

## บทนำ

# เครื่องประดับเซรามิก : เอกลักษณ์ภูมิปัญญาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์

## CERAMIC JEWELRY: IDENTITY WISDOM FOR COMMERCIAL PRODUCT DEVELOPMENT

ธนกฤต ใจสุตา<sup>1</sup>  
ภัทรา ศรีสุขไช<sup>2</sup>  
ณภัค แสงจันทร์<sup>2</sup>

วันรับบทความ : 18 พฤศจิกายน 2561

วันแก้ไขบทความ : 07 ธันวาคม 2561

วันตอบรับบทความ : 17 ธันวาคม 2561

### บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “เครื่องประดับเซรามิก : เอกลักษณ์ภูมิปัญญาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการผลิตเซรามิกในแหล่งต่างๆ ของประเทศไทย วิเคราะห์เอกลักษณ์เชื่อมโยงสู่การออกแบบเครื่องประดับ ควบคู่กับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและแนวทางในการพัฒนาเครื่องประดับเซรามิก เพื่อออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับเซรามิก การดำเนินงานวิจัยแบ่งออกเป็นสามส่วน คือ การวิจัยด้านภูมิปัญญาและเอกลักษณ์งานเซรามิก, การวิจัยด้านการตลาดของธุรกิจเครื่องประดับเซรามิก และการวิจัยด้านการผลิตและการออกแบบเครื่องประดับเซรามิก

การวิจัยพบว่า เซรามิกมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นเครื่องประดับ ด้วยเอกลักษณ์ที่แสดงออกถึงภูมิปัญญาและกระบวนการผลิตและการตกแต่งที่ก่อให้เกิดแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์ที่หลากหลาย โดยแหล่งผลิตเซรามิกของไทยแต่ละแหล่งสามารถบอกเล่าเรื่องราว และแสดงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตนเองได้อย่างดี ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดการออกแบบลูกผสม (Hybridization) โดยกำหนดให้เซรามิกแหล่งสุโขทัยและแหล่งสมุทรสาคร เป็นแบบร่วมสมัย เครื่องประดับกลุ่มหรูหรา สำหรับผู้หญิง ช่วงอายุ 25-36 ปี และเซรามิกแหล่งราชบุรีและแหล่งลำปาง เป็นแบบร่วมสมัย เครื่องประดับกลุ่มแฟชั่น สำหรับผู้หญิง ช่วงอายุ 36-45 ปี ผลที่ได้จากการวิจัยนี้ช่วยสร้างโอกาสทางการตลาดให้ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ เป็นการใช้ประโยชน์จากวัสดุ และเทคนิค กระบวนการที่เป็นเอกลักษณ์จากภูมิปัญญาเพิ่มมูลค่าในเชิงพาณิชย์

**คำสำคัญ:** โอกาสทางการตลาด, เอกลักษณ์ภูมิปัญญา, เครื่องประดับเซรามิก, ทูตทางวัฒนธรรม

<sup>1</sup>คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

<sup>2</sup>คณะอัญมณีศาสตร์และประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## Abstract

This research “Ceramic Jewelry: Identity Wisdom for Commercial Product Development” aims to study the ceramic producing process in various sources in Thailand. The Identity analysis is linked to jewelry design, along with consumer behavior analysis and guideline for the development of ceramic ornaments for the design and development of ceramic jewelry. The research operations are divided into three parts: the research on the wisdom and the identity of the ceramic work, the marketing research of the ceramic jewelry industry and the research on the production and design of ceramic jewelry.

The research found that. Ceramic has the potential to develop into a unique jewelry that expresses wisdom and the production and decorating process is inspiring and creative by each source of Thai ceramics can tell the story and show their unique character. The researchers used the hybrid design concept. (Hybridization) by definition the ceramic sources Sukhothai and Samut Sakhon are contemporary luxury jewelries for women ages 25-36 and ceramic of Ratchaburi and Lumpang sources are contemporary fashion Jewelries for women aged 36-45. The results of this research helps to create market opportunities for jewelry products that is a using the benefit of materials and techniques that are unique to the wisdom of commercial value added.

**Keyword:** marketing opportunities; identity wisdom; ceramic jewelry; cultural capital.

## 1. บทนำ

ในปัจจุบันรัฐบาลส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรม ในรูปแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 เครื่องประดับถือว่าเป็นอุตสาหกรรมประเภท Creative, Culture & High Value Service ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ สามารถนำเงินตราเข้าประเทศได้ปีละเกือบแสนล้านบาท เมื่อสภาวะการเติบโตของตลาดอัญมณีและเครื่องประดับเติบโตขึ้น สภาวะอุตสาหกรรมเครื่องประดับจากโลหะที่ทันสมัยจึงมีการขยายตัวมากขึ้น ในภาคการผลิตอุตสาหกรรมเครื่องประดับจึงเกี่ยวข้องกับทั้งด้านศาสตร์และศิลป์ คือ มีการเชื่อมโยงทั้งด้านอัญมณีศาสตร์ วัสดุโลหะวิทยา ที่นำมาทำเครื่องประดับ และการเจาะระโนงของช่างฝีมือ การออกแบบจึงเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มฝีมือหลายด้าน

การออกแบบเครื่องประดับในปัจจุบัน และเครื่องประดับในอดีต จะมีความแตกต่างที่เห็นได้ชัดในเรื่องรูปทรง วัสดุที่นำมาใช้ เครื่องประดับในอดีตการออกแบบจะมีความหรูหรา โครงสร้างซับซ้อน วัสดุที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นวัสดุที่มีราคาแพง มีความประณีต และละเอียดอ่อนอย่างชัดเจน เป็นงานที่ต้องใช้ความประณีตอย่างจริงจัง ส่วนงานเครื่องประดับ ในปัจจุบันรูปทรงเรียบง่าย รูปแบบสัมพันธ์กับวัสดุและโครงสร้างมีความสำคัญมากกว่าลวดลายปลีกย่อย (วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ. (2539) : 17)

ปัจจุบันเครื่องประดับเป็นที่นิยมและผลิตจากวัสดุ หลากหลาก เช่น หินสี คริสตัล ไม้ พลาสติก และเซรามิก สอดคล้องกับข้อมูลการวิเคราะห์การสำรวจเบื้องต้นจากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความคิดเห็นต่อวัสดุทดแทนในงานเครื่องประดับ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสนใจวัสดุทดแทนสำหรับงานเครื่องประดับถึงร้อยละ 54.24% โดยผู้บริโภคร้อยละ 52.54% เคยใช้เครื่องประดับที่ผลิตจากวัสดุทดแทน ซึ่งในวัสดุทดแทนที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ เซรามิก, แก้ว และ ไม้ (ธนภฤต ใจสุตา. (2559) : แบบสอบถาม)

จากที่มาและความสำคัญข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจในการนำเซรามิกจากแหล่งผลิตที่ขึ้นชื่อของไทยมาพัฒนาเป็นชิ้นงานเครื่องประดับ เป็นแนวทางสู่การออกแบบเครื่องประดับเซรามิก สร้างแนวคิดในการออกแบบ และนำวัสดุหลากหลายชนิดมาเป็นองค์ประกอบกันในการผลิตเป็นเครื่องประดับอันจะประกอบด้วย วัสดุเซรามิก โลหะ และอัญมณี ออกแบบสร้างสรรค์เป็นชิ้นงาน ที่ตรงตามความต้องการของตลาดในปัจจุบันสามารถผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มได้ในเชิงพาณิชย์

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการผลิตเซรามิกในแหล่งต่างๆ ของประเทศไทย วิเคราะห์เอกลักษณ์เชื่อมโยงสู่การออกแบบเครื่องประดับ
2. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและแนวทางในการพัฒนาเครื่องประดับเซรามิก
3. เพื่อออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับเซรามิก ที่สอดคล้องกับกระบวนการผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ในงานเซรามิกแหล่งต่างๆ ของไทย

## 3. ประโยชน์ของการวิจัย

1. ได้องค์ความรู้การผลิตเซรามิกและเอกลักษณ์เซรามิกแหล่งต่างๆ นำไปสู่การพัฒนาให้เกิดการต่อยอดงานออกแบบ และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ
2. ได้แนวทางในการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับเซรามิก โดยผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่ได้มีรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และมีกระบวนการผลิตที่เหมาะสมสำหรับอุตสาหกรรมขนาดเล็ก หรือวิสาหกิจชุมชน
3. ได้ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับต้นแบบ ที่สามารถให้ผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไปได้สัมผัสและเรียนรู้ ลักษณะของเครื่องประดับเซรามิก

## 4. สมมติฐานของการวิจัย (ถ้ามี)

เซรามิกของไทย มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น สามารถบอกเล่าเรื่องราว และแสดงลักษณะเฉพาะของแหล่งผลิต ซึ่งเป็นประโยชน์แก่นักออกแบบในการนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์ ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มและสร้างโอกาสทางการตลาดได้

## 5. ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้อง และ ลงพื้นที่เก็บข้อมูลแหล่งผลิตเซรามิกที่สำคัญของไทย จำนวน 4 แหล่งคือ แหล่งผลิตเซรามิกสุโขทัย, แหล่งผลิตเซรามิกราชบุรี, แหล่งผลิตเซรามิกสมุทรสาคร, และแหล่งผลิตเซรามิกลำปาง
2. ศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับเซรามิก

### 3. ศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเครื่องประดับเซรามิก

4. ออกแบบร่างเครื่องประดับเซรามิก ในลักษณะของงานเครื่องประดับประกอบตัวเรือนโลหะมีค่า และอัญมณี ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์แหล่งผลิตเซรามิก ทั้ง 4 แหล่ง ออกแบบร่างเซตเครื่องประดับจำนวน 40 ชุด และผลิตเป็นชิ้นงานต้นแบบจำนวน 12 ชุด (โดยแบ่งออกเป็น 3 ชุดแบบร่าง ต่อ 1 แหล่งพื้นที่ผลิตเซรามิก)

## 6. วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลเอกสารเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลด้านกระบวนการผลิต และเอกลักษณ์ที่ปรากฏ ในพื้นที่การผลิตเซรามิกของไทย จำนวน 4 แหล่ง คือ แหล่งผลิตเซรามิกสุโขทัย, แหล่งผลิตเซรามิกราชบุรี, แหล่งผลิตเซรามิกสมุทรสาคร และแหล่งผลิตเซรามิกลำปาง ใช้การสังเกตและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง

2. ศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค โดยทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามผู้บริโภคอัญมณี และเครื่องประดับ โดยใช้แบบสอบถาม ทำการเก็บข้อมูลผู้บริโภค จำนวน 300 คน โดยเก็บข้อมูลจาก 3 แหล่ง คือ บริเวณตลาดสำเพ็ง, บริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร และบริเวณย่านสยามสแควร์ พร้อมทั้งวิเคราะห์หาแนวทางการออกแบบโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 5 ท่าน เพื่อหาแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเซรามิก

3. กำหนดแนวคิดในการออกแบบเครื่องประดับเซรามิก โดยออกแบบให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้บริโภค และเอกลักษณ์เฉพาะตัวของเซรามิกแต่ละพื้นที่ ทำการร่างแบบชุดเครื่องประดับจำนวน 40 ชุดแบบร่าง โดยแบ่งออกเป็น 10 ชุดแบบร่าง ต่อ 1 แหล่งพื้นที่ผลิตเซรามิก

4. คัดเลือกแบบร่างเครื่องประดับเซรามิก จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเครื่องประดับ จำนวน 5 ท่าน โดยใช้แบบประเมินแบบร่างเครื่องประดับโดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อคัดเลือกแบบร่างจากแบบร่าง 40 ชุดแบบร่าง ให้เหลือ 20 ชุดแบบร่าง นำไปสู่การประเมินแบบร่างโดยผู้บริโภค โดยใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อแบบร่างเครื่องประดับเซรามิก ทำการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 200 คน คัดเลือกแบบร่างจาก 20 ชุดแบบร่างข้างต้น ให้เหลือ 12 ชุดแบบร่างเพื่อผลิตเป็นต้นแบบ

5. ผลิตเครื่องประดับเซรามิกต้นแบบ (Prototype) แบบร่างที่มีคะแนนประเมินสูงสุด 3 อันดับแรก จะถูกนำมาผลิต ซึ่งมีทั้งหมด 12 ชุด โดยแบ่งออกเป็น 3 ชุด ต่อแหล่งพื้นที่ผลิตเซรามิก ผลิตในรูปแบบเครื่องประดับที่ใช้เซรามิกประกอบตัวเรือนโลหะมีค่า และอัญมณี

### 6. สรุปและอภิปรายผล

## 7. สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยแบ่งออกตามวัตถุประสงค์ในงานวิจัย พบว่า

## 1. การกระบวนการผลิตเซรามิกในแหล่งต่างๆ ของประเทศไทย

ผู้วิจัยทำการลงพื้นที่แหล่ง ผลิตเซรามิกของไทย จำนวน 4 แหล่ง พบว่า วัตถุประสงค์ในการผลิตเซรามิกของแหล่งผลิตทั้งสี่มีความคล้ายคลึงกันมาก จากการสัมภาษณ์พบว่า วัตถุประสงค์ประเภทดิน นิยมใช้ดินจากโรงงานมีการสั่งซื้อดินเพื่อนำมาขึ้นรูป แทนการผลสมดินเอง และสี่เคลือบส่วนมากมีการสั่งซื้อผ่านบริษัท ซึ่งส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศ เพราะให้ความชัดเจนของสีและความสดของสีมาก ยกเว้นสี่เคลือบที่เป็นแบบโบราณเช่น เคลือบศิลาดล ยังคงพบว่ามีการผลิตเคลือบเองอยู่บ้าง

ในส่วนของการกระบวนการผลิตเครื่องเซรามิกนั้น ทั้ง 4 แหล่ง มีการผลิตที่คล้ายคลึงกัน เป็นกระบวนการผลิตกึ่งอุตสาหกรรม ขึ้นรูปด้วยกระบวนการอย่างง่าย เช่น การหล่อพิมพ์ การปั้นขึ้นรูป การอัดพิมพ์ เป็นต้น

## 2. การวิเคราะห์เอกลักษณ์เซรามิกในแหล่งต่างๆ ของประเทศไทย

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เอกลักษณ์ และลักษณะเด่นที่ปรากฏของผลิตภัณฑ์เซรามิก จากแหล่งผลิตเซรามิกของไทย จำนวน 4 แหล่ง พบว่า

เอกลักษณ์แหล่งเซรามิกสุโขทัย เป็นเครื่องปั้นดินเผาเคลือบเนื้อละเอียด โดยเฉพาะอย่างยิ่งชนิดเนื้อแตกลายงาสีเขียวไขก่า วิวัฒนาการของการเคลือบสีเขียวประณีตงดงามทำให้มีการเรียกชื่อเครื่องปั้นดินเผาสีเขียวว่า “เซลาดอน” ซึ่งเคลือบสีระดับต่าง ๆ กัน เช่น สีเขียวไขก่า สีเขียวมะกอก และการเขียนสีได้เคลือบเป็นธรรมชาติ ลวดลายปลา ลวดลายดอกไม้ต่างๆ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของเซรามิกสุโขทัย



ลายใต้เคลือบ ลวดลายปลา



เคลือบศิลาดล

### ภาพประกอบ 1 เอกลักษณ์ในงานเซรามิกของแหล่งผลิตเซรามิก สุโขทัย

ที่มา : ธนกฤต ใจสุดา

เอกลักษณ์แหล่งเซรามิกสมุทรสาคร เป็นเครื่องเซรามิกที่มีการเขียนลายแบบเบญจรงค์ ถือเป็นเอกลักษณ์ของเซรามิกสมุทรสาคร โดย คำว่า “เบญจรงค์” แปลว่า 5 สี ประกอบด้วย สีดำ สีเขียว สีเหลือง สีแดง สีขาว และเดินเส้นด้วยสีทอง ปัจจุบันมีการพัฒนาลวดลายออกเป็น 3 ลักษณะ คือ ลวดลายดั้งเดิม, ลวดลายเถาดอกไม้, และลวดลายประเพณี



ลายน้ำทอง



ลายเบญจรงค์

**ภาพประกอบ 2** เอกลักษณะในงานเซรามิกของแหล่งผลิตเซรามิก สมุทรสาคร  
ที่มา : ธนกฤต ใจสุดา

เอกลักษณะแหล่งเซรามิกราชบุรี โดยมากเป็นชิ้นงานขนาดใหญ่ ซึ่งใช้การขึ้นรูปด้วยวิธีการกด ให้เป็นภาชนะขนาดใหญ่ เคลือบสีตกแต่ง สีเส้นสดใส มีการตกแต่งด้วยรูปดอกไม้ ซึ่งลวดลายที่นิยมก็คือ ลายมังกร และลายจีน ตามแบบสมัยนิยม ในปัจจุบันเทคนิคการเขียนสีได้เคลือบลายพรรณพฤกษา เป็นที่นิยมอย่างมาก สำหรับภาชนะกระถางขนาดใหญ่ ผลิตภัณฑ์เป็นลักษณะงานร่วมสมัย ปัจจุบันเน้นไปที่การประดับตกแต่งสวน และงานอาคาร



ลายได้เคลือบ ลายพฤกษา และลายจีน



รูปดอกไม้ลายมังกร

**ภาพประกอบ 3** เอกลักษณะในงานเซรามิกของแหล่งผลิตเซรามิก ราชบุรี  
ที่มา : ธนกฤต ใจสุดา

เอกลักษณะของเซรามิกลำปาง คือ วัตถุดิบที่เป็นดินขาว ขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์ของใช้บนโต๊ะอาหาร ใช้การเขียนลาย และการเคลือบในการตกแต่ง ลวดลายที่ถือว่าเป็นเอกลักษณ์ก็คือ ไก่ เป็นการเขียนลายด้วยเทคนิคได้เคลือบ ในปัจจุบันการตกแต่งเซรามิกมีหลากหลายตามความต้องการของตลาดและการสร้างเอกลักษณ์ให้กับแบรนด์ ความเป็นแหล่งพื้นที่วัตถุดิบดินขาว และแหล่งผลิตทำให้เซรามิกลำปางมีชื่อเสียง



ลายใต้เคลือบ ลวดลายไก่



เคลือบสีเทคนิคต่างๆ

**ภาพประกอบ 4** เอกลักษณะในงานเซรามิกของแหล่งผลิตเซรามิก ลำปาง  
ที่มา : ธนกฤต ใจสุดา

### 3. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคอันภูมิและเครื่องประดับ

จากการสำรวจด้วยวิธีแบบสอบถามผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ระดับการศึกษาปริญญาตรี เงินเดือนโดยเฉลี่ย 20,001 - 30,000 บาท มีกำลังในการเครื่องประดับโดยเฉลี่ยทุกอาทิตย์ ซึ่งส่วนใหญ่ซื้อเพื่อตกแต่งร่างกายและใช้ในชีวิตประจำวัน แหวน ต่างหู และจี้ และเครื่องประดับเงินเป็นเครื่องประดับที่ได้รับความนิยมในการเลือกซื้อ โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ รูปแบบ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งรูปแบบลวดลายที่นิยมก็มีความแตกต่างกันตามช่วงอายุ แต่โดยมากนิยมเครื่องประดับที่เป็นรูปทรงเรขาคณิต จากการสอบถามเรื่องความสนใจในเครื่องประดับเซรามิก พบว่า มีความสนใจในเครื่องประดับเซรามิก โดยบางส่วนเคยซื้อเครื่องประดับเซรามิก โดยมองว่าคนที่สวมเครื่องประดับเซรามิกเป็นคนที่มีรสนิยม แต่ในแง่ของการรับรู้โดยมาก รู้สึกว่าเซรามิกจะแตกหักง่าย มีความบอบบาง

#### ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับเซรามิก พบว่า

- 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภคคำนึงถึงเรื่องเครื่องประดับเซรามิกจะต้องมีเอกลักษณ์ รูปทรงและการออกแบบที่สวยงาม มีขนาดไม่ใหญ่และน้ำหนักเบา ตลอดจนการออกแบบที่สวมใส่สบาย
- 2) ปัจจัยด้านราคา (Price) พบว่า เครื่องประดับเซรามิกควรมีราคาที่เหมาะสมสอดคล้องกับคุณค่าที่ได้รับ มีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ โดยมองว่าการผลิต และการออกแบบมีผลต่อราคาเครื่องประดับเซรามิก
- 3) ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายเครื่องประดับเซรามิกจะต้องมีการจัดตกแต่งร้านที่สวยงาม มีหลายสาขาให้เลือก และร้านจำหน่ายจะต้องได้รับการรับรอง และมีการส่งเสริมจากหน่วยงานต่างๆ

4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า เครื่องประดับเซรามิกควรมีการรับชมแซมและรับประกัน ร้านค้าหรือแบรนด์จะต้องมีกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้า และมีส่วนลดและของแถมในการซื้อ

#### 4. การวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาและการออกแบบเครื่องประดับเซรามิก

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเครื่องประดับเซรามิก โดยการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน โดยมีประเด็นในการวิเคราะห์ดังนี้

ประเด็นที่ 1. ความเป็นไปได้ในการนำเซรามิกมาพัฒนาเป็นเครื่องประดับ พบว่า ความเป็นไปได้ในการนำเซรามิกมาพัฒนาเป็นเครื่องประดับ โดยการพัฒนาต้องคำนึงถึงตลาดเป็นสำคัญ และงานออกแบบมีส่วนสำคัญมากต่อรูปแบบและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ เน้นไปทางเครื่องประดับแฟชั่น

ประเด็นที่ 2. รูปแบบและลวดลายของเครื่องประดับเครื่องประดับเซรามิกที่สอดคล้องกับตลาดในปัจจุบัน พบว่า รูปแบบและลวดลายเครื่องประดับเซรามิกควรเป็นไปในลักษณะของ เครื่องประดับแฟชั่นให้ความสำคัญต่อรูปแบบและลวดลายตามความต้องการของตลาด เน้นการนำเสนอเอกลักษณ์ของวัสดุผ่านงานออกแบบที่ประณีตสวยงาม เครื่องประดับเซรามิกควรมีลักษณะของงานเซรามิก ประกอบตัวเรือนโลหะที่ตกแต่งด้วยอัญมณี เพื่อให้เกิดความแตกต่างและยกระดับจากของที่ระลึกไปสู่ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับอย่างแท้จริง

ประเด็นที่ 3. การใช้เอกลักษณ์ของงานเซรามิก ส่งานเครื่องประดับมีวิธีการอย่างไร พบว่า เอกลักษณ์ถือเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น ซึ่งเอกลักษณ์ของเซรามิก ประกอบด้วย 2 อย่างคือ เอกลักษณ์ของวัสดุ และเอกลักษณ์ของการตกแต่ง เครื่องประดับเซรามิกจะต้องส่งเสริมให้เอกลักษณ์ดังกล่าวให้โดดเด่นขึ้น เป็นการนำเสนอเรื่องราว และคุณค่าของผลิตภัณฑ์

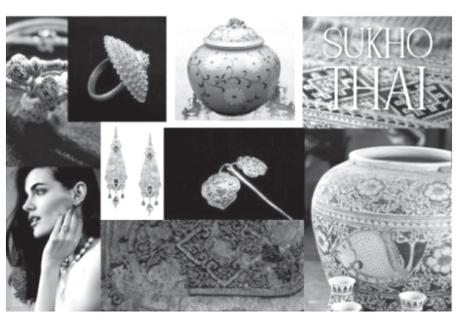
ประเด็นที่ 4. เทคนิคและกระบวนการที่เหมาะสมสำหรับนำไปใช้ในการผลิตเครื่องประดับเซรามิก พบว่า การออกแบบเป็นตัวกำหนดเทคนิคกระบวนการในการผลิตเครื่องประดับเซรามิก การผลิตนั้นต้องคำนึงถึงการผลิตเชิงพาณิชย์ สามารถทำได้ในปริมาณมากได้ แต่ต้องมีเอกลักษณ์ การผลิตตัวเรือนเครื่องประดับโดยทั่วไป ใช้กับการผลิตเครื่องประดับเซรามิกได้ โดยอาจจะแยกการผลิตออกจากกันระหว่าง ชิ้นงานที่เป็นโลหะ และชิ้นงานที่เป็นเซรามิก แล้วนำเข้ามาประกอบกันอีกครั้ง ให้เป็นชิ้นงานที่สมบูรณ์

ประเด็นที่ 5. ข้อเสนอแนะอื่นๆ พบว่า เซรามิกมีความบอบบางและแตกหักได้ง่ายเมื่อกระทบกับของแข็ง นักออกแบบควรคำนึงถึงการใช้งานและข้อจำกัดนี้ ส่วนการออกแบบนั้นจะต้องให้ความสำคัญอย่างมากเพราะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค นอกจากนี้จะต้องประยุกต์ใช้เทคนิคตกแต่งอื่นๆ หรือวัสดุอื่นๆ ในการสร้างสรรค์ให้ชิ้นงานเครื่องประดับมีความโดดเด่นขึ้น

#### 5. การกำหนดแนวคิดและการออกแบบ

แนวคิดในการออกแบบ ใช้แนวคิดการสร้างสรรคบนพื้นฐาน “วัฒนธรรมและภูมิปัญญา” ที่เชื่อมโยงกับ “ความต้องการและ เทคโนโลยี” ทำให้เกิดรูปแบบการผสมผสาน (Hybridization)

ซึ่งหลักเกณฑ์ในการออกแบบนั้นกำหนดให้ เซรามิกแหล่งสุโขทัยและแหล่งสมุทรสาคร เป็นแบบเครื่องประดับที่มีมูลค่า เหมาะกับช่วงอายุ 36-45 ปี ให้ความรู้สึกร่วมสมัย และหรูหรา เซรามิกแหล่งราชบุรี และแหล่งลำปาง เป็นเครื่องประดับแฟชั่น ให้ความรู้สึกร่วมสมัย และสนุกสนาน เหมาะกับช่วงอายุ 25-36 ปี ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบร่างเครื่องประดับเซรามิก ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ทางภูมิปัญญาและพื้นที่แหล่งผลิตเซรามิก ทั้ง 4 แหล่ง ได้แก่

<p>1) แหล่งผลิตเซรามิก สุโขทัย ออกแบบโดยใช้ปัจจัยเก่า คือ เอกลักษณ์ของลวดลายที่แสดงออกถึงความเป็นสุโขทัย เอกลักษณ์ของงานเซรามิกสุโขทัย และ ภูมิปัญญางานเซรามิกสุโขทัย รวมถึงลวดลายปูนปั้น หัตถกรรมเครื่องทองของสุโขทัย ผสานกับปัจจัยใหม่ คือ การออกแบบเครื่องประดับรูปแบบร่วมสมัย สำหรับผู้บริโภคระดับกลาง เครื่องประดับกลุ่มหรูหรา</p>	
<p>2) แหล่งผลิตเซรามิก ราชบุรี ออกแบบโดยใช้ปัจจัยเก่า คือ เอกลักษณ์ของลวดลายที่แสดงออกถึงความเป็นวัฒนธรรมชุมชนชาวจีน เอกลักษณ์ของงานเซรามิกราชบุรีและ ภูมิปัญญางานเซรามิกราชบุรี ลวดลายแบบจีน และการผสมผสานความเชื่อกับสัญลักษณ์ ผสานกับปัจจัยใหม่ คือ การออกแบบเครื่องประดับรูปแบบร่วมสมัย สำหรับผู้บริโภคระดับกลาง เครื่องประดับกลุ่มแฟชั่น</p>	
<p>3) แหล่งผลิตเซรามิก สมุทรสาคร ออกแบบโดยใช้ปัจจัยเก่า คือ เอกลักษณ์ของลวดลายที่แสดงออกถึงความเป็นไทยร่วมสมัย เอกลักษณ์ของงานเซรามิกสมุทรสาคร และ ภูมิปัญญางานเซรามิกสมุทรสาคร ลายไทย และงานสถาปัตยกรรมไทย ผสานกับปัจจัยใหม่ คือ การออกแบบเครื่องประดับรูปแบบร่วมสมัย สำหรับผู้บริโภคระดับกลาง เครื่องประดับกลุ่มหรูหรา</p>	
<p>4) แหล่งผลิตเซรามิก ลำปาง ออกแบบโดยใช้ปัจจัยเก่า คือ เอกลักษณ์ของลวดลายที่แสดงออกถึงความเป็นล้านนา เอกลักษณ์ของงานเซรามิกลำปาง และ ภูมิปัญญางานเซรามิกลำปาง ลวดลายล้านนา และเครื่องเงิน ผสานกับปัจจัยใหม่ คือ การออกแบบเครื่องประดับรูปแบบร่วมสมัย สำหรับผู้บริโภคตลาดกลาง เครื่องประดับกลุ่มแฟชั่น</p>	

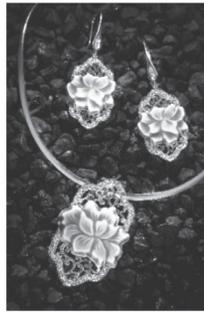
## 6. การคัดเลือกแบบร่าง

ผู้วิจัยทำการคัดเลือกแบบร่างเครื่องประดับเซรามิกโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภค เพื่อให้ได้แบบร่างสำหรับผลิตเป็นชิ้นงานต้นแบบ จำนวน 12 ชุด โดยแบ่งเป็น ต้นแบบเครื่องประดับเซรามิก 3 ชุด ต่อแหล่งผลิตเซรามิก ซึ่งแบบร่างที่ผ่านการคัดเลือกมีดังนี้

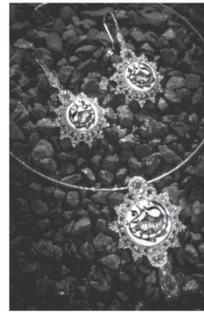
1) แบบร่างเครื่องประดับเซรามิก จากแหล่งสุโขทัย แบบร่างที่มีคะแนนการประเมินสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ แบบร่างที่ 2 มีคะแนนเฉลี่ย 3.87 มีระดับความพึงพอใจมาก, แบบร่างที่ 4 มีคะแนนเฉลี่ย 3.85 มีระดับความพึงพอใจมาก และแบบร่างที่ 1 มีคะแนนเฉลี่ย 3.82 มีระดับความพึงพอใจมาก



แบบร่างที่ 2



แบบร่างที่ 4



แบบร่างที่ 1

**ภาพประกอบ 5** ต้นแบบเครื่องประดับเซรามิกเอกลักษณ์แหล่งเซรามิกสุโขทัย  
ที่มา : ธนกฤต ใจสุดา

2) แบบร่างเครื่องประดับเซรามิก จากแหล่งราชบุรี แบบร่างที่มีคะแนนการประเมินสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ แบบร่างที่ 4 มีคะแนนเฉลี่ย 3.70 มีระดับความพึงพอใจมาก, แบบร่างที่ 2 มีคะแนนเฉลี่ย 3.67 มีระดับความพึงพอใจมาก และแบบร่างที่ 1 มีคะแนนเฉลี่ย 3.60 มีระดับความพึงพอใจมาก



แบบร่างที่ 1



แบบร่างที่ 2



แบบร่างที่ 4

**ภาพประกอบ 6** ต้นแบบเครื่องประดับเซรามิกเอกลักษณ์แหล่งเซรามิกราชบุรี  
ที่มา : ธนกฤต ใจสุดา

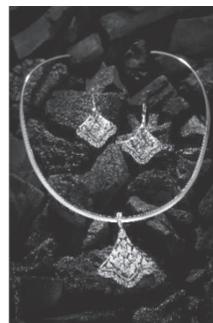
3) แบบร่างเครื่องประดับเซรามิก จากแหล่งสมุทรสาคร แบบร่างที่มีคะแนนการประเมินสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ แบบร่างที่ 5 มีคะแนนเฉลี่ย 3.91 มีระดับความพึงพอใจมากแบบร่างที่ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 3.85 มีระดับความพึงพอใจมาก และแบบร่างที่ 1 มีคะแนนเฉลี่ย 3.78. มีระดับความพึงพอใจมาก



แบบร่างที่ 1



แบบร่างที่ 2



แบบร่างที่ 4

**ภาพประกอบ 7** ต้นแบบเครื่องประดับเซรามิกเอกลักษณ์แหล่งเซรามิกสมุทรสาคร  
ที่มา : ธนกฤต ใจสุดา

4) แบบร่างเครื่องประดับเซรามิก จากแหล่งลำปาง แบบร่างที่มีคะแนนการประเมินสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ แบบร่างที่ 5 มีคะแนนเฉลี่ย 3.62 มีระดับความพึงพอใจมาก, แบบร่างที่ 4 มีคะแนนเฉลี่ย 3.56 มีระดับความพึงพอใจมาก และแบบร่างที่ 1 มีคะแนนเฉลี่ย 3.58 มีระดับความพึงพอใจมาก



แบบร่างที่ 1



แบบร่างที่ 2



แบบร่างที่ 4

**ภาพประกอบ 8** ต้นแบบเครื่องประดับเซรามิกเอกลักษณ์แหล่งเซรามิกลำปาง  
ที่มา : ธนกฤต ใจสุดา

## 8. การอภิปรายผล

ผลจากงานวิจัยแสดงให้เห็นว่าเซรามิกมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นเครื่องประดับ ด้วยเอกลักษณ์ที่แสดงออกถึงภูมิปัญญา และกระบวนการผลิตและการตกแต่งที่ก่อให้เกิดแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์ โดยแหล่งผลิตเซรามิกของไทยแต่ละแหล่งสามารถบอกเล่าเรื่องราว และแสดงเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้อย่างดี ซึ่งเมื่อลองเปรียบเทียบกับงานเซรามิกที่มีในต่างประเทศ จะพบว่า เซรามิก ของไทยมีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในตลาดโลกมาโดยตลอด หากแต่เราไม่ค่อยพัฒนารูปแบบให้มีความหลากหลาย ยังดำเนินการผลิต

ในรูปแบบผู้รับจ้างผลิตเสมอมา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของการบูรณาการแนวคิดจึงถือเป็นเรื่องใหม่ ซึ่งเครื่องประดับ เซรามิกในต่างประเทศนั้นมีมานานมากแล้ว แขนงเครื่องประดับชั้นนำของโลกก็มีการนำเซรามิกมาใช้เป็นวัสดุในการผลิตชิ้นงานเครื่องประดับอยู่เสมอ การนำเสนอเครื่องประดับเซรามิกปรากฏอยู่ในรูปผลิตภัณฑ์ของฝากในหลายประเทศ เช่น ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ จีน อังกฤษ เป็นต้น ล้วนแต่มีรูปแบบกระบวนการในการผลิตที่คล้ายคลึงกัน แต่สร้างเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงประเทศเหล่านั้น ด้วยลวดลาย สี สัน และการออกแบบ ไทยเองในฐานะที่เป็นผู้นำเข้าและส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิกอันดับ 12 ของโลก ทำให้เห็นว่าเรามีศักยภาพเพียงใดในการพัฒนาเครื่องประดับเซรามิก ด้วยเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เซรามิกของไทยเอง ทั้งชะทางฝีมือของช่าง และความคิดสร้างสรรค์ที่ติดตัวมาของคนไทย ทำให้มองว่าไม่ใช่เรื่องยากในการจะทำให้เครื่องประดับเซรามิกของไทยทัดเทียมกับของต่างประเทศ

## 9. ข้อเสนอแนะ

### 9.1 ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

เครื่องประดับเซรามิก เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรม 2 อย่างคือ อุตสาหกรรมเซรามิก และอุตสาหกรรมเครื่องประดับ เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการเพิ่มมูลค่าจากทุนทางวัฒนธรรมโดยการออกแบบและพัฒนาให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภค พฤติกรรมและกระแสดemand ความต้องการ โดยเป็นการบูรณาการระหว่างงานเซรามิก กับงานเครื่องประดับ สร้างเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเซรามิก ที่มีรูปแบบที่แสดงเอกลักษณ์ของงานเซรามิกของแต่ละพื้นที่ได้อย่างโดดเด่น

### 9.2 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรศึกษาความต้องการของกลุ่มตลาดที่มีผลต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม หลากหลายและสอดคล้องมากขึ้น
- 2) ควรศึกษาเนื้อดินเซรามิกที่มีน้ำหนักเบา สำหรับผลิตเป็นเครื่องประดับเซรามิกโดยตรง เพื่อลดปัญหาน้ำหนักที่มากเกินไปจากการใช้ดินเซรามิกทั่วไป
- 3) ควรศึกษากระบวนการตกแต่งเซรามิกและเคลือบ เพื่อพัฒนางานเครื่องประดับเซรามิกให้มีความหลากหลาย และเกิดเอกลักษณ์ ทั้งในรูปแบบดั้งเดิมและรูปแบบนวัตกรรม

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ ทุนสนับสนุนงานวิจัยจาก สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.) ชุดโครงการ “การพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม” ปีงบประมาณ 2560

## 10. บรรณานุกรม

- ธนภฤต ใจสุตา. (2559). แบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องประดับ. เก็บข้อมูลวันที่ 15 สิงหาคม 2559
- ธนภฤต ใจสุตา. (2560). การพัฒนาเครื่องประดับเซรามิกเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด. กรุงเทพฯ : กองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.).
- วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ. (2539). ศิลปะเครื่องประดับ. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์.