของจังหวัดนครสวรรค์ ได้แก่ การทำเครื่องปั้นดินเผาของกลุ่มชาวมอญ

ชุมชนบ้านมอญอยู่ในเขตพื้นที่ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ชาวบ้านมอญส่วนมากประกอบอาชีพทำงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งมีพื้นที่ตั้งอยู่บนที่ราบน้ำท่วมไม่ถึง ดินริมฝั่งจึงเป็นดินที่มีความอุดมสมบูรณ์ ซึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (2545 - 2549) เน้นเรื่องของการกระจายอำนาจลงสู่ท้องถิ่น ในด้านการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและจัดการสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการจัดการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ให้เหมาะสมกับศักยภาพที่ได้เปรียบของพื้นที่ เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันให้ก้าวตามโลกในยุคไร้พรมแดน เครื่องปั้นดินเผาเป็นสิ่งที่ทำจากดิน แร่ หิน ผ่านกรรมวิธีการผลิตที่ใช้ความร้อนหรือการเผา เพื่อให้มีความแข็งแรงและสามารถนำไปใช้งานได้ เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ในชีวิตประจำวันตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์จนถึงปัจจุบัน โดยมีการพัฒนาและวิวัฒนาการตลอดมา ทั้งในด้านของรูปทรง ประโยชน์ใช้สอยและกรรมวิธีการผลิต (สุขุมล เล็กสวัสดิ์ 2548:1) ตลาดเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ จังหวัดนครสวรรค์ที่ผ่านมานั้น นับว่าชบเซาพอสมควร เครื่องปั้นดินเผาชนิดเคลือบไม่นิยมผลิต เพราะมีกรรมวิธีการผลิตที่ยุ่งยาก มีต้นทุนในการผลิตสูงและมีผู้นิยมใช้น้อย จากการสอบถามจากผู้ผลิต พบว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ไม่เคลือบและเป็นลักษณะท้องถิ่นใช้ในชีวิตประจำวัน มีราคาถูก พวกนี้จะมีจำหน่ายได้จำนวนมาก เช่น กระถางต้นไม้ขนาดต่างๆ แต่ในการจำหน่ายราคาไม่ดี เพราะมีผู้ผลิตจำนวนมาก จึงเป็นการแย่งขายสินค้ากัน คือ ขาดการรวมกลุ่มที่ดี (หน่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมท้องถิ่น จังหวัดนครสวรรค์ 2544:117) ประกอบกับสินค้าไม่มีความแปลกใหม่ ทั้งด้านรูปทรงและประโยชน์ใช้สอย

จากการศึกษาปัญหาของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ พบว่าผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มผลิตส่วนมากมีแต่ผลิตภัณฑ์ชิ้นใหญ่ ได้แก่ กระถาง อ่าง และโถงรูปแบบต่างๆ ซึ่งหากนำมาเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมแล้วมีขนาดใหญ่เกินไป ไม่สะดวกในการพกพาหรือนำกลับไปเป็นของฝาก อีกทั้งรูปแบบยังไม่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ขาดเอกลักษณ์ที่สื่อถึงจังหวัดนครสวรรค์

ในการออกแบบของที่ระลึกนั้น เป็นการสร้างสรรค์สัญลักษณ์แทนบุคคล เหตุการณ์ เรื่องราว เพื่อกระตุ้นเตือนหรือเน้นย้ำความทรงจำให้คิดถึงหรือนึกถึงอยู่เสมอ (สนไชย ฤทธิโชติ 2551:2) เรื่องราวการออกแบบของที่ระลึก เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวิธีการ แนวทาง ความนึกคิด การจัดรวบรวม การลำดับ และความริเริ่ม โดยมีวัตถุประสงค์ของรูปแบบที่จะสร้างอยู่ที่ประโยชน์ใช้สอยในการตกแต่งเป็นสำคัญ และให้มีรูปลักษณะของสิ่งที่สร้างเป็นสื่อหรือสัญลักษณ์ที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย ใช้งานได้ มีความเหมาะสม กะทัดรัด ความเป็นระเบียบ และมีความสวยงามเป็นสำคัญ (ประเสริฐ ศิลรัตน์ 2531:65) การศึกษาการออกแบบที่ดีจึงจำเป็นต้องศึกษาหาความรู้ความเข้าใจในงานออกแบบแต่ละอย่างโดยเฉพาะก่อน เพื่อให้การออกแบบสอดคล้องกับความเป็นจริง หรืออาจให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงไม่มากนักน้อย ไม่ใช่เป็นการออกแบบที่เลื่อนลอยอยู่เหนือความเป็นจริง หรือไม่สามารถนำไปปฏิบัติจริงได้ ถ้าเป็นเช่นนั้น การออกแบบก็จะมีคามหมายน้อยลง นอกเหนือจากการศึกษาแนวคิด (Concept) รูปแบบ (Style) วัสดุอุปกรณ์ (Material & Equipment) และกระบวนการผลิต (Production) งานออกแบบบางอย่างอาจเกี่ยวข้องกับจิตวิทยา เพื่อการเรียกร้อง หรือสร้างทัศนคติ เช่น การออกแบบของที่ระลึก จะต้องใช้หลักทางจิตวิทยาในทางชีวน หรือการออกแบบทางทัศนศิลป์ ที่ต้องสร้างแรงกระตุ้นให้ผู้พบเห็นร่วมระลึกถึงสิ่งต่าง ทั้งเหตุการณ์ บุคคลและสถานที่นั้นด้วย จึงจะสามารถทำหน้าที่เป็นตัวแทนเรื่องราวต่างๆ ได้อย่างสมบูรณ์

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะนำองค์ความรู้ทางด้านการออกแบบและการตลาดช่วยพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ผสมผสานกับศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและเอกลักษณ์ของจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อดำรงรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์จังหวัดนครสวรรค์อีกทางหนึ่ง และเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้มากขึ้น อันจะส่งผลให้สามารถพัฒนาได้รวดเร็วและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ
2. เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

สมมุติฐานการวิจัย

กลุ่มผู้ผลิต ผู้จำหน่ายและผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาใหม่มากกว่ารูปแบบเดิม

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ จำนวน 100 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากดินเผา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ซึ่งใช้สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 30 คน

ตัวแปรต้น(Independent variable) รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ทั้ง 2 ชนิด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกรูปแบบใหม่ และรูปแบบเดิม

ตัวแปรตาม (Dependent variable) ความพึงพอใจในรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญของกลุ่มตัวอย่าง

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญนั้น เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สามารถแก้ปัญหาของผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ตามเป้าประสงค์ ผู้วิจัยต้องทำการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา ทั้งของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญและที่มีอยู่ในท้องตลาด เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบพัฒนา จากนั้นทำการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์โดยจัดทำแบบร่างรูปแบบต่างๆ แล้วสร้างเครื่องมือ ประเมินผลและวิเคราะห์ผลจากแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสรุปรูปแบบผลิตภัณฑ์แบบใหม่ จากนั้นทำการสร้างเครื่องมือแบบสอบถามชุดที่ 2 โดยสอบถามความพึงพอใจในรูปแบบผลิตภัณฑ์เดิมและรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยใช้กับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล

การปั้นขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ด้วยดินบ้านมอญ



ภาพที่ 1-3 การปั้นขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ด้วยดินบ้านมอญ

การลงพื้นที่ เก็บข้อมูลและทำแบบประเมิน



ภาพที่ 4-6 การลงพื้นที่ เก็บข้อมูลและทำแบบประเมิน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยายและทดสอบสมมติฐานการวิจัย คือ Two-Way ANOVA by Non-parametric การวิเคราะห์ความแปรปรวน จำแนกสองทางแบบนอนพาราเมตริก การทดสอบแบบฟรีดแมน เพื่อสรุปผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ และใช้ Pair simple t-test วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลระหว่างรูปแบบใหม่กับรูปแบบเดิม จากกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัย

การดำเนินการวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญแต่เดิม คือ กระถาง อ่าง และโอ่งรูปแบบต่างๆ ซึ่งหากนำมาเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมแล้วมีขนาดใหญ่เกินไป ไม่สะดวกในการพกพาหรือนำกลับไปเป็นของฝาก อีกทั้งรูปแบบยังไม่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคชาว เอกลักษ์ณ์ ที่สื่อถึงจังหวัดนครสวรรค์ ต้องพัฒนารูปแบบใหม่โดยสื่อถึงท้องถิ่นหรือความเป็นจังหวัดนครสวรรค์

2. รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ

การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา พร้อมกับนำเสนอเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและความเป็นจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ และเพื่อเป็นแนวทางหนึ่งในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ ศิลปะและวัฒนธรรมของท้องถิ่นอีกแนวทางหนึ่ง ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา ที่ได้รับการพัฒนา



ภาพที่ 7-10 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา ที่ได้รับการพัฒนา

3. ความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญนั้น ทำการประเมินการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกรูปแบบใหม่จากผู้เชี่ยวชาญ และการประเมินรูปแบบใหม่กับรูปแบบเดิมจากกลุ่มตัวอย่าง

รูปแบบ 1



รูปแบบ 2



รูปแบบ 3



ภาพที่ 11-13 รูปแบบผลิตภัณฑ์

ในการคัดเลือกรูปแบบเพื่อมาทำของที่ระลึกนั้น ผู้วิจัยได้คัดเลือกจากเอกลักษณ์ต่างๆ ของจังหวัดนครสวรรค์ ได้แก่ ปลาเสือตอ อุทยานสวรรค์ นักเจ้าฟ้าหญิงสิรินธร และพิพิธภัณฑ์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำบึงบอระเพ็ดเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ซึ่งแต่ละรูปแบบจัดทำทั้งแบบที่เป็นสื่อดินเผาธรรมชาติ และแบบที่ตกแต่งสีเลียนแบบของจริง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ จากผู้เชี่ยวชาญ สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

1. สรุปผลการประเมิน การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกรูปแบบใหม่ จากผู้เชี่ยวชาญ

การประเมินรูปแบบ พบว่ารูปแบบที่ 3 มีระดับความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญ รวมมากที่สุด ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 (0.34) โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้เชี่ยวชาญ ผลประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกจากดินเผา (N=5)

รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ					
	รูปแบบ 1		รูปแบบ 2		รูปแบบ 3	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
1 รูปแบบง่ายต่อการผลิต	2.40	0.89	4.20	0.45	3.20	0.45
2 สะดวกต่อการขนส่ง	3.00	0.00	4.60	0.55	4.00	0.00
3 สะดวกในการนำพากลับ	4.00	0.00	4.40	0.55	3.40	0.55
4 รูปทรงแปลกใหม่จากท้องตลาด	3.20	0.45	2.40	0.55	5.00	0.00
5 ใช้ระยะเวลาในการผลิต	3.00	0.00	4.20	0.45	2.60	0.55
6 มีความประณีต	2.40	0.89	3.20	0.45	4.20	0.45
7 รูปทรงสวยงาม	3.00	0.00	4.00	0.00	4.60	0.55
8 การใช้สีของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.00	0.00	3.40	0.55	4.40	0.55
9 รูปแบบสื่อถึงชีวิตความเป็นอยู่ ของชาวจังหวัดนครสวรรค์	3.20	0.45	2.40	0.55	5.00	0.00
10 ผลิตภัณฑ์ สื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนครสวรรค์	3.00	0.00	4.20	0.45	5.00	0.00
11 ผลิตภัณฑ์สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว	3.00	0.00	4.00	0.00	4.60	0.55
12 ผลิตภัณฑ์ มีประโยชน์ใช้สอยมากกว่า 1 อย่าง	4.00	0.00	2.00	0.00	4.60	0.55
13 ขนาดของผลิตภัณฑ์ มีความสะดวกในการนำพากลับไป	4.20	0.45	4.20	0.45	4.00	0.00
14 น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ มีความสะดวกในการนำพากลับไป	4.60	0.55	4.00	0.00	3.60	0.55
รวม	3.50	0.27	3.63	0.33	4.11	0.34

จากตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบนั้น พบว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา รูปแบบที่ 3 มีความพึงพอใจโดยรวมในกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ มากกว่ารูปแบบที่ 1 และรูปแบบที่ 2

ดังนั้น สรุปผลการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผาพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจในรูปผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกรูปแบบใหม่ ในลักษณะที่เป็นป้ายแขวน ที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนครสวรรค์แบบต่างๆ ได้แก่ ปลาเสือตอ อุทยานสวรรค์ นักเจ้าฟ้าหญิงสิรินธร และพิพิธภัณฑ์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำบึงบอระเพ็ดเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 มากกว่ารูปแบบของที่ระลึกที่เป็นที่ทับกระดาษตั้งโชว์ และรูปแบบที่ติดตู้เย็น

2. สรุปผลการประเมิน รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา รูปแบบใหม่และรูปแบบเดิม จากกลุ่มตัวอย่าง

การประเมินรูปแบบพบว่ารูปแบบใหม่ มีระดับความพึงพอใจ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน รวมมากที่สุด โดยการวิเคราะห์รายด้าน ทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้าง ด้านคุณค่าของงานศิลปะและความงาม และด้านประโยชน์ใช้สอย ได้ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.04 (0.57) ดังตารางที่ 2



ภาพที่ 14-16 รูปแบบผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 2 ตารางเปรียบเทียบ รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา รูปแบบใหม่และรูปแบบเดิม (N=30)

รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ					
	รูปแบบใหม่		รูปแบบเดิม		t	P
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1.ด้านโครงสร้าง						
1.1 รูปแบบง่ายต่อการผลิต	4.17	0.59	3.27	0.52	5.83	0.00
1.2 สะดวกต่อการขนส่ง	2.80	0.71	4.20	0.71	7.39	0.00
1.3 ความสะดวกในการนำพากลับ	3.93	0.52	3.40	0.67	3.25	0.00
1.4 รูปทรงแปลกใหม่จากท้องตลาด	4.03	0.81	2.80	0.55	8.73	0.00
1.5 ใช้ระยะเวลาในการผลิต	3.93	0.78	3.10	0.96	3.02	0.00
ค่าเฉลี่ยรวม ด้านที่ 1	3.77	0.58	3.35	0.68	5.64	0.00
2.ด้านคุณค่าของงานศิลปะและความงาม						
2.1 ความประณีตในการทำผลิตภัณฑ์	4.63	0.49	3.13	0.43	12.04	0.00
2.2 รูปทรงของผลิตภัณฑ์สวยงาม	4.10	0.66	2.83	0.74	7.99	0.00
2.3 การใช้สีของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.67	0.48	2.97	0.56	19.97	0.00
2.4 รูปแบบผลิตภัณฑ์ สื่อถึงชีวิตความเป็นอยู่ของชาวจังหวัดนครสวรรค์	3.77	0.50	2.40	0.81	9.76	0.00
2.5 รูปแบบผลิตภัณฑ์ สื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนครสวรรค์	4.36	0.55	2.37	0.71	12.04	0.00
2.6 รูปทรงและลายละเอียดต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว	4.63	0.49	2.83	0.46	12.95	0.00
ค่าเฉลี่ยรวม ด้านที่ 2	4.36	0.53	2.76	0.62	12.46	0.00

รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ					
	รูปแบบใหม่		รูปแบบเดิม		t	P
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
3.ด้านประโยชน์ใช้สอย						
3.1 ผลิตภัณฑ์ มีประโยชน์ใช้สอยมากกว่า 1 อย่าง	3.33	0.48	4.03	0.67	4.37	0.00
3.2 ขนาดของผลิตภัณฑ์ มีความสะดวกใน การ นำพากลัไป	4.06	0.64	2.70	0.65	8.41	0.00
3.3 น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ มีความสะดวกใน การ นำพากลัไป	4.56	0.68	2.97	0.56	17.59	0.00
ค่าเฉลี่ยรวม ด้านที่ 3	3.98	0.60	3.23	0.62	10.12	0.00
รวมทั้ง 3 ด้าน	4.04	0.57	3.11	0.64	9.41	0.00

สรุปเมื่อ $P < 0.05$ แตกต่างอย่างนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบนั้น พบว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา ในรูปแบบใหม่ มีความพึงพอใจ ในกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านโครงสร้าง ด้านคุณค่าของงานศิลปะและความงาม และด้านประโยชน์ใช้สอย มากกว่ารูปแบบเดิม

ดังนั้น จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ที่ได้รับการออกแบบพัฒนาขึ้นใหม่ มากกว่ารูปแบบเดิม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ประเด็นที่น่าสนใจในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา คือ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจของ ที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอยมากกว่า 1 อย่าง สามารถเป็นได้ทั้งสิ่งที่แทนความทรงจำ และสามารถสอดแทรกความเป็นตัวตนของผู้บริโภคได้ เช่น การเขียนหรือการสลักชื่อลงบนผลิตภัณฑ์

ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานการค้นคว้าแบบอิสระ วณิชดา แก้วเนตร (บทคัดย่อ: 2545) เรื่อง ปัจจัยในการเลือกซื้อของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้าน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษานานาชาติ อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ สอดคล้องด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ ศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยสรุปผลการวิจัยดังกล่าว คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจในภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์พื้นบ้านมากกว่าด้านราคา และส่วนใหญ่นำไปใช้ส่วนตัวมากกว่านำไปเป็นของฝาก

สุภาวดี ชาวผ้าขาว (บทคัดย่อ : 2548) เรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในการเลือกซื้อของที่ระลึกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สอดคล้องกับผลการวิจัยที่ต้องการนำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ผลการวิจัยดังกล่าวพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน นิยมซื้อผลิตภัณฑ์งานฝีมือ/งานแกะสลัก ซื้อสินค้าของที่ระลึกเพื่อเป็นของที่ระลึกในการเดินทาง โดยตัดสินใจซื้อของที่ระลึกด้วยตนเอง ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกไม่ต่ำกว่า 500 บาท โดยซื้อของที่ระลึกจากบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

จากการลงพื้นที่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกครั้งนี้ ทำให้ได้สัมผัสกับชุมชนและแหล่งจำหน่ายของที่ระลึกที่สำคัญของจังหวัดนครสวรรค์ คือ พิพิธภัณฑ์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำบึงบอระเพ็ดเฉลิมพระเกียรติฯ ซึ่งเป็น

สถานที่ที่รองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมาก โดยเฉพาะช่วงวันหยุดและช่วงเทศกาลต่างๆ ที่นี้จึงเหมาะสำหรับเป็นแหล่งที่จะนำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกไปวางจำหน่าย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้ คือ นอกจากรูปแบบที่ได้พัฒนาแล้วนั้น ยังมีรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับนำมาเป็นของที่ระลึกอันสื่อถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามของจังหวัดนครสวรรค์อีกมาก ได้แก่ การเชิดสิงโตและแห่มังกรทอง ในงานตรุษจีน ซึ่งเป็นเทศกาลและประเพณี ที่มีความสำคัญต่อชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนครสวรรค์ การแข่งขันเรือยาว ในเทศกาลแข่งขันเรือยาวประจำปี สะพานเดชาดิวงส์ ซึ่งเป็นสะพานเก่าแก่อยู่นับกับจังหวัดนครสวรรค์มาช้านาน และยังเปรียบเสมือนประตูสู่ภาคเหนืออีกด้วย นอกจากนี้ยังมีวัดป่าสิริวัฒนวิสุทธิ์ (เขาโคกเผ่น) ซึ่งเป็นวัดในสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ตั้งอยู่ที่อำเภอท่าตะโก จังหวัดนครสวรรค์ ถ้าเพชร-ถ้าทอง อำเภอตากลี จังหวัดนครสวรรค์ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ ในคณะกรรมการอำนวยการจัดงานเฉลิมพระเกียรติ

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ.(2542). วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และ

ภูมิปัญญา จังหวัดนครสวรรค์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

นิรัช สุดสังข์. (2548). การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรินต์ติ้ง เฮาส์.

ประเสริฐ ศิลรัตน์. (2531). ของที่ระลึก. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรินต์ติ้ง เฮาส์.

วนิดา แก้วเนตร. (2545). ปัจจัยในการเลือกซื้อของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้าน ของนักท่องเที่ยว

ชาวไทย กรณีศึกษาบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปะ

ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สนไชย ฤทธิโชติ. (2551). งานของที่ระลึกเครื่องไม้ไผ่. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรินต์ติ้ง เฮาส์.

สุขุมล เล็กสวัสดิ์. (2548). เครื่องปั้นดินเผา: พื้นฐานการออกแบบและปฏิบัติงาน. กรุงเทพฯ : แอดทีฟ พรินท์ จำกัด.

สุภาวดี ชาวผ้าขาว. (2548). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ในการเลือกซื้อของที่ระลึกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

หน่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมท้องถิ่น จังหวัดนครสวรรค์. (2544). งานเครื่องปั้นดินเผา: บ้านมอญ

อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์. นครสวรรค์: อินทนนท์การพิมพ์.