

การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง

Study and Development of Ceramics Design by the Use of Lampang Identity

วีระศักดิ์ สวนจันทร์ (Veerasak Suanchan)* ดร.จตุรงค์ เลหาะเพ็ญแสง (Dr.Chaturong Louhapensang)**
อุดมศักดิ์ สาริบุตร (Udomsak Saributr)***

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ที่มีความสวยงามใช้ได้จริง ผลิตในระบบอุตสาหกรรมได้ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิกในรูปแบบใหม่ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้จากนักท่องเที่ยวที่เข้าชมสินค้าภายใน INDRA OUTLET (อินทราเอาท์เลท) จังหวัดลำปาง จำนวน 100 คน ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยใช้หลักทฤษฎีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ยึดหลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ ใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ได้อย่างเหมาะสมค่าเฉลี่ยรวม 4.48 อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก สามารถผลิตได้จริงในระบบอุตสาหกรรมค่าเฉลี่ยรวม 4.22 อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีความชัดเจนในด้านความงามของวัสดุที่ใช้ค่าเฉลี่ยรวม 4.08 อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีการนำวัสดุสำหรับตกแต่งและวัสดุชิ้นส่วนประกอบร่วมกันอย่างกลมกลืนค่าเฉลี่ยรวม 4.02 อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก สามารถนำมาใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวันค่าเฉลี่ยรวม 4.66 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เลือกใช้วัสดุในท้องถิ่นนำมาผลิตได้อย่างเหมาะสมค่าเฉลี่ยรวม 4.38 อยู่ในระดับเห็นด้วย และ มีรูปร่าง รูปทรง ขนาด สี สัน มีความสวยงามน่าใช้ค่าเฉลี่ยรวม 4.56 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

ABSTRACT

The purposes of this dissertation were to design ceramic products by using the identity of Lampang province that have beautiful, practical and can be produce in the industry and study the customers' satisfaction of new ceramic product. The sampled groups were 100 tourists of Indra Outlet, Lampang province by Non-Probability Sampling and Simple Random Sampling. The result of the studies were that the ceramic products properly design by using the identity of Lampang mean 4.48 was very agreed, can be produce in the industry mean 4.22 was very agreed, clarity in the beauty of the materials used mean 4.08 was very agreed, materials for the decoration and material components together seamlessly mean 4.02 was very agreed, can be used practically on a daily basis mean 4.66 was most agreed, use local materials used to produce properly mean 4.38 was very agreed and shapes sizes and colors are beautiful be used mean 4.56 was most agreed.

คำสำคัญ : อัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ผลิตภัณฑ์เซรามิก

Key Words : The identity of Lampang Province, Ceramic products

* นักศึกษาลัทธิสุตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

*** รองศาสตราจารย์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

บทนำ

อุตสาหกรรมเซรามิกนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานของไทยและเป็นอุตสาหกรรมที่เก่าแก่ที่สุด มีประวัติการผลิตและมีการพัฒนามายาวนาน ในปี พ.ศ. 2544 อุตสาหกรรมเซรามิกมีการส่งออกกว่า 20,000 ล้านบาท นับเป็นสินค้าส่งออกลำดับที่ 35 ของโลก ในปี พ.ศ. 2543 ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์เป็นลำดับ 8 ของโลก เป็นผู้ผลิตกระเบื้องเซรามิกลำดับที่ 11 และเป็นผู้ส่งออกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารอันดับที่ 8 ซึ่งแหล่งอุตสาหกรรมเซรามิกไทยกระจายตัวอยู่ทั่วไป แต่พบมากที่สุดในจังหวัดลำปาง มีจำนวนโรงงานมากกว่า 200 แห่ง โดยมีผู้ผลิตขนาดกลางกระจายตัวอยู่ในจังหวัดลำปางประมาณ 40 รายการผลิตส่วนใหญ่เป็นแบบโรงงานขนาดกลาง และขนาดย่อมจำเป็นต้องมีการพัฒนากระบวนการผลิตการจัดการด้านการบริหารและการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างงานได้มาก และสามารถครองตลาดได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการหมุนเวียนเงินในประเทศ ทำให้เศรษฐกิจเกิดสภาพคล่องตัว โดยโรงงานส่วนใหญ่ตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และลำปาง (สำนักคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

ลำปางมีชื่อเสียงในเรื่องของการทำผลิตภัณฑ์จากเซรามิกมาหลายสิบปี โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เลี้ยงชื่อและได้รับความนิยมเป็นอย่างมากคือ ขามไก่ เนื่องจากจังหวัดลำปางถือได้ว่าเป็นแหล่งผลิตสุดท้ายแล้วในประเทศไทย ที่ยังมีการผลิตขามไก่แบบโบราณอยู่จนถึงทุกวันนี้ จนถือว่าเป็นสัญลักษณ์หนึ่งของจังหวัดลำปางเลยก็ว่าได้ ปัจจุบันขามไก่อังเป็นที่นิยมอยู่ทั่วไป ถือว่าเป็นสินค้าและรายได้ให้กับผู้ประกอบการในจังหวัดลำปาง ขณะเดียวกันก็เห็นถึงความต้องการเปลี่ยนแปลงของขามไก่ที่เป็นสินค้านำเข้าถูกवादลดตายหยาดลง รูปร่างเปลี่ยนไป เพื่อให้ผลิตง่ายขึ้น และลดต้นทุนในการผลิต ซึ่งขามไกรุ่นเก่าเผาไฟสูงกว่าขามไก่ที่ผลิตในปัจจุบัน มีความแกร่งและ

ถือว่าเป็นเกรดพอชนเหนือหนา ใช้งานทนกว่า รูปร่างแปดเหลี่ยม ขาเป็นเชิงสูง จับง่าย ซ่อนแล้วก็หยิบง่าย วดลดตายละเอียดสวยงาม บ่งบอกถึงความชำนาญทางช่างและควมมีศิลปะของคนรุ่นก่อน คุณสมบัติเหล่านี้หาได้ยากในขามไกรุ่นปัจจุบัน (อนุรักษ์, 2551)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า (อนุรักษ์, 2551) ขามไก่ รูปแบบดั้งเดิมยังคงมีเอกลักษณ์ที่แฝงไว้ด้วยคุณค่าอยู่ในตัวของมันเอง ซึ่งถ้ามองย้อนกลับไปในอดีตก็จะเห็นได้ว่า ขามไก่ ถือกำเนิดมาจากประเทศจีน และประเทศจีนก็ยังผลิต ขามไก่อในรูปแบบเดิมอยู่ไม่มีเปลี่ยนแปลง แสดงว่าขามไก่อไม่ใช่อัตลักษณ์ที่แสดงถึงวัฒนธรรมของจังหวัดลำปางอย่างแท้จริง ผู้วิจัยจึงเกิดแนวคิดที่จะหารูปแบบและอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ซึ่งมีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนานมากกว่า 1,300 ปี มีศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณียาวนาน มีวัดวาอารามเก่าแก่ที่มีลาค่านานา ซึ่งไม่มีที่ไหนสมบูรณ์เท่าที่จังหวัดลำปาง ร่องรอยความวิจิตรของศิลปกรรมที่หาได้จากแหล่งต่างๆ เช่น กลองปู่จา ชุมประตู่ ปูนปั้น ช่อฟ้าแท่นคำ ชันโตก โดยเฉพาะลายหม้อดอกบุรณฆฏะ และลายสระหรีคำ(โพธิ์) อันเลื่องชื่อของจังหวัดลำปาง รูปแบบอัตลักษณ์เหล่านี้สามารถนำมาศึกษาและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์จากเซรามิก เป็นสินค้าใหม่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีเรื่องราว มีมูลค่าเพิ่ม จากฝีมือและภูมิปัญญาของท้องถิ่น เพื่อที่จะขายความเป็นจังหวัดลำปางให้กับผู้มาเยือน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิกโดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิกโดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ที่มีความสวยงามใช้ได้จริง และผลิตในระบบอุตสาหกรรมได้
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิกที่แสดงให้เห็นถึงรูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง

วิธีการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการดำเนินงานต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ศึกษารูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง จากแหล่งข้อมูลทางประวัติศาสตร์ เช่น พิพิธภัณฑสถาน หอศิลป์ โบราณสถาน และข้อมูลประเภทเอกสารเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของจังหวัดลำปาง รวมถึง หนังสือ เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 3 ศึกษากระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก จากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก รวมถึง หนังสือ เอกสาร บทความ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มผู้ประกอบการโรงงานเซรามิกในจังหวัดลำปาง

ตอนที่ 4 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ที่ได้พัฒนารูปแบบแล้ว

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เข้าชมสินค้าภายใน INDRA OUTLET (อินทราเอาท์เลท) จังหวัดลำปาง

กลุ่มตัวอย่าง ได้จากกลุ่มประชากรนักท่องเที่ยวที่เข้าชมสินค้าภายใน INDRA OUTLET (อินทราเอาท์เลท) จังหวัดลำปาง จำนวน 100 คน ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยใช้หลักทฤษฎีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ยึดหลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปางได้กำหนดลักษณะของเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. แบบสอบถามเพื่อใช้สำหรับหาความต้องการในเรื่องของรูปแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก และรูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ผู้วิจัยได้นำข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์เซรามิกและรูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง มาใช้ในแบบสอบถาม

2. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือก่อนการนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามที่กำหนดประเด็นคำถามเกี่ยวกับ รูปแบบผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ ตรวจสอบความเที่ยงตรง IOC (Index of Item Objective Congruence) ของเครื่องมือ และการใช้ภาษาให้ถูกต้องเหมาะสมโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

ตอนที่ 2 ขั้นตอนการศึกษารูปแบบและอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง จากแหล่งข้อมูลทางประวัติศาสตร์ เช่น พิพิธภัณฑสถาน โบราณสถาน วัดวาอาราม และข้อมูลประเภทเอกสารเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของจังหวัดลำปาง รวมถึง หนังสือ ตำรา เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือ

ตอนที่ 3 ขั้นตอนศึกษากระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก จากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก รวมถึง หนังสือ เอกสาร บทความ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดำเนินงานดังนี้

แบบประเมิน เพื่อใช้สำหรับการประเมินเพื่อหารูปแบบและกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก จากนักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรม จำนวน 3 ท่านและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก จำนวน 3 ท่าน

1. การประเมินความพึงพอใจจากผลงานออกแบบเพื่อตัดสินใจเลือก ครั้งที่ 1 ในผลงานออกแบบ 3 รูปแบบ ทั้งในรูปแบบผลิตภัณฑ์ความน่าสนใจ ด้านการสื่อถึงรูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ความสวยงาม และการนำไปผลิตได้จริงโดยการนำแบบร่าง (Sketch Design) ไปเสนอปรึกษาหารือ และขอคำแนะนำจาก ผู้เชี่ยวชาญเพื่อขอข้อเสนอแนะในการออกแบบจำนวน 3 รูปแบบแล้วสรุปให้เหลือ 2 รูปแบบ

2. การประเมินความพึงพอใจจากผลงานออกแบบเพื่อตัดสินทางเลือก ครั้งที่ 2 ในผลงานออกแบบ 2 รูปแบบ ทั้งในรูปแบบผลิตภัณฑ์ ความน่าสนใจ ด้านการสื่อถึงรูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ความสวยงาม และการนำไปผลิตได้จริงโดยการนำแบบร่าง(Sketch Design)ไปเสนอ ปรีกษาหรือและขอคำแนะนำจาก ผู้เชี่ยวชาญเพื่อขอข้อเสนอแนะในการออกแบบจำนวน 2 รูปแบบ แล้วนำผลงานออกแบบที่ได้ไปใช้ประเมินผลในขั้นตอนสุดท้าย

ตอนที่ 4 การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ที่ได้พัฒนารูปแบบแล้ว โดยการกำหนดลักษณะของเครื่องมือในขั้นตอนนี้ คือ

1. แบบประเมินความพึงพอใจ เพื่อใช้สำหรับการศึกษาลักษณะทั่วไป และประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ที่ได้พัฒนารูปแบบแล้ว ของกลุ่มตัวอย่าง

2. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือแบบประเมินก่อนการนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และหาความเที่ยงตรงของสอบถาม โดยแบบประเมินความพึงพอใจจะกำหนดประเด็นถามเกี่ยวกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์เซรามิก ที่ได้พัฒนาแล้ว ทั้งในรูปแบบผลิตภัณฑ์ ความน่าสนใจ ด้านการสื่อถึงรูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ความสวยงาม และการนำไปผลิตได้จริง ตรวจสอบความเที่ยงตรง IOC (Index of Item Objective Congruence) ของเครื่องมือ และการใช้ภาษาให้ถูกต้องเหมาะสม โดยผู้ทรงคุณวุฒิ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) นำผลข้อมูลที่ได้จากการศึกษาลักษณะทั่วไป ความต้องการในเรื่องของรูปแบบผลิตภัณฑ์เซรามิกที่เป็นที่สนใจของกลุ่มตัวอย่าง มาวิเคราะห์หา ร้อยละ และค่าเฉลี่ย แล้วนำมาแปรผลโดยการบรรยาย

2) นำผลข้อมูลที่ได้จากการประเมินผู้ทรงคุณวุฒิจากนักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรม จำนวน 3 ท่าน โดยการสัมภาษณ์ เพื่อใช้

ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบของผลิตภัณฑ์เซรามิกกับรูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง มาวิเคราะห์ แล้วนำมาแปรผลโดยการบรรยาย

3) นำผลข้อมูลที่ได้จากการประเมินจากนักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรม จำนวน 3 ท่านและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก จำนวน 3 ท่าน มาวิเคราะห์หา ร้อยละ และค่าเฉลี่ย แล้วนำมาแปรผลโดยการบรรยายโดยให้ผู้ตอบแบบประเมินเลือกตอบจากระดับความต้องการ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ใช้การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้โดยให้

4.50-5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

3.50-4.49 หมายถึง ระดับมาก

2.50-3.49 หมายถึง ระดับปานกลาง

1.50-2.49 หมายถึง ระดับน้อย

1.00-1.49 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

โดยเกณฑ์การยอมรับประสิทธิภาพคือ 3.51

4) นำผลข้อมูลที่ได้จากการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ที่ได้พัฒนารูปแบบแล้ว มาวิเคราะห์หา ร้อยละ และค่าเฉลี่ย แล้วนำมาแปรผลโดยการบรรยายโดยให้ผู้ตอบแบบประเมินเลือกตอบจากระดับความต้องการ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ใช้การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้โดยให้

4.50-5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

3.50-4.49 หมายถึง ระดับมาก

2.50-3.49 หมายถึง ระดับปานกลาง

1.50-2.49 หมายถึง ระดับน้อย

1.00-1.49 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

โดยเกณฑ์การยอมรับประสิทธิภาพคือ 3.51

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ในการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ผู้วิจัยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยดังนี้

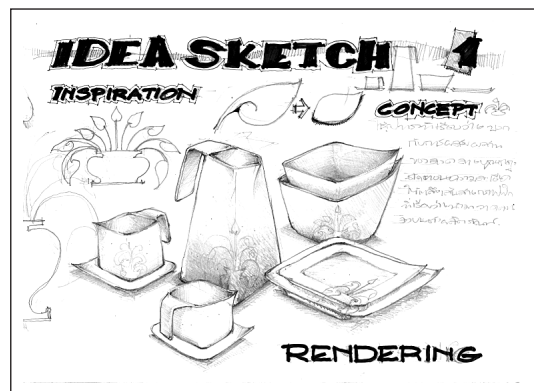
1) ผลการวิเคราะห์การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปางโดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม

เมื่อนำผลการจัดลำดับจากรูปแบบอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมทั้ง 6 รูปแบบมาจัดลำดับเพื่อวิเคราะห์ลำดับรูปแบบอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้ (ตารางที่ 1) ประชากรกลุ่มตัวอย่างได้เลือกรูปแบบอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมมา เป็นอันดับที่ 1 จำนวนความถี่ 36 รูปแบบอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมขามตราไก่ เป็นอันดับที่ 2 จำนวนความถี่ 32 รูปแบบอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมลายหม้อบุรณภูะ เป็นอันดับที่ 3 จำนวนความถี่ 28 รูปแบบอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมซุ้มประตูโขงวัดพระธาตุลำปางหลวง เป็นอันดับที่ 4 จำนวนความถี่ 28 รูปแบบอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมกลองปฐาหรือกลองปฐา เป็นอันดับที่ 5 จำนวนความถี่ 32 และรูปแบบอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมศิลปกรรมแบบพม่าและไทยใหญ่ในจังหวัดลำปาง เป็นอันดับที่ 6 จำนวนความถี่ 38

เมื่อนำผลการจัดลำดับอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดลำปาง เหมาะที่จะนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เซรามิก เพื่อวิเคราะห์ลำดับอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดลำปาง เหมาะที่จะนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เซรามิกโดยใช้ค่าความถี่สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้ (ตารางที่ 2) ประชากรกลุ่มตัวอย่างได้เลือกอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดลำปางรูปแบบลายหม้อบุรณภูะวิหารจามเทวีวัดปางยงคก เป็นอันดับที่ 1 จำนวนความถี่ 33 อัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดลำปางซุ้มประตูโขงวัดพระธาตุลำปางหลวง เป็นอันดับที่ 2 จำนวนความถี่ 38 อัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดลำปางรูปแบบกลองปฐาหรือกลองปฐา เป็นอันดับที่ 3 จำนวนความถี่ 24 อัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดลำปางรูปแบบศิลปกรรมแบบพม่าและไทยใหญ่ในจังหวัดลำปาง เป็นอันดับที่ 4 จำนวนความถี่ 22 อัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดลำปางรูปแบบรามมา เป็นอันดับที่ 5 จำนวนความถี่ 10 และอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดลำปางรูปแบบขามตราไก่ 6 จำนวนความถี่ 8

2) ผลการวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปางให้สวยงามและใช้ได้จริง สามารถผลิตในระบบอุตสาหกรรมได้ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรม และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก

จากการใช้แบบสอบถามความต้องการหารูปแบบและอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง นำมาศึกษาและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เซรามิก และนำข้อมูลที่ได้มาสรุปรูปแบบกับอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดลำปางปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก จำนวนทั้งหมด 6 ท่าน ได้รูปแบบเพื่อขอข้อเสนอแนะในการออกแบบจำนวน 3 รูปแบบ ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์เซรามิกแบบที่ 1



ภาพที่ 2 แสดงภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์เซรามิกแบบที่ 2



ภาพที่ 3 แสดงภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์เซรามิกแบบที่ 3

และนำแบบประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดลำปาง และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก จำนวนทั้งหมด 6 ท่านเพื่อขอข้อเสนอแนะในการออกแบบจำนวน 2 รูปแบบ แล้วทำการสรุปอีกครั้ง และสร้างต้นแบบ



ภาพที่ 4 แสดงภาพแบบจำลอง 3 มิติ ผลิตภัณฑ์เซรามิกแบบที่ 1



ภาพที่ 5 แสดงภาพแบบจำลอง 3 มิติ ผลิตภัณฑ์เซรามิกแบบที่ 2

ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดลำปางปริกษา และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก จำนวนทั้งหมด 6 ท่าน ที่ทำการประเมินผลิตภัณฑ์เซรามิกโดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง สามารถอธิบายรายการประเมินได้ดังนี้ (ตารางที่ 3)

ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ ใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ได้อย่างเหมาะสมค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 4.33$) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และมีค่าความต่างที่ 0.516 ถือว่าผ่านเกณฑ์ประเมิน ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ สามารถผลิตได้จริงในระบบอุตสาหกรรมค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 4.17$) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และมีค่าความต่างที่ 0.408 ถือว่าผ่านเกณฑ์ประเมิน ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ มีความชัดเจนในด้านความงามของวัสดุที่ใช้ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 4.67$) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดและมีค่าความต่างที่ 0.516 ถือว่าผ่านเกณฑ์ประเมิน ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ มีการนำวัสดุสำหรับตกแต่งและวัสดุชิ้นส่วนประกอบร่วมกันอย่างกลมกลืนค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 4.17$) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และมีค่าความต่างที่ 0.408 ถือว่าผ่านเกณฑ์ประเมิน ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ สามารถนำมาใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวันค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 4.67$) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และมีค่าความต่างที่ 0.516 ถือว่าผ่านเกณฑ์ประเมิน ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ เลือกใช้วัสดุในท้องถิ่นนำมาผลิตได้อย่างเหมาะสมค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 4.83$) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และมีค่าความต่างที่ 0.408 ถือว่าผ่านเกณฑ์ประเมิน ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ มีรูปร่าง รูปทรง ขนาด สีสัน มีความสวยงามน่าใช้ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 5.00$) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และมีค่าความต่างที่ 0.000 ถือว่าผ่านเกณฑ์ประเมิน

3) ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิกในรูปแบบใหม่ โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เข้าชมสินค้าภายใน

INDRA OUTLET (อินทราเอาท์เลท) จังหวัดลำปาง จำนวน 100 คน ทำการประเมินผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง สามารถอธิบายรายการประเมินได้ดังนี้ (ตารางที่ 4)

ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ ใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ได้อย่างเหมาะสมค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 4.48$) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และมีค่าความต่างที่ 0.643 ถือว่าผ่านเกณฑ์ประเมิน ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ สามารถผลิตได้จริงในระบบอุตสาหกรรมค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 4.22$) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และมีค่าความต่างที่ 0.613 ถือว่าผ่านเกณฑ์ประเมิน ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ มีความชัดเจนในด้านความงามของวัสดุที่ใช้ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 4.08$) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และมีค่าความต่างที่ 0.692 ถือว่าผ่านเกณฑ์ประเมิน ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ มีการนำวัสดุสำหรับตกแต่งและวัสดุชิ้นส่วนประกอบร่วมกันอย่างกลมกลืนค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 4.02$) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และมีค่าความต่างที่ 0.619 ถือว่าผ่านเกณฑ์ประเมิน ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ สามารถนำมาใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวันค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 4.66$) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และมีค่าความต่างที่ 0.476 ถือว่าผ่านเกณฑ์ประเมิน ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ เลือกใช้วัสดุในท้องถิ่นนำมาผลิตได้อย่างเหมาะสมค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 4.38$) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และมีค่าความต่างที่ 0.599 ถือว่าผ่านเกณฑ์ประเมิน ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ มีรูปร่าง รูปทรง ขนาด สีสัน มีความสวยงามน่าใช้ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 4.56$) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และมีค่าความต่างที่ 0.499 ถือว่าผ่านเกณฑ์ประเมิน

สรุปผลการวิจัย

การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่ผ่านการตรวจสอบมาใช้กับ กลุ่มประชากร คือนักท่องเที่ยวที่เข้าชมสินค้าภายใน INDRA OUTLET (อินทราเอาท์เลท) จังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่างได้จากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าชมสินค้าภายใน INDRA

OUTLET (อินทราเอาท์เลท) จังหวัดลำปาง จำนวน 100 คนที่ได้ประเมินผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ผลที่ได้คือ

ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ ใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ได้อย่างเหมาะสมซึ่ง พิระ (2542) กล่าวว่า พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญาจังหวัดลำปางไว้ว่า ภูมิศาสตร์สิ่งแวดล้อม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์มรดกทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาเทคโนโลยี เป็นหลักฐานอ้างอิงของผู้ที่สนใจศึกษา และเป็นการกระตุ้นให้ตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ และมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในพื้นฐานทางวัฒนธรรมของตนเองอันจะส่งผลไปสู่การอนุรักษ์ เสริมและเผยแพร่วัฒนธรรมที่ดีงามให้คงอยู่สืบไป

ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ สามารถผลิตได้จริงในระบบอุตสาหกรรม นิรัช (2548) กล่าวว่า การออกแบบที่สัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิต ด้วยการผลิตสิ่งของเครื่องใช้หรือผลิตภัณฑ์ในรูปสินค้า ปัจจุบัน กำลังการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์จำนวนมาก มีความจำเป็นยิ่ง เครื่องมือที่ใช้ในการผลิต เช่น เครื่องจักรกล หรือเครื่องทุ่นแรงอื่นๆ ย่อมเหมาะสมกับวัสดุอย่างหนึ่ง ทำให้การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึงวัสดุและกระบวนการผลิตไปพร้อมกัน

ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ มีความชัดเจนในด้านความงามของวัสดุที่ใช้ นิรัช (2548) กล่าวว่า เรื่องคุณค่าความงามกับการออกแบบ เพื่อให้ออกแบบตระหนักถึงความงามที่เด่นชัดร่วมสมัย และมีความคิดสร้างสรรค์แฝงอยู่ในการออกแบบแต่ละชิ้น นอกจากนั้น แล้วความประณีตและบรรจงในการออกแบบหรือในผลิตภัณฑ์ยังเป็นคุณค่าส่วนหนึ่งของความงามอีกด้วย

ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ มีการนำวัสดุสำหรับตกแต่งและวัสดุชิ้นส่วนประกอบร่วมกันอย่างกลมกลืน ธีระชัย (2544) กล่าวว่า วัสดุในการทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ ก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอันหนึ่งที่มีผลต่อรูปทรงผลิตภัณฑ์ นักออกแบบควรที่ต้องทราบถึงธรรมชาติของสภาพวัสดุชนิดต่างๆ ที่จะนำมาทำ การออกแบบว่ามีสภาพทางกายภาพอย่างไร ผลกระทบใด

ข้อดีข้อเสียของวัสดุนั้นมีอะไร จะได้ออกแบบให้สอดคล้องกัน อันจะนำมาซึ่งความสะดวกในการผลิต ความแข็งแรง และความสวยงามกลมกลืนสัมพันธ์กันระหว่างรูปทรงกับวัสดุ

ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ สามารถนำมาใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน ธีระชัย (2544) กล่าวว่า ก่อนที่จะเลือกซื้อสินค้าสักชิ้น หากเราจำเป็นต้องใช้มัน เราก็จะดำเนินการซื้อทันทีโดยไม่มีการลังเล แต่หากว่าไม่จำเป็นต้องใช้มันในเวลานั้น เราก็จะมีเวลาค้นคว้า แท้จริงแล้วเราต้องการอะไร เราขาดมันได้หรือไม่ ทำให้สินค้าที่เราได้รับนั้นถูกต้องและมีคุณสมบัติตามความต้องการของเราอย่างแท้จริง ดังนั้นก่อนที่จะเลือกสินค้า เราควรมีเวลาในการคิดสืบหาข้อมูลในสิ่งนั้น ๆ ก่อนที่จะจ่ายเงินไปแล้วกลับมาเสียใจภายหลัง การยอมรับสินค้า (Need Recognition) ส่วนการหาคำตอบให้กับตัวเองว่าเราต้องการหรือไม่ นั่นคือ การค้นหา (Search)

ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ ออกแบบ เลือกใช้วัสดุ ในท้องถิ่นนำมาผลิตได้อย่างเหมาะสม สถาพร (2550) กล่าวว่า การใช้วัสดุที่มีในแต่ละท้องถิ่นมาสร้างสรรค์ ออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ที่ให้ประโยชน์ใช้สอยตรงกับความ ต้องการผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ ตามท้องตลาด ในปัจจุบันเป็นความคิดของมนุษย์ที่สร้างสรรค์ขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์หลายประการเช่น สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อความงามและความพึงพอใจตามจินตนาการของตนเอง หรือจากคำบรรยายของผู้อื่นถ่ายทอดออกมา เป็นความนึกคิดของตนเอง สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อประโยชน์ใช้สอยเล็กๆ น้อยๆ ทำด้วยฝีมือตนเอง โดยเลียนแบบจากสิ่งที่ได้พบเห็น สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อสนองความต้องการของตลาด โดยจัดทำเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนหรือโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องจักร และ สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อประโยชน์ใช้สอยและความสวยงาม

ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ มีรูปร่าง รูปทรง ขนาด สี สัน มีความสวยงามน่าใช้ สาธ (2547) กล่าวว่า โดยสากลทั่วไปแล้วเครื่องปั้นดินเผา จัดเป็นศิลปะแขนงหนึ่งที่ผูกพันกับอารยธรรมมนุษย์ มา ยาวนาน เหมือนศิลปะแขนงอื่นๆ เช่น ภาพเขียน ประติมากรรม ละคร ภาพยนตร์ และดนตรี ฯลฯ ซึ่ง

แต่ละแขนงก็มีเกณฑ์มาตรฐานในการจำแนก หรือ จัดระดับคุณค่าของผลงานในแต่ละด้าน แตกต่างกันไปตามจะกำหนด ส่วนคุณค่าความงามของเครื่องปั้นดินเผา ก็มีเกณฑ์สากลเหมือนศิลปะแขนงอื่นๆ มีการแบ่งประเภทของผลงานเป็นหมวดหมู่ เช่น ผลงานที่แสดงความรู้สึกหรือประทับใจ ผลงานเพื่อการใช้สอย หรือผลงานเพื่อแสดงถึงประเพณีนิยม แต่จะแบ่งแยกอย่างไรก็ตามที่ รากฐานทั้งปวงย่อมหนีไม่พ้นที่จะเกี่ยวข้องกับความงาม อันเป็นที่ยอมรับกันเป็นสากล

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญด้าน ศิลปะวัฒนธรรมของจังหวัดลำปาง แนะนำว่า ถ้าเพิ่ม บรรจุภัณฑ์ที่มีการบอกเล่าในเรื่องของอัตลักษณ์ของ จังหวัดลำปาง ที่นำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เซรามิก จะทำให้ผลิตภัณฑ์ดูมีเรื่องราวเป็นผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นที่มีผู้คนให้ความสนใจมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก แนะนำว่า ตัว Shape และ Pattern สามารถนำมาใช้ร่วมกันได้เหมาะสม ปรับให้เข้ากันในรูปแบบกึ่ง Modern ได้ค่อนข้างลงตัว และแปลกใหม่ ซึ่งสามารถขยายทำลง Shape อื่นๆ บนโต๊ะอาหารได้อีกหลายๆ Shape รวมถึงผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้อีกด้วย ในส่วนการผลิตสินค้าบางชิ้นค่อนข้าง ยาก แต่ยังมีความเป็นไปได้ ความแข็งแรงของหุ้บ จะดูมีความเสี่ยงกับการแตกหัก

3. ข้อเสนอแนะในส่วนของผู้วิจัย สำหรับ งานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้ รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง มาผลิตเป็นชิ้นงาน ต้นแบบของใช้บนโต๊ะอาหารทั้งหมด 5 ชิ้น ซึ่งในการทำ วิจัยครั้งต่อไปอาจจะมีการนำรูปแบบหรือเรื่องราว นำไปต่อยอดเพิ่มปริมาณและมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้ หรืออาจจะเป็นลักษณะผลิตภัณฑ์รูปแบบและวัสดุอื่น แต่ยังคงมีการนำเรื่องราวอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง มาผลิตให้เกิดผลิตภัณฑ์ ที่ได้แนวความคิดมาจาก ศิลปะวัฒนธรรม อัตลักษณ์อันทรงคุณค่าเพื่อให้เกิด สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดลำปางต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ธีระชัย สุขสด. 2544. การออกแบบผลิตภัณฑ์
อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
นิรัช สุดสังข์. 2548. การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์
อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
นิรัช สุดสังข์. 2548. ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม.
กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
พีระ มานะทัศน์. 2542. วัฒนธรรม พัฒนาการทาง
ประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา
จังหวัดลำปาง.

สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมพร 2550. ผลของเทคโนโลยีที่มี
ต่อการออกแบบ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
สาธิต ชลชาติภิญโญ. 2549. ที่ว่างงาม.....งามนั้น
ประการใด. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
สำนักคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ. 2550
อนุรักษณ์ภาวรรณ. 2551. นิตยสารเพื่อการประชาสัมพันธ์
สมาคมเครื่องปั้นดินเผาลำปาง. ปีที่ 9
ฉบับที่ 85 มีนาคม – เมษายน 2551.

ตารางที่ 1 แสดงการจัดอันดับอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมตามความถี่ในแต่ละอันดับ

รูปแบบอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม	การจัดอันดับ					
	อันดับ 1 (ความถี่)	อันดับ 2 (ความถี่)	อันดับ 3 (ความถี่)	อันดับ 4 (ความถี่)	อันดับ 5 (ความถี่)	อันดับ 6 (ความถี่)
กลองปี่ซำหรือกลองปี่จ่า	2	2	6	20	32	38
ซุ้มประตูโขงวัดพระธาตุลำปางหลวง	26	16	20	28	10	0
ลายหม้อบุรณฆฏะ	14	26	28	4	14	14
ศิลปกรรมแบบพม่าและไทยใหญ่ใน จังหวัดลำปาง	0	0	12	20	30	38
รถม้า	36	24	14	12	12	2
ขามตราไก่	22	32	20	16	2	8

ตารางที่ 2 แสดงการจัดอันดับอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมตามความถี่ในแต่ละอันดับ

รูปแบบอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม	การจัดอันดับ					
	อันดับ 1 (ความถี่)	อันดับ 2 (ความถี่)	อันดับ 3 (ความถี่)	อันดับ 4 (ความถี่)	อันดับ 5 (ความถี่)	อันดับ 6 (ความถี่)
กลองปี่ซำหรือกลองปี่จ่า	0	2	24	6	30	38
ซุ้มประตูโขงวัดพระธาตุลำปางหลวง	4	38	30	20	4	4
ลายหม้อบุรณฆฏะ	33	7	8	11	25	16
ศิลปกรรมแบบพม่าและไทยใหญ่ใน จังหวัดลำปาง	6	6	10	22	23	33
รถม้า	29	23	16	21	10	1
ขามตราไก่	28	23	13	20	8	8

ตารางที่ 3 สรุปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้าน ศิลปวัฒนธรรมของ จังหวัดลำปางและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ เซรามิก จำนวนทั้งหมด 6 ท่าน ที่ประเมิน ผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ ของจังหวัดลำปาง

ข้อที่	การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบ อัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบ อัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง	
		$\bar{X}$	SD
1	ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ ใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของ จังหวัดลำปาง ได้อย่างเหมาะสม	4.33	0.516
2	ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ สามารถผลิตได้จริงในระบบอุตสาหกรรม	4.17	0.408
3	ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ มีความชัดเจนในด้านความงามของวัสดุที่ใช้	4.67	0.516
4	ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ มีการนำวัสดุสำหรับตกแต่งและวัสดุชิ้นส่วน ประกอบร่วมกันอย่างกลมกลืน	4.17	0.408
5	ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ สามารถนำมาใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน	4.67	0.516
6	ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ เลือกใช้วัสดุในท้องถิ่นนำมาผลิตได้อย่าง เหมาะสม	4.83	0.408
7	ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ มีรูปร่าง รูปทรง ขนาด สี สัน มีความสวยงาม น่าใช้	5.00	0.000

ตารางที่ 4 สรุปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ที่ เข้าชม
สินค้าภายในINDRA OUTLET (อินทราเอาท์เลท) จังหวัดลำปาง จำนวน 100 คน ที่ประเมิน
ความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง

ข้อที่	การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบ อัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง	ระดับความคิดเห็นของกลุ่ม ตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้รูปแบบ อัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง	
		$\bar{X}$	SD
1	ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ ใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของ จังหวัดลำปาง ได้อย่างเหมาะสม	4.48	0.643
2	ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ สามารถผลิตได้จริงในระบบอุตสาหกรรม	4.22	0.613
3	ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ มีความชัดเจนในด้านความงามของวัสดุที่ใช้	4.08	0.692
4	ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ มีการนำวัสดุสำหรับตกแต่งและวัสดุชิ้นส่วน ประกอบร่วมกันอย่างกลมกลืน	4.02	0.619
5	ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ สามารถนำมาใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน	4.66	0.476
6	ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ เลือกใช้วัสดุในท้องถิ่นนำมาผลิตได้อย่าง เหมาะสม	4.38	0.599
7	ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ออกแบบ มีรูปร่าง รูปทรง ขนาด สี สัน มีความสวยงาม น่าใช้	4.56	0.499