

ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์
และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

วิทยานิพนธ์
ของ
กัญญ์ ยั่งยืน

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์
ตุลาคม 2558
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

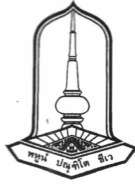


ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์
และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

วิทยานิพนธ์
ของ
กัญญ์ ยั่งยืน

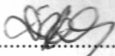
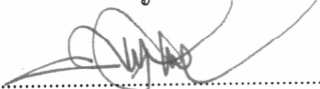
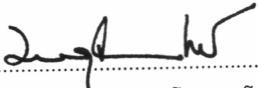
เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์
ตุลาคม 2558
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม



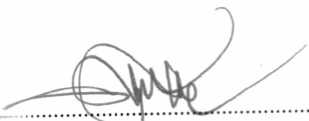


คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนางกัญญ์ ยังน้อย
แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

 (อาจารย์ ดร.ยິง กীরติบุรณะ)	ประธานกรรมการ (อาจารย์บัณฑิตศึกษาประจำคณะ)
 (อาจารย์ ดร.วิชนี ศิลตระกุล)	กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก)
 (อาจารย์ ดร.อัญชลี จันทาโก)	กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม)
 (ผศ.ดร.ทรงคุณ จันทกร)	กรรมการ (กรรมการบัณฑิตศึกษาประจำคณะ)
 (อาจารย์ ดร.มารีสา โกเศยะโยธิน)	กรรมการ (ผู้ทรงคุณวุฒิ)

มหาวิทยาลัยขอนแก่นให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม


.....
(ผศ.ดร.ทรงคุณ จันทกร)
คณบดีคณะวัฒนธรรมศาสตร์


.....
(ศ.ดร.ประดิษฐ์ เทอดพุฒ)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
วันที่ 12 เดือน ๓.๑ พ.ศ. ๒๕๕๘



ประกาศศุภณูปการ

วิทยานิพนธ์นี้ สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือให้คำปรึกษาแนะนำและให้กำลังใจจากอาจารย์ ดร.วิศนี ศีลตระกูล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก อาจารย์ ดร.อัญชลี จันทาโก อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงคุณ จันทจร คณบดีคณะวัฒนธรรมศาสตร์ ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษาประจำคณะ และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิและคณาจารย์ คณะวัฒนธรรมศาสตร์ทุกท่าน ที่กรุณาให้ความรู้ ดูแลช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจ ผู้วิจัยตระหนักในพระคุณ รู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างมาก และขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพยิ่งมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์พิศาล บุญผูก ขวามอญผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีความรู้ในเรื่องเครื่องปั้นดินเผาเป็นอย่างดีและเป็นพี่เลี้ยงคอยช่วยเหลือในหมู่ขวามอญด้วยกัน ขอขอบพระคุณ นายวีรชาติ ทาทิพย์ ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 1 และกลุ่มชุมชนเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ หมู่ 1 บ้านแก่ง ที่อำนวยความสะดวกในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณประธานกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาระดับผ้าไหมจังหวัดปทุมธานี ที่อำนวยความสะดวกในด้านข้อมูล ความอนุเคราะห์เป็นพิเศษในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกในพื้นที่ของท่าน ตลอดจนญาติพี่น้องและเพื่อนฝูงของผู้วิจัยที่ให้กำลังใจและให้การสนับสนุนมาโดยตลอด

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์นี้ ผู้วิจัยขอมอบให้สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ และขอมอบเป็นกตเวทิตาแก่บิดามารดา บุรพจารย์ทุกๆ ท่านด้วยความเคารพอย่างสูง ที่มีส่วนในการประสิทธิ์ประสาทวิทยากรและวิชาความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ต่าง ๆ ทำให้ผู้วิจัยสามารถประสบความสำเร็จจนตราប់เท่าทุกวันนี้

กัญญ์ ยั่งยืน



ชื่อเรื่อง ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผู้วิจัย นางกัญญ์ ยั่งยืน

กรรมการควบคุม อาจารย์ ดร.วิศนี ศิลตระกูล และอาจารย์ ดร.อัญชลี จันทาโก

ปริญญา ปร.ด. สาขาวิชา วัฒนธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่พิมพ์ 2558

บทคัดย่อ

ภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญของไทยปัจจุบันมีบทบาทลดน้อยลงและควรได้รับการสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ การวิจัยนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง สภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพในชุมชนบ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี บ้านสามโคกจังหวัดปทุมธานีและบ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ การสังเกต การสนทนากลุ่มและการประชุมปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการจำแนกข้อมูล และการวิเคราะห์แบบอุปนัย ตรวจสอบข้อมูลด้วยเทคนิคสามเส้าและนำเสนอผลด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า ภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเป็นความรู้ความสามารถ การปั้นและผลิตของใช้จากดินเผาที่สร้างสรรค์ ส่งสม สืบทอดกันมาจนเป็นเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทย รามัญจำแนกเป็นประเภทของใช้ในครัวเรือนได้แก่ โอ่ง อ่าง ครกกระถาง ของใช้ประดับบ้านและ ประเภทสวยงามได้แก่หม้อน้ำลายวิจิตร กระปุกกำยานและของที่ระลึกอื่น ๆ วัตถุดิบเดิมใช้ดิน ธรรมชาติ ที่เป็นดินเหนียวสีนวลหรือปนเหลืองที่มีธาตุเหล็กผสมอยู่เล็กน้อยเมื่อเผาแล้วจึงมีสีแดง เนื้อดินละเอียดเนียนสีสวยขึ้นเงามันแต่ปัจจุบันใช้ดินเหนียวจากโรงงานผสม ยกเว้นบ้านแก่งที่มีบึง ดินธรรมชาติสรงไว้เป็นการเฉพาะ มีกระบวนการผลิต 4 ขั้นตอน คือการเตรียมดิน การขึ้นรูป การตกแต่งและการเผา ผนวกพิธีกรรมประกอบเฉพาะ เครื่องมืออุปกรณ์ใช้แป้นหมุน เครื่องนวดดิน และอุปกรณ์การแกะสลักและเครื่องมือเฉพาะตามความถนัดของช่าง เกาะเกร็ดมีความโดดเด่นในด้านการแกะสลักลายลายวิจิตร ลายบัวคว่ำบัวหงายและลายเครือเถาทั้งลายนูน ลายโปร่งและลายตัดแปะ บนภาชนะเครื่องปั้น สามโคกโดดเด่นในการนำเครื่องปั้นมาประยุกต์ดัดแปลงใหม่ประดับด้วยผ้าไหม หรือผ้าฝ้าย ส่วนบ้านแก่งโดดเด่นในการเพ้นส์สีเป็นภาพดอกไม้ ต้นไม้และภาพสัตว์ต่าง ๆ

ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางด้านการผลิต ยังใช้รูปแบบเพื่อใช้สอยแบบดั้งเดิม ขาดผู้สืบทอด ขาดการสร้างสรรค์ วัตถุดิบราคาสูงขึ้น ดินธรรมชาติมีแนวโน้มจะหมดไป ต้องการให้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ รูปแบบตรงความต้องการของผู้ใช้ ให้มีการสืบทอดผ่านสถานศึกษากลุ่มอาชีพและมีการแลกเปลี่ยน เรียนรู้จากภายนอกต่อเนื่อง ด้านการตลาด ผลิตได้ไม่เพียงพอและไม่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ราคาไม่สะท้อนคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอใช้เทคนิคด้านการตลาด 4Ps



ประชาสัมพันธ์และเพิ่มตลาดทั้งในและนอกพื้นที่ ส่วนด้านการจัดการ ขาดข้อมูลความต้องการผลิตภัณฑ์ ขาดแผนการผลิตและการตลาด ขาดระบบการควบคุมคุณภาพและคุณค่าผลิตภัณฑ์และองค์การจัดการยังไม่เข้มแข็ง ต้องการให้มีการจัดการผลิตภัณฑ์อย่างบูรณาการและสร้างสรรค์ด้วยองค์กรที่เข้มแข็งและการจัดการที่ดี

พัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางยึดหลักบูรณาการสร้างสรรค์และธรรมาภิบาล หลักการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางศิลปวัฒนธรรม หลักประโยชน์ใช้สอยหลักการตลาดและความต้องการของตลาดและหลักการสร้างอาชีพและรายได้ ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและคงอัตลักษณ์ของไทยสร้างสรรค์ทันสมัย ขนาดเล็กน้ำหนักเบา สะดวกต่อการพกพาและผลิตเป็นอาชีพและมีรายได้ การพัฒนาการผลิตและการจัดการมี 9 ขั้นตอน คือ ศึกษาความต้องการของตลาด ศึกษาศักยภาพการผลิต คัดเลือกผลิตภัณฑ์เป้าหมาย วางแผนการผลิตและการตลาด ออกแบบและผลิตอย่างสร้างสรรค์ ตรวจสอบคุณภาพและตั้งราคา ดำเนินการด้านการตลาดและจำหน่าย ติดตามประเมินผลและทบทวนและปรับปรุง 3 ใน 15 ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย (1) แผ่นทับกระดาษภาพเจดีย์มูเตตาเอียงตั้งกลางแม่น้ำเจ้าพระยาของบ้านเกราะเกร็ด (2) ผลิตภัณฑ์โคมไฟรูปดอกบัวบ้านสามโคก (3) ผลิตภัณฑ์โมบายครอบครัวปลาบ้านแก่ง ทั้งสามผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นในด้านความแปลกใหม่ ประโยชน์ใช้สอย อัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมไทยและตรงกับความต้องการของตลาด

หากดำเนินการพัฒนาการผลิตและการจัดการตามแนวทางข้างต้น ภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางจะเป็นทุนทางวัฒนธรรมและมีบทบาทสำคัญอย่างแท้จริงในการพัฒนาประเทศ



TITLE Central Thailand's Thai-Raman Earth ware: the Production and Cultural Art Management for the Creative Economy
AUTHOR Mrs. Kann Young-noi
ADVISOR Dr. Wisanee Sintrakoon and Dr. Alchalee Chantrapo
DEGREE Ph.D. **MAJOR** Cultural Science
UNIVERSITY Maharakam University **DATE** 2015

ABSTRACT

Thai-Raman local Earth ware in Central Thailand is accepted as the well known and important cultural funds for Thai economic and social development that nowadays are lack of method and strategy. So this research aimed : to study the Thai-Raman indigenous local earth ware in Central Thailand, to study the problems and needs on local Earth ware production and management for the creative economy and to develop local Earth ware production and cultural art management for the creative economy. The studied areas were Koakret Community in Nonthaburi Province, Samkok community in Pathumthani Province and Bankeng Community in Nakhonsawan Province. Data were collected by mean of interview, observation, focus group discussion and workshop on the field study. Qualitative data were analyzed by the inductive analysis method with triangulation and the research results were presented by the descriptive analysis method.

The research results revealed that : The Thai-Raman indigenous local earth ware in the Central Thailand was the cumulative transmitted indigenous knowledge and competency in earth ware modeling, craving and burning, being accepted as Thai-Raman local culture and identity. Being divided into living house wares, as jars, bowls, pots, mortar, vases and other decorating wares and souvenir earth wares as decorated pots, Kamyam perfume pots and other souvenir earth wares. In the indigenous earth ware production: specific yellow soft color and generous iron mixed clay in natural clay bowls was used as the raw material ; 4 producing procedures were clay preparation, molding, craving and decorating and burning. The rotating plate, clay mixing and conditioning machine, craving & painting and other specific craving tools were the production tools; decorating styles were different based on Thai Laai craving with high laai noon, low laai noon and laai pong, in Nonthaburi, silk and cotton pottery in Pathumthani and based on flowers and tree painting in Nakhonsawan.



The problems and needs on the Thai-Raman indigenous local earth ware's production and management were on ware production, marketing and management. The production problems were: single house ware purpose, lacking of continuous inherited, lacking of indigenous molders, creative molding methods and also losing of natural raw material. Their consensus needs were to conserve old style and multi-purpose ware based on customers' needs, to have indigenous to be learned in school, groups' KM and external wisdom exchange. The marketing problems were: insufficient production, non-cultural and art pricing and also using marketing devices. Their needs were to add cultural value, to use 4Ps method and to make more advertising and external marketing. The management problems were lacking of customer information, production and marketing plan, quality and price control system and good efficiency management. Their management needs focused on integrative and creative ware management, strong and good governance administrative organization. To develop local Earth ware production and cultural art management for the creative economy were based on 5 principles: creative, integrative and good governance principle, cultural value added principle, usefulness and 4Ps principle, earning and income principle and consensus need principle, that focused to develop creative Thai identity, cultural value added and utility based earth ware with small sizes, light and easy carrying in 9 steps of development procedures : marketing study, productive competency study, selecting targeted products, producing and marketing planning, making creative design and production, quality and value monitoring and pricing, performing market and sale, evaluating and learning and improving. 3 of 15 selected creative ware productions were (1) Chedee Mutao paperweight, the symbolic of pagoda which is the symbol of Koh Kret (2) Lotus Lantern, the symbolic of lotus which is the symbol of Patomthani Province (3) Fish Earth ware Mobile, the symbolic of richness of Bankeng, Nokornawan. These selected productions' highlights were based on strangeness, usefulness, Thai culture identity and market demand.

By these production and management guidelines, Thai-Raman local Earth ware in Central Thailand would be the well known and important social and cultural funds and take reality roles in Thailand economic and social development.



สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	1
	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย	5
	คำถามการวิจัย	6
	ความสำคัญของการวิจัย	6
	ขอบเขตของการวิจัย	6
	นิยามศัพท์เฉพาะ	6
	กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
	ความรู้เกี่ยวกับศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านและหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญ	
	ภาคกลาง	9
	นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	35
	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	38
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	64
	งานวิจัยในประเทศ	64
	งานวิจัยต่างประเทศ	71
3	วิธีดำเนินการวิจัย	76
	ขอบเขตของการวิจัย	76
	ขอบเขตเนื้อหา	76
	ขอบเขตวิธีวิจัย	77
	ขอบเขตระยะเวลา	77
	ขอบเขตพื้นที่ในการวิจัย	77
	ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	78
	วิธีดำเนินการวิจัย	78
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	78
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	80
	การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	81
	การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	82



บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	83
ตอนที่ 1 ภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง	83
ตอนที่ 2 สภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเครื่องปั้นดินเผา ไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์	158
ตอนที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์	176
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	211
ความมุ่งหมายของการวิจัย	211
สรุปผล	211
อภิปรายผล	214
ข้อเสนอแนะ	224
บรรณานุกรม	227
ภาคผนวก	235
ภาคผนวก ก เครื่องมือการวิจัย	236
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	254
ภาคผนวก ค ภาพประกอบกิจกรรม	258
ประวัติย่อของผู้วิจัย	262



บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด	113
2 ราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา บ้านสามโคก	130
3 ราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์	154
4 สรุปสาระสำคัญภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง	156
5 สรุปสภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์	173
6 สรุปการจัดการ 4p เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์	210



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย	8
2 หมอน้ำลายวิจิตร แยกชิ้นส่วนได้ 3 ส่วน	26
3 ดินที่เหมาะสมในการทำเครื่องปั้นดินเผา	28
4 หินขัด ลูกสะบ้า	30
5 พิมพ์ลวดลายทำด้วยไม้ทองหลางป่า	31
6 กล้วยไม้สำหรับเสะดินและไม้ปลายแหลมสำหรับแต่งเครื่องปั้นดินเผา	32
7 สภาพทั่วไปของบ้านเกาะเกร็ด ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	84
8 แผนที่จังหวัดนนทบุรี	85
9 ป้ายประชาสัมพันธ์กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา บ้านเกาะเกร็ด	86
10 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์หมอน้ำสลักลายวิจิตร ขึ้นทะเบียน ทรัพย์สินทางปัญญา สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จังหวัดนนทบุรีปี พ.ศ. 2553	87
11 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาหมอน้ำลายวิจิตรสีดำ OTOP ปี พ.ศ. 2547 ระดับ หาดดาว บ้านเกาะเกร็ด	88
12 ผลิตภัณฑ์หมอน้ำโองทรงสูงได้รับการคัดสรรในด้านการพัฒนา ปี พ.ศ. 2555	89
13 ผลิตภัณฑ์หมอน้ำทรงกลมแกะสลักรูปหงส์ได้รับการคัดสรร เป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับ สีดาว ปี พ.ศ. 2555	90
14 ผลิตภัณฑ์ภาชนะชั้นน้ำพานรองแกะสลักลายนูนบัวคว่ำบัวหงาย	91
15 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาหมอน้ำทรงกลมลักษณะผลพิททอง	92
16 ผลิตภัณฑ์โคมไฟหมอน้ำโองทรงสูงแกะสลักลายฉลุโปร่งบัวคว่ำบัวหงาย	93
17 ผลิตภัณฑ์โคมไฟหมอน้ำทรงโองฉลุโปร่งทรงสูงลายบัวคว่ำบัวหงาย	94
18 ผลิตภัณฑ์กระปุกกายนใส่เครื่องหอมแกะสลักลายบัวคว่ำบัวหงายฉลุโปร่ง	95
19 ผลิตภัณฑ์กระปุกใส่เครื่องหอมลายฟันปลา	96
20 ผลิตภัณฑ์โคมเทียน หรือเชิงเทียนแกะสลักลายบัวคว่ำบัวหงาย	97
21 ผลิตภัณฑ์ชุดแก้วกาแฟพร้อมฝาแกะสลักลายบัวคว่ำบัวหงาย	98
22 ผลิตภัณฑ์ชั้นน้ำพานรอง ลายบัวคว่ำบัวหงาย	99
23 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาหมอน้ำทรงกลมคอต่ำพร้อมขารองลายกลีบบัวฉลุโปร่ง	99
24 ชั้นน้ำลายเครือเถาเกิดจากการกดหรือตีให้เนื้อดินนูนหรือต่ำ	100
25 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ลายแปะหรือกระแหนะ	100
26 แหล่งวัตถุดิบดินเหนียวท้องถิ่น บ้านเกาะเกร็ด	101
27 ทราย วัตถุดิบที่ใช้ผสมกับดินเหนียวเพื่อให้เครื่องปั้นดินเผามีความแข็งแรง	102
28 ฟัน วัตถุดิบสำหรับใช้เผาเครื่องปั้น บ้านเกาะเกร็ด	103
29 การย้อยดินตากไว้ให้แห้งเพื่อนำไปหมัก	104
30 เครื่องกรองน้ำดินเพื่อคัดแยกกรวดทรายและรากไม้โดยใช้ตะแกรงลวด	104



31 เครื่องนวดดินเพื่อเพิ่มความเหนียวของดิน บ้านเกาะเกร็ด	105
32 การปั้นท่อม หลังจากท่อมดินลงบนแป้นหมุนใช้นิ้วหัวแม่มือกดก้นดิน เพื่อดึงดิน ขึ้นเป็นรูปภาชนะตามต้องการ	106
33 การตกแต่งภาชนะเครื่องปั้นบนแป้นหมุน	107
34 เตาเผาเครื่องปั้นดินเผา บ้านเกาะเกร็ด	108
35 การบูชาเตา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา บ้านเกาะเกร็ด	109
36 การเผาเตาเครื่องปั้น บ้านเกาะเกร็ด	110
37 แป้นหมุน เครื่องมืออุปกรณ์การผลิต การปั้นหรือการขึ้นรูปเครื่องปั้นดินเผา	110
38 เครื่องนวดดินหรือเครื่องไม้ดิน เครื่องมืออุปกรณ์ในการเพิ่มความเหนียวของดิน	111
39 เครื่องมืออุปกรณ์ตกแต่งและแกะสลักลายภาชนะเครื่องปั้นดินเผา บ้านเกาะเกร็ด	111
40 สภาพทั่วไปบ้านสามโคก ตำบลสามโคก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	116
41 แผนที่จังหวัดปทุมธานี	117
42 ป้ายประชาสัมพันธ์กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา บ้านสามโคก	118
43 ผลิตภัณฑ์แจกันดินเผาประดับผ้าไหมหรือดินเผาทรงเครื่องเบญจสิริ	119
44 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประดับตกแต่งสวนหย่อมหรือตู้ปลา	119
45 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผากระถางต้นไม้หลากหลายรูปแบบ	120
46 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชนิดไม่เคลือบ อ่างปลูกปลูก บ้านสามโคก	121
47 วัตถุดิบ ดินเหนียว บ้านสามโคก	122
48 วัตถุดิบ ดินทราย ใช้ผสมกับดินเหนียวเพื่อเพิ่มความแข็งแรง เนื้อภาชนะดินเผา เมื่อถูกความร้อน	123
49 ฟิน วัตถุดิบสำหรับใช้เผาเครื่องปั้น บ้านสามโคก	123
50 การปั้นใช้แผ่นโลหะประคองเพื่อดึงความสูงของภาชนะตามที่ต้องการ	125
51 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ตกแต่งเรียบร้อยรายการเผา	126
52 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประดับผ้าไหม ภาชนะตุ่มสามโคก ปทุมธานี	127
53 เครื่องมือ อุปกรณ์ แป้นหมุนไฟฟ้า สำหรับปั้นภาชนะเครื่องปั้นดินเผา	128
54 อุปกรณ์เครื่องนวดดิน สำหรับนวดดินเหนียว ดินทรายและน้ำเข้าด้วยกัน เพื่อเพิ่มความเหนียวของดิน	129
55 แผนที่จังหวัดนครสวรรค์	133
56 สภาพทั่วไปชุมชนมอญบ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์	134
57 กระถางเหล็ยดินเผา เขียนภาพสีลวดลายต่าง ๆ บนภาชนะเครื่องปั้นดินเผา เป็นเอกลักษณ์ของมอญบ้านแก่ง	135
58 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา อ่างปลูกบัว มอญบ้านแก่ง	136
59 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผามอญบ้านแก่งที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ	137
60 ผลิตภัณฑ์คนโทดินเผาภาพเขียนสีปลาเสือตอเอกลักษณ์จังหวัดนครสวรรค์	138



61	โองแปนซีใส่น้ำดื่มสะดวกต่อการถือหัว	139
62	ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาโองน้ำขัดผิวเรียบภายนอก	140
63	การชุบ - เขียนลายเส้น และลายจิมบนปาโองน้ำ บ้านแก่ง	141
64	ลายกตพิมพ์บนภาชนะเครื่องปั้นดินเผา	141
65	ลายแกะสลักลวดโปร่งโคมไฟรูปโองทรงสูง บ้านแก่ง	142
66	ภาชนะเครื่องปั้นดินเผาอ่างน้ำทาผิวด้วยน้ำดินชั้นผสมสีตามต้องการ	143
67	แหล่งวัตถุดิบ บ่อดินบ้านมอญ สงวนไว้สำหรับชาวมอญทำอาชีพเครื่องปั้นดินเผา	144
68	วัตถุดิบ ดินทราย ใช้ผสมกับดินเหนียว น้ำ เพิ่มความแข็งแรง ของเครื่องปั้น เมื่อโดนความร้อน	145
69	พื้นไม้ยูคาลิปตัส สำหรับเผาเครื่องปั้นในขั้นตอนสุดท้าย	146
70	การนวดดิน อยู่ในขั้นตอนการเตรียมดิน ก่อนที่นำไปปั้นขึ้นรูปภาชนะต่าง ๆ	147
71	ปั้นโองดินขนาดใหญ่ บ้านแก่ง	148
72	พิธีกรรมบูชาเตาและขอขมาแม่ธรณี มอญบ้านแก่ง	149
73	ปั้นหมุน เครื่องมืออุปกรณ์การผลิต การปั้น หรือการขึ้นรูปภาชนะเครื่องปั้น	150
74	เครื่องนวดดินหรือเครื่องโม่ดินไฟฟ้าเป็นเครื่องมืออุปกรณ์เพิ่มความเหนียวของดิน	151
75	เครื่องมืออุปกรณ์ไม้วางสำหรับตกแต่งผิวภาชนะภายนอกเครื่องปั้น	151
76	อุปกรณ์เครื่องมือ ผ้า สำหรับใช้จับภาชนะขณะกำลังปั้นตกแต่งผิวภายนอกให้เรียบ	152
77	อุปกรณ์เครื่องมือไม้ปลายแหลมสำหรับแทงดินส่วนเกินรอบนอกกันภาชนะ เครื่องปั้นดินเผา	152
78	อุปกรณ์เครื่องมือแกะสลักลวดลายเครื่องปั้นดินเผาประกอบด้วยอุปกรณ์หลายอย่าง ขึ้นอยู่กับงานของช่าง	153
79	แบบร่างผลิตภัณฑ์โคมไฟดินเผา	178
80	แบบร่างผลิตภัณฑ์นาฬิกา	179
81	แบบร่างผลิตภัณฑ์ แจกัน	180
82	แบบร่างผลิตภัณฑ์แผ่นทับกระดาดดินเผา	181
83	แบบร่างผลิตภัณฑ์พวงกุญแจดินเผา	182
84	ผลิตภัณฑ์แบบร่างแผ่นทับกระดาด ที่ถูกคัดสรรมากที่สุดบ้านเกาะเกร็ด	183
85	กล่องบรรจุภัณฑ์ พร้อมตราสัญลักษณ์ บ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	184
86	การประชุมเชิงปฏิบัติการ บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์	185
87	รูปแบบผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์แผ่นทับกระดาด ผลงานสำเร็จ พร้อมจำหน่าย บ้านเกาะเกร็ด	186
88	แบบร่าง โคมไฟรูปดอกบัว	188
89	แบบร่าง ผลิตภัณฑ์แจกันทรงดอกบัวตูม	189
90	แบบร่าง ชุดเซทสปาบัวตูมบัวบาน	190



91	แบบร่าง ชุดจานดอกบัว	191
92	แบบร่าง ผลิตภัณฑ์ชุดรองแก้วน้ำ	192
93	แบบร่าง ผลิตภัณฑ์คัตสรรคร์ โคมไฟกลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มผู้บริโภคคัดเลือกมากที่สุด	193
94	กล่องบรรจุภัณฑ์ พร้อมตราสัญลักษณ์ บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี	194
95	การประชุมเชิงปฏิบัติการของกลุ่มบ้านสามโคก ที่บ้านแก่ง	195
96	แบบร่าง ผลิตภัณฑ์ประเภทตกแต่งสวยงาม พร้อมจำหน่าย	196
97	แบบร่าง โคมไฟปลาเสื่อตอ	198
98	แบบร่าง กระถางต้นไม้แฟนซีปลาเสื่อตอ	199
99	แบบร่าง แจกันรูปปลาเสื่อตอ	200
100	แบบร่าง ผลิตภัณฑ์เตาน้ำมันหอม สปา	201
101	แบบร่างผลิตภัณฑ์ชุดโคมบายศรีครอบรัวปลา	202
102	การประชุมเชิงปฏิบัติการ บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์	203
103	ผลิตภัณฑ์โคมบายศรีครอบรัวปลาพร้อมจำหน่าย	204
104	กล่องบรรจุภัณฑ์ พร้อมตราสัญลักษณ์ บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์	205
105	นายพิศาล บุญผูก ผู้ทรงคุณวุฒิด้านภูมิปัญญาการทำเครื่องปั้นดินเผา ของชาวไทยรามัญภาคกลาง	259
106	นายสันติ พุ่มไม้ใหญ่ ช่างปั้นผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา	259
107	นายศรีเมือง ทรุทรานนท์ ช่างแกะสลักลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา	260
108	นางเป่า เลี้ยงสุข ผู้ทรงคุณวุฒิด้านภูมิปัญญาการทำเครื่องปั้นดินเผา บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์	260
109	ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายนิคม บางจริง ประธานกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาประดับผ้าไหม บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี	261



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1-7 ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ยุทธศาสตร์มุ่งเน้นการพัฒนาทางด้าน อุตสาหกรรมและการผลิตเพื่อการส่งออก โดยอาศัยความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและ ทรัพยากรมนุษย์มาใช้ขยายฐานการผลิตเพื่อสร้างรายได้ และการมีงานทำโดยปราศจากภูมิคุ้มกันที่ดี (อมรรณ ทิวถนอม. 2548 : 67) ความล้มเหลวดังกล่าวเกิดจากการละเลยองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่มีอยู่ในท้องถิ่น การไม่เข้าใจคนในสังคม ไม่เข้าใจมนุษย์กับธรรมชาติ และมนุษย์กับ อำนาจเหนือธรรมชาติ การละเลยระบบสังคมวัฒนธรรม ตลอดจนการขาดข้อมูลพื้นฐานของชุมชน ท้องถิ่น เพื่อกำหนดผลลัพธ์ของการพัฒนา ด้วยสภาพปัญหาดังกล่าวผนวกกับนโยบายการพัฒนา ประเทศที่ผ่านมา ซึ่งวางอยู่บนแนวคิดเรื่องความทันสมัย (พัชรินทร์ สิริสุนทร. 2550 : 5 – 6) ทำให้สังคมไทยขาดเสถียรภาพทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรง เมื่อสิ้นสุดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติฉบับที่ 7 มีข้อสรุปที่ชัดเจนว่า การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศก้าวหน้า การพัฒนาสังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีปัญหา เกิดการพัฒนาไม่ยั่งยืน การขยายตัวทางเศรษฐกิจยัง พังพังการนำเข้าวัตถุดิบจากภายนอกมาผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก ทำให้มีความเสี่ยงเมื่อเกิดวิกฤตทาง เศรษฐกิจโลกในแต่ละครั้ง ส่งผลกระทบต่อการทำงาน และคุณภาพชีวิตของคนไทย (สำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2553 : ข) การดำเนินการพัฒนาประเทศ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 – 10 เป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของการวางแผน พัฒนาประเทศและแผนปฏิรูปความคิดและคุณค่าใหม่ของสังคมไทยที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม ของทุกภาคส่วนในสังคมไทยและมุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา นำหลัก เศรษฐกิจพอเพียง มาเป็นแนวทางในการพัฒนาและบริหารประเทศควบคู่ไปกับการพัฒนาแบบบูรณา การขณะเดียวกันก็มุ่งการพัฒนาที่สร้างสมดุลทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมเพื่อนำประเทศ สู่สังคมที่ยั่งยืน ในระยะสุดท้ายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 สังคมไทยก็ ยังคงเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในหลายบริบท ทั้งที่เป็นโอกาสและข้อจำกัดต่อการพัฒนา ประเทศ

การกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 11 จึงเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันในมิติต่าง ๆ เพื่อพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืน โดยนำทุนของ ประเทศที่มีศักยภาพมาใช้ประโยชน์อย่างบูรณาการและเกื้อกูลกัน พร้อมทั้งเสริมสร้างให้แข็งแกร่ง เพื่อเป็นรากฐานการพัฒนาประเทศที่สำคัญได้แก่ การเสริมสร้างทุนสังคม ให้ความสำคัญกับการ พัฒนาคนและสังคมไทยสู่สังคมคุณภาพ มุ่งสร้างภูมิคุ้มกันตั้งแต่ปัจเจกครอบครัว และชุมชนสามารถ จัดความเสี่ยงและปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงมีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรและได้รับประโยชน์จากการ พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นธรรม สำหรับการเสริมสร้างทุนทางเศรษฐกิจ พัฒนาเศรษฐกิจของ



ประเทศให้เข้มแข็ง โดยใช้ภูมิปัญญา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2544 : เว็บไซต์) ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายแนวทางการพัฒนาสังคมวัฒนธรรม เศรษฐกิจ แนวใหม่ขึ้นในสังคมไทยที่สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ได้กล่าวไว้ในแผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ 2550 – 2559 โดยเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 กับยุทธศาสตร์ของแผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติในเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นทรัพยากรธรรมชาติท้องถิ่นให้เกิดคุณค่าและมูลค่าเพื่อสร้างสังคมไทยให้เข้มแข็งว่าการพัฒนาคุณภาพและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ มีแนวทางในการพัฒนาดังนี้ คือ จัดการความรู้ด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และความหลากหลายทางชีวภาพ โดยการสืบค้น ถอดความรู้ ภูมิปัญญาที่อยู่ในตัวคนออกเป็นความรู้ที่ผู้อื่นสามารถเรียนรู้ รวบรวมจัดเป็นคลังข้อมูลชุมชนนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชุมชน คุ่มครองความรู้มิให้ตกไปอยู่กับกลุ่มผลประโยชน์ พร้อมทั้งนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน จัดการทรัพยากรธรรมชาติผลิตสินค้าและบริการ ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น องค์ความรู้ที่มีอยู่และองค์ความรู้ใหม่ มาพลิกฟื้นแหล่งอาหารตามธรรมชาติให้เพียงพอต่อการดำรงชีวิต สร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและคุณภาพชีวิต บนฐานความเข้มแข็งของชุมชนและการใช้ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม และทุนทางทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีคุณภาพ พัฒนาฐานข้อมูลชุมชนให้เป็นระบบและปรับให้ทันสมัยอยู่เสมอ บริหารจัดการชุมชนเข้มแข็ง

แนวทางในการจัดการความรู้ คือ ส่งเสริมให้ปราชญ์ชาวบ้าน กลุ่มแกนนำและผู้รู้ถ่ายทอดความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านการเรียนรู้ และการจัดการความรู้ในชุมชนเชื่อมโยงความหลากหลายทางชีวภาพและความหลากหลายทางวัฒนธรรมกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่จริง รมณงค์ ส่งเสริมภาคการผลิตและบริการในการเคลื่อนย้ายเครื่องจักร หรือบางส่วนไปสร้างอาชีพและการจ้างงานในท้องถิ่น และพื้นที่ห่างไกล มีการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น และผู้นำชุมชนอย่างต่อเนื่องโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตดั้งเดิม สนับสนุนการนำภูมิปัญญาไทยและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าและบริการที่มีโอกาสทางการตลาดสูง โดยที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างเข้มแข็ง เพื่อปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลอย่างยั่งยืน มีแนวทางการปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อเพิ่มผลผลิตภาพและคุณค่าของสินค้าและบริการ คือ สนับสนุนการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทย รวมทั้งความหลากหลายทางชีวภาพในการสร้างมูลค่าสินค้าใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อให้สามารถปรับปรุง วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีให้มีศักยภาพสูงขึ้นเพื่อสร้างความพิเศษและแตกต่าง นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเพื่อสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจบนฐานทรัพยากรและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของชุมชนและท้องถิ่น (กระทรวงวัฒนธรรม. 2550 : 103 -107)

การพัฒนาประเทศบนฐานความรู้หรือภูมิปัญญาพื้นบ้านของสังคมไทย ที่สอดคล้องกับทรัพยากรในท้องถิ่นจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่หน่วยงานของรัฐให้ความสำคัญและส่งเสริมเพื่อหวังให้เศรษฐกิจและสังคมไทยมีความมั่นคง ภาคกลางเป็นภาคหนึ่งที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเป็นตัวกำหนดขอบเขตทางวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิตงานศิลปหัตถกรรมที่ จะนำมาใช้สอย ไม่ว่าจะเป็นพืช หิน แร่ สัตว์ป่า และดิน ซึ่งดินในภาคกลางที่นำมาใช้ในงานหัตถกรรมมีจำนวนมาก เช่น อิฐ ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา พืชาล บุญผูก (2551 : 104)



กล่าวว่า “ดิน” ดินเหนียวที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมในการนำมาผลิตเครื่องปั้นดินเผา เป็นดินเหนียวท้องนา หรือดินบริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำหรือดินเหนียวตะกอนแม่น้ำ ซึ่งเป็นดินเหนียวที่มีเนื้อละเอียด มีสีนวลปนเหลือง เนื้อดินจับเป็นก้อนแน่น ไม่ร่วนซุยและไม่มีเศษวัชพืช กรวดทรายปน ความเหนียวของดิน เมื่อนำมาผสมกับน้ำอย่างพอเหมาะสมควรแล้ว สามารถนำมาปั้นรูปแบบผลิตภัณฑ์ได้ตามต้องการ ซึ่งหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา คือ งานที่ใช้ฝีมือในการดัดแปลงวัตถุดิบ จากดินเหนียวมาผลิตเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ไม่สลายในชีวิตประจำวัน เพื่อแลกเปลี่ยนซื้อขาย ปัญหาที่สำคัญของการผลิตระดับชาวบ้าน คือ ชาวบ้านผลิตแล้วไม่รู้จะจำหน่ายที่ไหน ขายให้ใคร จึงเป็นที่มาของปัญหาแต่เริ่มแรกคือการผลิตโดยขาดทิศทางทางการตลาด กลุ่มเป้าหมายไม่ชัดเจน ขาดเทคนิคการตั้งราคา รูปแบบผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย เพราะสิ่งเหล่านี้ล้วนเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน ปัจจุบันภาครัฐมีส่วนส่งเสริมการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น การเสริมสร้างความรู้ ทักษะ รวมทั้งช่วยเหลือทางการตลาดควบคู่ไปกับการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ

นับตั้งแต่ประเทศไทยประสบปัญหาการพัฒนาประเทศบนฐานทุนนิยม ทำให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนหันกลับมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาประเทศบนฐานทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมากยิ่งขึ้น ทำให้งานศิลปหัตถกรรม บนฐานภูมิปัญญาพื้นบ้านกลับมามีชีวิตอีกครั้ง อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่ารัฐจะมีนโยบายในการส่งเสริมเศรษฐกิจบนฐานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาพื้นบ้าน แต่ผลผลิตนั้นไม่สามารถสร้างมูลค่าทางการตลาดที่แท้จริงได้ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานพัฒนางานศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบนฐานวัฒนธรรมหรือภูมิปัญญาพื้นบ้านจึงมีปัญหามากมาย ด้านดังที่ทรงคุณ จันทวร (2554 : เว็บไซต์) ได้ศึกษา คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น กับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาคตะวันออก ภาคกลาง และภาคใต้ พบว่าปัจจุบันผลิตภัณฑ์ทางด้านศิลปหัตถกรรมเริ่มลดน้อยลง เนื่องจากค่านิยมและความนิยมในการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นลดลง มีการผลิตแล้วจำหน่ายทางการตลาดไม่ได้ ขาดช่างฝีมือและผู้ชำนาญในงานศิลปหัตถกรรมแต่ละประเภท ที่สำคัญไม่มีผู้สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ขาดแคลนวัสดุ หรือวัตถุดิบและทรัพยากรที่ใช้ในกระบวนการผลิต ซึ่งปัญหาต่างๆ เหล่านี้อาจทำให้งานศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นของประเทศไทยจะสูญหายไปในระยะเวลานี้ เพื่อเป็นการรักษาและอนุรักษ์คุณค่าอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเหล่านั้น ควรมีการสำรวจและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงานช่างฝีมือในงานศิลปหัตถกรรมประเภทผ้า เครื่องจักรสาน เครื่องปั้นดินเผา และการหล่อหลอมโลหะในแต่ละท้องถิ่น ศึกษาวิจัยภูมิปัญญาพื้นบ้านและเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นในแขนงต่าง ๆ ของแต่ละภูมิภาค เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาทรัพยากรเพื่อเพิ่มศักยภาพกระบวนการผลิตและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับที่ผู้วิจัยลงพื้นที่ศึกษาสัมภาษณ์ชาวบ้านที่ผลิตงานศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญและผู้ขายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาในพื้นที่บ้านเกาะเกร็ด และจากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี สรุป ได้ว่าปัญหาด้านการถ่ายทอดภูมิปัญญา ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ในชุมชนขาดความสำคัญไม่เห็นคุณค่าและความสำคัญ ปัจจุบันเหลือช่างปั้นและทำงานศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาน้อย เด็ก ๆ รุ่นลูกหลานบางคนไม่รู้จักรับการทำเครื่องปั้นดินเผา เหลือเพียงผู้สูงอายุในชุมชนที่ยังทำกันไม่กี่ครัวเรือน งบประมาณในการสร้างสรรค์และพัฒนางานศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาน้อย การส่งเสริมให้เยาวชนในชุมชนมีจิตสำนึกในการสืบสานภูมิปัญญาไม่เกิด



“จะมีประโยชน์อะไรหากมีแหล่งวัตถุดิบเหนียวหลายร้อยไร่ แต่ไม่สามารถร้อยใจคนในชุมชนไว้ด้วยกัน” (สุรัตน์ บัวหิรัญ. 2556 : สัมภาษณ์)

ปัญหาด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์บางส่วนยังไม่ได้ได้รับการพัฒนาให้ดีเท่าเทียมกับผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าประกวด เนื่องจากในการผลิตใช้หลายคนผลิต ความชำนาญของแต่ละบุคคลไม่เท่ากัน จึงต้องมีระบบการจัดการควบคุมคุณภาพที่ดี เรื่องสภาพดินฟ้าอากาศก็เป็นปัญหาสำคัญในการผลิตเช่นกัน เช่น ช่วงฤดูฝนจะทำการผลิตสินค้าได้ค่อนข้างลำบาก เนื่องจากบางขั้นตอนของการผลิตต้องใช้แสงแดด นอกจากนี้ยังพบปัญหาด้านการทำบัญชี - การเงิน เช่นชาวบ้านในชุมชนผลิตหัตถกรรมไม่มีความรู้ในการทำบัญชีต้นทุนการผลิต จึงตั้งราคาแพงหรือถูกมากเกินไป จากการศึกษาพื้นที่กลุ่มตัวอย่างในตำบลบ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยพบว่าผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่วางขายแต่ละร้านมีมาตรฐานในการผลิตที่แตกต่างกัน และมีรูปแบบผลิตภัณฑ์แบบเดิมๆ ยังขาดการนำเทคนิคและเทคโนโลยีเข้าเสริมกระบวนการผลิตเพื่อให้มีรูปแบบที่ทันสมัยทันความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังพบว่า การตั้งราคาสินค้าในผลิตภัณฑ์เดียวกัน ขนาดใกล้เคียงกันแต่มีราคาแตกต่างกันมาก จากการศึกษาและลงพื้นที่พบว่า แต่ละพื้นที่ผลิตงานศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ในพื้นที่ภาคกลางมีความโดดเด่นและด้อยแตกต่างกันไป เช่น พื้นที่บ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีศักยภาพในการผลิตเพื่อการส่งออกทั้งในและต่างประเทศแต่ขาดแคลนแรงงานในการผลิต และเรื่องของวัตถุดิบ พื้นที่บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์ มีศักยภาพเรื่องของวัตถุดิบ แต่ขาดความรู้ในการผลิตงานศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาชาวบ้านส่วนใหญ่จึงขายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผารูปแบบเดิมๆ ขนาดใหญ่เป็นส่วนใหญ่ พื้นที่บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีศักยภาพในเรื่องของแรงงานแต่ขาดการจัดการกลุ่มเครือข่ายและการตลาดที่ดี

ระบบเศรษฐกิจการผลิตเครื่องปั้นดินเผาจึงเป็นวงจรในการดำเนินวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่มีวัฒนธรรมในการผลิตร่วมกัน โดยมีองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์เชิงระบบ และการบริหารจัดการและจัดสรรทรัพยากรในการผลิต การบริโภค การตลาด การลงทุน การออมและจัดสวัสดิการร่วมกันของคนในชุมชนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน จึงเป็นกระบวนการที่ทำให้รายได้ชาวบ้านเพิ่มขึ้นอย่างเป็นระบบ มีการวางแผน บริหารจัดการ ทรัพยากรอย่างเป็นระบบทำให้รายได้เฉลี่ยต่อคนของชุมชนเพิ่มขึ้นรวมทั้งการปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น การพัฒนาประเทศบนฐานทุนทางสังคม ทรัพยากร และวัฒนธรรมจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ประเทศต่างๆ ทั่วโลกนำมาใช้ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ภูมิปัญญาการทำศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาเป็นการเรียนรู้ของมนุษย์ผ่านกระบวนการคิดก่อนที่จะได้รับการพัฒนาขึ้นเป็นองค์ความรู้ซึ่งสอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในการปรับตัวในการดำรงชีพให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทั้งด้านกายภาพ ชีวภาพ สังคมและวัฒนธรรมแต่ละชุมชน มีภูมิปัญญาในการทำงานศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาแตกต่างกันออกไป ภูมิปัญญาในงานศิลปหัตถกรรมจึงเป็นสิ่งที่ชุมชนได้สั่งสมประสบการณ์ ใช้สติปัญญาในการปรับตัวเพื่อการดำรงชีพท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่มีความแตกต่างกันในแต่ละสังคมและวัฒนธรรม มีการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ เพื่อสนองตอบความต้องการในการใช้สอยและการดำรงชีวิต วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2538 : 199) กล่าวว่างานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นอีกหนึ่งภูมิปัญญาที่มุ่งเน้นในด้านประโยชน์ใช้สอยตามสภาพสังคมแต่ละยุคแต่ละสมัย การทำงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านทุกภาคของประเทศไทยมีความใกล้ชิดกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่น มีความประสานกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ กรรมวิธี วัสดุ ตลอดจนรูปแบบการผลิต



งานศิลปหัตถกรรมที่มีลักษณะเฉพาะ และเป็นแบบอย่างที่ดีสืบต่อกัน การพัฒนาภูมิปัญญาสู่กับ กระแสโลกาภิวัตน์ที่ทุกสิ่งทุกอย่างเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยความคิดของมนุษย์บนฐานวัฒนธรรมชุมชนเป็นอีกหนึ่งทางเลือก ซึ่งสังคมไทยมีรากฐานแห่งภูมิปัญญาที่หลากหลายและถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ทันยุคทันสมัยอยู่เสมอ การพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชนบนฐานวัฒนธรรมสร้างสรรค์จึงเป็นทางเลือกในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของไทยได้เป็นอย่างดี ซึ่งศรีเอทีพีไทยแลนด์ (2554 : เว็บไซต์) ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเมืองประกอบรวมของแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ บนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การส่งเสริมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับ พวงแก้ว พรพิพัฒน์ (2553 : 6) กล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า เป็นแนวคิดใหม่ในการสร้างรายได้จากการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสิ่งใหม่ ๆ ผ่านการค้าและลิขสิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญา บนพื้นฐานขององค์ความรู้และการเชื่อมโยงกับฐานวัฒนธรรม รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

โดยที่เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นทุนทางวัฒนธรรม ได้รับการส่งเสริมการผลิตเพื่อสร้างอาชีพและรายได้ในชุมชนมาอย่างต่อเนื่อง แต่ปัจจุบันจากการศึกษาเบื้องต้นในชุมชน การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเครื่องปั้นดินเผายังประสบปัญหาทั้งการผลิตและการจัดการ หากไม่ได้รับการแก้ไขด้วยวิธีการที่เหมาะสม เครื่องปั้นดินเผาที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมก็จะขาดโอกาส ได้รับการพัฒนาเพื่อสร้างรายได้ พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการพัฒนาประเทศในภาพรวมแต่อย่างใด จากปัญหาและความสำคัญของเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการวิจัยเรื่อง “ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์และแนวทางการจัดการ เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์” โดยเลือกพื้นที่ศึกษาในภาคกลาง 3 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดนครสวรรค์ ที่มีชุมชนไทยรามัญภาคกลางเพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และแนวทางการจัดการที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามแนวทางการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับปัจจุบัน และแผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติที่มีนโยบายในการนำภูมิปัญญาพื้นบ้านมาพัฒนาเพื่อสร้างคุณค่าทางสังคม มูลค่าทางเศรษฐกิจเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจในชุมชนและเศรษฐกิจชาติต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง
2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์



คำถามการวิจัย

1. ภูมิปัญญาในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญเป็นอย่างไร
2. การพัฒนาและการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีสภาพปัญหาอย่างไร
3. การพัฒนาและการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีแนวทางการดำเนินการอย่างไร

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลการวิจัยจะบ่งชี้ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง ปัญหาการพัฒนาการผลิตและการจัดการผลิตภัณฑ์ และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เหมาะสมเป็นไปได้และสอดคล้องกับความต้องการของพื้นที่ เป็นประโยชน์ต่อชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานราชการ และผู้สนใจทั่วไป
2. ชุมชนเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางมีส่วนร่วมในการวิจัยและรับทราบปัญหาและแนวทางการพัฒนาและการจัดการผลิตภัณฑ์เพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการพัฒนาชุมชนของตนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
3. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องในชุมชน กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงมหาดไทย หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ผลการวิจัยนี้เป็นแนวทางในการส่งเสริมสนับสนุนชุมชนไทยรามัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเครื่องปั้นดินเผาตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและสอดคล้องกับแนวคิดในการพัฒนาในปัจจุบัน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา หมายถึง งานศิลปะการจัดทำผลิตภัณฑ์โดยการปั้นจากดินเหนียวเพื่อใช้เป็นเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันและเป็นภูมิปัญญาของชาวไทยรามัญภาคกลาง ทั้งเครื่องใช้ในครัวเรือน เช่น โอ่ง อ่าง ขาม หม้อข้าว เครื่องตกแต่ง เช่น กระถาง โคมไฟ แจกัน และของสวยงามหรือของที่ระลึก ที่ผลิตด้วยมือจากดินเหนียว

ไทยรามัญภาคกลาง หมายถึง ชาวมอญที่มีเชื้อสายอพยพมาจากเมืองเมาะตะมะ เมืองหงสาวดีและเมืองพะลิม เข้ามาอาศัยในภาคกลางของประเทศไทย ในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดนครสวรรค์ ยังคงรักษาศิลปวัฒนธรรมของตนเองประกอบอาชีพในการทำเครื่องปั้นดินเผาเลี้ยงครอบครัว

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง การคัดสรรผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การพัฒนาเชิงสร้างสรรค์

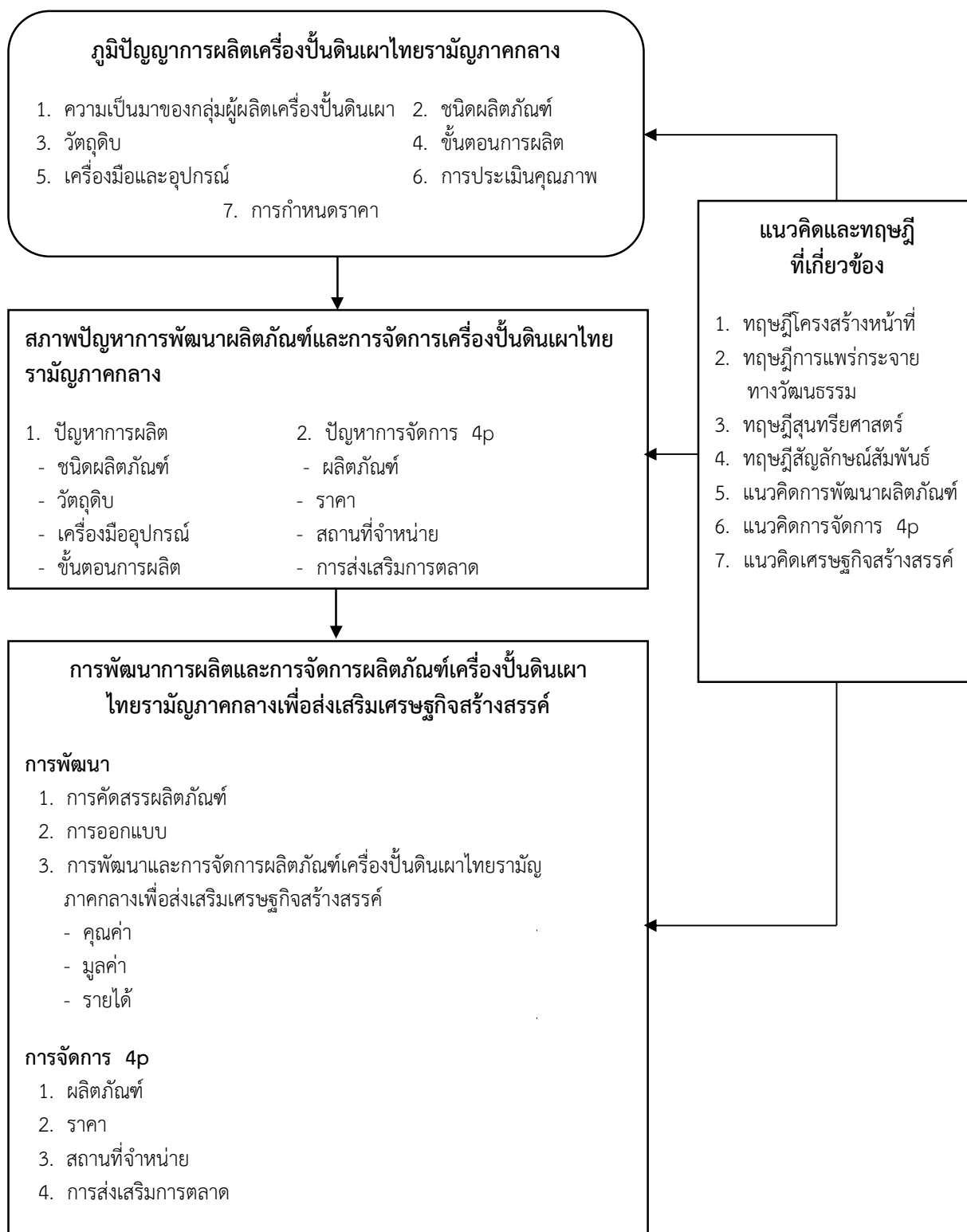


การจัดการผลิตภัณฑ์ หมายถึง การวางแผนการจัดการด้าน 4p 1. ผลิตภัณฑ์ 2. ราคา 3. สถานที่จำหน่าย 4. การส่งเสริมการตลาด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ การสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ จากเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมและการจัดการด้านการผลิตและการตลาดให้สามารถเพิ่มคุณค่า เพิ่มมูลค่า สร้างรายได้ สร้างอาชีพจากเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนและใช้ทฤษฎีโครงสร้าง หน้าที่ ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ ทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์ แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์แนวคิดการจัดการ 4p แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวคิดพื้นฐาน การวิจัย ใช้ข้อมูลความต้องการและสภาพจริงในพื้นที่ศึกษาและความต้องการของผู้ผลิต ผู้บริโภคในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมและมูลค่าเพิ่มทาง เศรษฐกิจ การออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนากิจการให้ตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้บริโภค โดยดำเนินการศึกษาภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง 1. ประวัติความเป็นมาของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผา 2. ชนิดผลิตภัณฑ์ 3. วัตถุดิบ 4. ขั้นตอนการผลิต 5. เครื่องมือและอุปกรณ์ 6. การประเมินคุณภาพ 7. การกำหนดราคา ศึกษาสภาพปัญหาการพัฒนา และการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง มี 2 ปัญหา 1. ปัญหาการผลิต มีดังนี้ ชนิดผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์และขั้นตอนการผลิต 2. ปัญหาการจัดการ 4p มีดังนี้ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ศึกษาการพัฒนาและการจัดการ เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีดังนี้ การพัฒนา ประกอบด้วย 1. การคิดสรรผลิตภัณฑ์ 2. การออกแบบ 3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อส่งเสริม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนา ประกอบด้วย 1. คุณค่า 2. มูลค่า 3. รายได้ การจัดการ 4p ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์ 2. ราคา 3. สถานที่จำหน่าย 4. การส่งเสริมการตลาด สร้างข้อสรุป การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามลำดับ ตามกรอบ แนวคิดการวิจัย ดังภาพประกอบ 1





ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้ทบทวนและนำเอาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวคิดในการวิจัยพัฒนาการผลิตและการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามลำดับ ดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านและหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง
 - 1.1 ความหมาย ลักษณะและประเภทของศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน
 - 1.2 ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญา
 - 1.3 เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง
2. นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 3.1 ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่
 - 3.2 ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม
 - 3.3 ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์
 - 3.4 ทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์
 - 3.5 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์
 - 3.6 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ 4ps
 - 3.7 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 4.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

ความรู้เกี่ยวกับศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านและหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง

1. ความหมาย ลักษณะและประเภทของศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน
 - 1.1 ความหมายของศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน

วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2539 : 29) ให้ความหมายของศิลปหัตถกรรมว่า เป็นมรดกด้านวัตถุประเภทหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในสังคมแต่ละยุคแต่ละสมัย ซึ่งแสดงถึงภูมิปัญญาในการสร้างสรรค์งานฝีมือไว้ให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับยุคกับสมัย ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นผลผลิตเครื่องใช้ไม้สอยเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตของชาวบ้าน วิบูลย์ ลี้สุวรรณ กล่าวถึงความหมายของคำว่า หัตถกรรมเป็นศิลปะของกลุ่มชุมชนที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมเป็นของตนเอง ไม่จำเป็นต้องเป็นชาวบ้าน หรือชนบท แต่ต้องเป็นกลุ่มชนที่มีเอกลักษณ์ร่วมกันอย่างใดอย่างหนึ่ง ตั้งอยู่บนพื้นฐานของชีวิต ประเพณี



ความเชื่อ และวัฒนธรรมของกลุ่มชน อาจสนองความเชื่อเพื่อความสุขทางจิตใจหรือเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน เพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยนกันในกลุ่มชนของตน มีการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ และมีลักษณะเฉพาะถิ่นของตนเอง

สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2552 : 48) ให้ความหมายของศิลปหัตถกรรมว่า หมายถึง สิ่งที่ต้องใช้ฝีมือในการประดิษฐ์ และมีความงามด้านศิลปะแฝงอยู่โดยอาจจะใช้เครื่องจักร เครื่องมือ เครื่องทุ่นแรงช่วยในการผลิตด้วยงานฝีมือ และหัตถกรรมก่อรากฐานมาจากวัฒนธรรมพื้นบ้านถูกฟื้นฟูและปรับปรุงโดยคนรุ่นใหม่ และจะนำไปสู่อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ช่างฝีมือทั้งหลายมิได้มีเพียงแค่อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม หากยังเพิ่มพูนและปรับเปลี่ยนมรดกของพวกเขาให้เข้ากับสมัยนิยมของสังคมยิ่งขึ้น ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านสะท้อนให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์วัฒนธรรม และมรดกทางวัฒนธรรมของผู้ประดิษฐ์ งานประดิษฐ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจุดประสงค์จะเป็นเพื่อการใช้สอยหรือ เพื่อสร้างสรรค์ศิลปะล้วนสื่อให้เห็นถึงการแสดงออกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาประเทศ

นวลลอ ทินานนท์ (2546 : 4) ให้ความหมายของหัตถกรรมพื้นบ้าน ว่าเป็นงานช่างฝีมือที่เป็นไปตามรูปแบบ ประเพณีที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่น การประดิษฐ์ การสร้างสรรค์เป็นไปตามเทคนิค และรูปแบบที่ถ่ายทอดภายในครอบครัวโดยตรงจากบรรพบุรุษ หรือเป็นการฝึกจากผู้รู้ผลงานหรือสิ่งประดิษฐ์นี้เป็นวัสดุหรือสิ่งก่อสร้างที่สร้างขึ้นเพื่อคนทั่วไปใช้ ไม่ใช่ทำขึ้นเพื่อใช้ในหมู่คนชั้นสูง เป็นการสร้างสรรค์ ที่ทำโดยคน ๆ เดียว ทำขึ้นมาตั้งแต่จนเป็นผลสำเร็จ

มารุต อัมรานนท์ (2533 : 4-5) ให้ความหมายหัตถกรรมพื้นบ้านว่า เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์ของชาวบ้านหรือคนในท้องถิ่น ซึ่งผลิตขึ้นด้วยฝีมือไม่ใช่เครื่องจักรกลมุ่งประโยชน์ใช้สอยส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ประจำวันเป็นหลัก

ประเทือง คล้ายสุบรรณ (2531 : 158) กล่าวถึงความหมายของงานหัตถกรรมพื้นบ้าน ว่าเป็นงานช่างฝีมือของชาวบ้านที่ประดิษฐ์เป็นเครื่องมือใช้สอยในบ้าน ใช้เป็นสิ่งที่สนองความเชื่อด้านประเพณี ศาสนา

ชลมา องค์กรานันต์ (2542 : 1) ให้ความหมายของศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน คือ ผลงานที่ประดิษฐ์สร้างด้วยฝีมือของมนุษย์โดยดัดแปลงวัสดุที่มีอยู่ตามธรรมชาติในท้องถิ่นแต่ละท้องถิ่นมาใช้สอยในชีวิตประจำวัน เพื่อสนองความต้องการใช้ทางร่างกายอันหมายถึง ประโยชน์ใช้สอยและความต้องการทางด้านจิตใจอาจหมายถึง ความสวยงาม และความเชื่อซึ่งสอดคล้องกับสภาพภูมิศาสตร์ของท้องถิ่นนั้นพร้อมกันนั้นทำให้มีคุณสมบัติ และเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเกิดขึ้นด้วย

สุวรรณ วุฒยาคม (2544 : 4) ได้นิยามความหมายของคำว่า หัตถกรรมพื้นบ้าน นั้นส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บนฐานความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น งานหัตถกรรมที่ผลิตด้วยชาวบ้านจากการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาดัดแปลงสร้างสรรค์ ใช้วิชาการด้านช่างกับการใช้ฝีมือผสมกัน ผลิตผลงานออกมาเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เพื่อสนองความต้องการของตนเองและชุมชน ผลผลิตจะมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นประโยชน์ใช้สอยเหมือนกัน แต่มีรูปแบบและวิธีการแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้ ความเชื่อ แบบแผนที่สืบทอดต่อกันมา

กล่าวได้ว่างานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นผลงานสร้างสรรค์ขึ้นจากฝีมือของชาวบ้านในชุมชนโดยใช้วัสดุในท้องถิ่นสร้างขึ้นเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน แลกเปลี่ยน ซื้อขาย โดยมีพัฒนาการ



เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาซึ่งในสมัยปัจจุบันวัสดุในท้องถิ่นมีน้อยลงหรือมีการผลิตเพื่อการขายเพิ่มมากขึ้น อาจมีการนำวัสดุอย่างอื่นเข้ามาเสริมตกแต่งเพิ่มขึ้น นับว่าวัฒนธรรมทางเศรษฐกิจเข้ามามีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านเพิ่มมากยิ่งขึ้นโดยการศึกษาวิจัยเรื่องศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.2 ลักษณะของงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน

ลักษณะของงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นสิ่งที่ผลิตขึ้นด้วยมือ ทำขึ้นเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวันหรือเพื่อแลกเปลี่ยนซื้อ ขาย ลักษณะของงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านในแต่ละยุคจะมีความแตกต่างกันมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ซึ่งนักวิชาการแต่ละคนจะให้นิยามความหมายของลักษณะของงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านที่แตกต่างกันออกไป

นวลลอ ทินานนท์ (2546 : 7) กล่าวถึงลักษณะของงานหัตถกรรมพื้นบ้านในประเทศไทย 5 ประการ ประกอบด้วย 1) เป็นงานที่ทำอยู่ภายในอาคารของบ้านหรือภายนอกอาคารแต่อยู่ใกล้บ้าน และอาคารไม่มีลักษณะที่เรียกว่าเป็นโรงงานอุตสาหกรรม 2) ส่วนใหญ่เป็นงานที่ใช้เวลาวางจากการประกอบอาชีพหลัก โดยหวังประโยชน์เพื่อนำส่วนที่เกินความต้องการเพื่อหารายได้พิเศษสำหรับครอบครัว 3) ใช้แรงงานของตนเองหรือสมาชิกในครอบครัว 4) วัตถุประสงค์ที่ใช้มักเป็นสิ่งที่ทำได้หรือผลิตขึ้นเองในภูมิภาคนั้น ๆ 5) กรรมวิธีการผลิตมักเป็นแบบดั้งเดิมล้ำสมัยใช้แรงงาน หรือฝีมือมนุษย์เป็นสำคัญมักไม่ใช้เครื่องจักรเครื่องทุ่นแรงไม่ทันสมัย หรือถ้ามีก็น้อยที่สุด

วิบูลย์ ลีสุวรรณ (2539 : 36 - 38) ได้กล่าวถึงลักษณะของงานหัตถกรรมพื้นบ้านดังนี้

1. สร้างโดยช่างนิรนาม ช่างผลิตงานหัตถกรรมอาจเป็นชาวบ้านธรรมดา หรือพื้นบ้านในแต่ละท้องถิ่นมิใช่ศิลปินที่ผ่านสถาบันการศึกษาอย่างเป็นระบบจึงไม่ปรากฏชื่อผู้ทำงานเหล่านั้น และวัตถุประสงค์ที่สร้างเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวันเป็นส่วนใหญ่ ไม่มีเจตนาจะสร้างให้เป็นผลงานศิลปะ หากแต่คุณค่าทางศิลปะที่ปรากฏเป็นผลที่เกิดจากกระทำซ้ำ ๆ กันจนเกิดความชำนาญแล้วดัดแปลงแก้ไขข้อบกพร่องจนได้ผลงานที่มีความสมบูรณ์ที่สุดเท่าที่จะทำได้ ชื่อของช่างจะไม่มีการบันทึกไว้บนงานหัตถกรรม เพียงแต่จะรู้ในกลุ่มชน หรือท้องถิ่นนั้น ๆ ว่าเป็นงานของใคร

2. สร้างขึ้นเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน งานหัตถกรรมพื้นบ้านโดยทั่วไปสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวันของผู้คนแต่ละท้องถิ่นเป็นหลัก เช่น การทอผ้า วัตถุประสงค์คือ ทอขึ้นสำหรับนุ่งห่มในครอบครัว

3. สร้างขึ้นเป็นจำนวนมาก และมีราคาที่เหมาะสมหรือราคาต่ำ การสร้างงานหัตถกรรมพื้นบ้านจะเป็นการผลิตขึ้นในครัวเรือน ในบางท้องถิ่นมีความสามารถในการผลิตสูงมีผู้ต้องการ ทำให้เกิดการซื้อขาย แลกเปลี่ยนกันในท้องถิ่นด้วยราคาถูก ซึ่งผู้ใช้จะคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยมากกว่า

4. รูปแบบเรียบง่าย งานหัตถกรรมพื้นบ้านสร้างขึ้นจากความต้องการในการใช้สอยเป็นสำคัญ การพัฒนารูปทรงและวัสดุของงานหัตถกรรมก็ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการใช้สอยเช่นเดียวกัน คือ การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยการใช้สอย มิได้มีการออกแบบหรือคิดขึ้นอย่างเป็นกระบวนการ ซึ่งทำให้งานหัตถกรรมพื้นบ้านทั่วไปส่วนใหญ่มีรูปแบบที่เรียบง่ายตามสภาพของผู้สร้างตลอดจนการใช้วัสดุเท่าที่หาได้ในท้องถิ่น



5. มีลักษณะเฉพาะถิ่น งานหัตถกรรมพื้นบ้านเกิดจากการเลือกใช้วัสดุที่มีอยู่เฉพาะถิ่น วัสดุบางชนิดจะมีเฉพาะในบางท้องถิ่นเท่านั้น ไม่มีอยู่ทั่วไป ดังนั้นเมื่อนำเอาวัสดุนั้นมาสร้างงานหัตถกรรมจึงเกิดเป็นลักษณะเฉพาะถิ่นตามประเภทรูปนั้น

6. สร้างขึ้นด้วยมือ คุณสมบัติของงานหัตถกรรมพื้นบ้าน ข้อนี้ถือเป็นสิ่งสำคัญ เพราะงานหัตถกรรมพื้นบ้านทำขึ้นด้วยมือปราศจากการใช้เครื่องจักรเข้ามาเกี่ยวข้องเพราะการใช้เครื่องจักรเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตก็จะเป็นงานอุตสาหกรรมมากกว่าเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้าน

อนุชิต กุลมาลา (2552 : 23) สรุปทัศนะของนักวิชาการที่ได้กล่าวถึง ลักษณะสำคัญของงานหัตถกรรมพื้นบ้านไว้ว่างานหัตถกรรมพื้นบ้านควรมีลักษณะเดิมอยู่หลายประการ เช่น ทำด้วยฝีมือของคนในท้องถิ่น ใช้วัสดุที่มีอยู่ภายในท้องถิ่น ใช้เครื่องมือหรือวัสดุ อุปกรณ์ในการผลิตแบบเดิมใช้กรรมวิธีในการผลิต หรือกระบวนการในการผลิตแบบเดิม มีเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละท้องถิ่น และเน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก

สรุปได้ว่า งานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญ มีลักษณะสำคัญคือ เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ไม่สอยจากเครื่องปั้นดินเผาเป็นผลงานสร้างสรรค์ขึ้นจากฝีมือชาวบ้านที่มีวิถีการดำเนินชีวิตสร้างวัฒนธรรมที่สอดคล้องสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในพื้นที่ชุมชนไทยรามัญภาคกลาง

1.3 ประเภทของงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน

งานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านสามารถจำแนกได้หลายประเภท มีความแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับทรัพยากรธรรมชาติในแต่ละท้องถิ่น และรูปแบบการสืบทอดงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่แตกต่างกันเหล่านี้ล้วนส่งผลให้งานหัตถกรรมพื้นบ้านมีลักษณะแตกต่างกันออกไปด้วย จึงได้มีนักวิชาการจำแนกงานหัตถกรรมพื้นบ้านออกเป็นประเภทต่าง ๆ พอจะประมวลได้ดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2534 : 26-27) ได้จำแนกประเภทของงานหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นประเภทต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

1. จำแนกตามลักษณะการใช้เป็นการจำแนกโดยถือประโยชน์ของการใช้สอยหัตถกรรมเป็นหลัก ซึ่งจำแนกได้ดังนี้

1.1 หัตถกรรมที่ใช้เป็นพาหนะทั้งทางบกและทางน้ำ เช่น เกวียน เรือ ลากเลื่อน เป็นต้น

1.2 หัตถกรรมที่ใช้ในการทำไร่ ไถ คลาด แยก กระออม กระพ้อมใส่ข้าว กระบุง ตะกร้า เป็นต้น

1.3 หัตถกรรมที่ใช้เป็นเครื่องมือจับสัตว์ส่วนมากเป็นเครื่องจักรสาน เช่น แห่ อวน ลอบ ไซ เป็นต้น

1.4 หัตถกรรมที่ใช้สอยประจำวัน เช่น เครื่องถ้วยชาม เครื่องทองเหลือง เขียนหมาก สำหรับข้าว เป็นต้น

1.5 หัตถกรรมที่ใช้ในการพักผ่อนหย่อนใจ เช่น เครื่องดนตรี ได้แก่ ปี่ กลอง ทับ เป็นต้น

1.6 หัตถกรรมที่ใช้ในพิธีทางศาสนา การศึกษาเล่าเรียน เช่น ภาพพระบฏ สมุดข่อย บุขบก เป็นต้น



- 1.7 หัตถกรรมที่เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน เช่น เครื่องปั้นดินเผา ผ้าทอ การทอเสื่อ เป็นต้น
2. จำแนกตามวัสดุที่นำมาใช้ผลิตเป็นการจำแนกตามลักษณะวัสดุที่นำมาใช้ทำเป็นหัตถกรรมเป็นหลัก ซึ่งจำแนกได้ดังนี้
 - 2.1 เครื่องหนัง เช่น หัตถกรรมที่ทำด้วยหนังวัว หนังควาย หนังงู เป็นต้น
 - 2.2 เครื่องปั้นดินเผา เช่น เป็นภาชนะต่าง ๆ ที่ทำด้วยดินแล้วนำไปเผา อาจมีการเคลือบเป็นรูปแบบต่าง ๆ
 - 2.3 เครื่องใช้ไม้สอยต่าง ๆ ที่ทำด้วยไม้ ทั้งที่เป็นเนื้ออ่อนและไม้เนื้อแข็ง เครื่องจักรสานแทบทั้งสิ้น
 - 2.4 เครื่องไม้ไผ่และหวายเป็นหัตถกรรมที่ทำจากไม้ไผ่และหวายส่วนใหญ่ เป็นเครื่องจักรสานแทบทั้งสิ้น
 - 2.5 เครื่องสัก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้อย่างไม้ที่ได้จากต้นสักมาทาบหรือเคลือบเพื่อรักษาเนื้อไม้กระดาผ้า กรเบืองโลหะ เป็นต้น
 - 2.6 เครื่องหล่อ เป็นการจำลองรูปพรรณ ลวดลาย หรือภาชนะต่าง ๆ จากรูปหุ่นที่สร้างเป็นแบบ ซึ่งส่วนมากจะทำด้วยโลหะปูนหรือทราย
 - 2.7 เครื่องทอ-ย้อม ซึ่งใช้เส้นใยธรรมชาติหรือใยประดิษฐ์ เช่น เรยอน ไนลอน ใยแก้ว เป็นต้น ผลผลิตจากการทอ-ย้อม เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า ต่าง ๆ เป็นต้น
 - 2.8 เครื่องโลหะ เป็นการใช้โลหะเป็นส่วนประกอบสำคัญในการผลิตซึ่งมีอยู่หลายวิธี เช่น วิธีผลิตแบบโลหะแผ่น โลหะรูปพรรณ เครื่องถม เป็นต้น ชนิดโลหะที่ผลิต เช่น เหล็ก สังกะสี ดีบุก ทองแดง อลูมิเนียม เป็นต้น
- นอกจากนั้น วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2532 : 181-185) ได้จำแนกประเภทของงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหัตถกรรม ออกเป็นประเภทต่าง ๆ สรุปดังนี้
 1. เครื่องปั้นดินเผา ได้แก่ ภาชนะเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ทั้งที่เป็นดินเผาธรรมดาและที่เป็นดินเผาเคลือบ เช่น โอ่ง กระถาง จาน ไห ครก เป็นต้น
 2. การทอผ้า และการเย็บปักถักร้อย ได้แก่ การทอผ้าในท้องถิ่นต่าง ๆ รวมถึงการเย็บปักถักร้อยเพื่อการตกแต่งด้วย เช่น การทอยกดอก การทอจก การประดับตกแต่งด้วยลูกปัดและกระจก เป็นต้น
 3. การแกะสลัก ได้แก่ การแกะสลักเพื่อใช้เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ด้วยวัสดุต่าง ๆ เช่น การทำเครื่องหิน การแกะสลักไม้ สำหรับทำเครื่องเรือน การแกะสลักไม้เป็นรูปเคารพ การแกะสลักงาช้าง เป็นต้น
 4. หัตถกรรมโลหะ ได้แก่ งานหัตถกรรมโลหะชนิดต่าง ๆ ตั้งแต่การทำเครื่องประดับตกแต่ง เช่น การปั้นหล่อรูปเคารพ การทำมีอรัญญิก การทำบาตร การทำเครื่องถม เป็นต้น
 5. การก่อสร้าง ได้แก่ งานหัตถกรรมพื้นบ้านที่สร้างขึ้นด้วยการจักสานและถักโดยใช้วัสดุจากธรรมชาติชนิดต่าง ๆ เช่น ไม้ไผ่ หวาย กระจุต ใบลำเจียก ใบเตย ย่านลิเภา เป็นต้น



6. การก่อสร้าง ได้แก่ งานสถาปัตยกรรมพื้นบ้านทั่วไป ตั้งแต่การสร้างอาคารบ้านเรือนเพิงชั่วคราว ตลอดจนอาคารที่เกี่ยวข้องกับศาสนา เช่น เรือนเครื่องสับ เรือนเครื่องผูกเรือนเสาลอย เพิง กระโจม หน้า โบสถ์ วิหาร สถูปเจดีย์ เป็นต้น

7. ภาพเขียน ได้แก่ งานจิตรกรรมผนังโบสถ์ วิหาร การตกแต่ง เรือกอล และการตกแต่งเกวียน เป็นต้น

8. การปั้นรูปและลวดลายประดับ ได้แก่ งานประติมากรรม และการปั้นลวดลายประดับอาคารต่าง ๆ เช่น การปั้นตุ๊กตาเด็กเล่น ตุ๊กตาเสียบบาล การปั้นลวดลายประดับโบสถ์วิหาร สถูปเจดีย์ต่าง ๆ เป็นต้น

9. การทำเครื่องกระดาษา ได้แก่ การทำกระดาษาพื้นบ้าน เช่น การทำกระดาษาสา การทำกระดาษาข่อย การทำกระดาษา สำหรับใช้ตกแต่งในงานเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น

10. ประเพณีเบ็ดเตล็ด เป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่ไม่อาจเข้าเป็นประเภทใดได้แน่นอน และไม่มีใครมีการทำแพร่หลายไม่เป็นที่รู้จักมากนัก เช่น การจัดดอกไม้ การแกะสลักผลไม้ การแทงหยวก การทำหุ่นกระดาษา เครื่องเงิน การทำเครื่องดนตรี เป็นต้น

รัตนะ อุทัยผล (2523 : 17) ได้จำแนกประเภทของงานหัตถกรรม ดังนี้

1. หัตถกรรมเกี่ยวกับเส้นใย ได้แก่ ฟันเชือกด้วยมือ
2. การแกะสลักไม้
3. การสานหมวก
4. การทอเสื่อ
5. หัตถกรรมโลหะ
6. เครื่องปั้นดินเผา
7. หัตถกรรมประดิษฐ์จากเปลือกหอย
8. การประดิษฐ์ไม้ไผ่หรือหวาย
9. เครื่องมือเครื่องใช้ในการเกษตร
10. ประดิษฐ์เครื่องเด็กเล่น
11. การทำลูกไม้ประดับเสื้อผ้า
12. เครื่องทอ
13. การทำชิ้นส่วนของเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ
14. การมวนบุหรี่ยด้วยมือ
15. การเย็บปักถักร้อย
16. การผลิตหัตถกรรมประเภทอื่น ๆ ที่ทำกันภายในบ้าน
17. การทำการฝีมือต่าง ๆ

มานิช กงกะนันท์ (2554 : เว็บไซต์) กล่าวถึงประเภทของงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน โดยแบ่งตามลักษณะของวัสดุ และเทคนิคการทำออกเป็น 9 ประเภท ดังนี้

1. เครื่องไม้
2. เครื่องจักสาน
3. เครื่องดิน
4. เครื่องทอ (เครื่องผ้า)



5. เครื่องสัก
6. เครื่องโลหะ
7. เครื่องหนัง
8. เครื่องกระดาศ
9. เครื่องหิน

ศิลปหัตถกรรมชาวบ้านสร้างขึ้นโดยใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นของตนเองเป็นส่วนใหญ่ และมีได้นำไปผสมกับวัสดุเทียมอื่นใดเลย แต่พอมาถึงปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีส่วนทำให้เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ มีการนำเอาวัสดุเทียมมาใช้ประกอบในการทำงานหัตถกรรมอย่างไม่สามารถจะหลีกเลี่ยงได้ ซึ่งนับว่าเป็นการลดคุณค่าทางสุนทรียภาพของหัตถกรรมพื้นบ้าน อย่างไรก็ตาม สภาพเช่นนี้ยังเกิดขึ้นเสมอมา จึงสมควรที่เราจะต้องทำการอนุรักษ์เอาไว้ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งที่สามารถจะทำได้

สรุปได้ว่า งานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านจำแนกออกได้หลายประเภทขึ้นอยู่กับเกณฑ์ในการจำแนกประเภทงานศิลปหัตถกรรมนั้น การจำแนกประเภทอาจแบ่งตามลักษณะการใช้งานหรือตามวัสดุที่นำมาประดิษฐ์ ดังนั้น การจำแนกประเภทของงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านยังไม่มีกฎเกณฑ์ที่ตายตัวในการศึกษาวิจัย ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่ใช้วัตถุดิบดินมาปั้นเป็นรูปทรงต่าง ๆ ดินเหนียวเหมาะที่จะใช้ทำเครื่องปั้นดินเผาอยู่ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ชาวบ้าน นำมาเพื่อดัดแปลงให้เกิดประโยชน์ใช้สอย ชื้อ ขาย สร้างสรรค์ ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ จากแนวคิดและวิธีการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในแนวทางต่าง ๆ ตามภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดกันมาของคนในชุมชนนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชนไทยรามัญภาคกลาง

1.4 สภาพปัญหาหัตถกรรมพื้นบ้าน

งานหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นงานที่มีทั้งจุดอ่อน จุดแข็ง และมีโอกาสที่จะพัฒนาต่อไปได้ ในอนาคตจากการศึกษาของ สุวรรณ วุฒยาคม (2544 : 2) ได้วิเคราะห์พบว่างานหัตถกรรมพื้นบ้าน มีจุดอ่อน จุดแข็งและโอกาส ดังนี้

จุดแข็ง คือ เป็นงานที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สืบทอดกันมา มีวิธีการผลิตที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อนสามารถหาวัตถุดิบในการผลิตได้ในท้องถิ่นที่ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมใช้เงินลงทุนไม่มากสามารถที่จะพัฒนาขึ้นมาเป็นอาชีพส่งเสริมให้กับชาวนบพ ซึ่งจะช่วยลดการเคลื่อนย้ายแรงงานไปสู่ภูมิภาคเมืองได้

จุดอ่อน คือ กระบวนการผลิตใช้เวลาไม่ประหยัดแรงงาน ไม่เหมาะสมกับการแข่งขันเชิงธุรกิจ ผู้ผลิตไม่ให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพ ขาดแรงจูงใจ ขาดข้อมูลความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ในการที่จะพัฒนาทางด้านการผลิต และการดำเนินธุรกิจ

โอกาส คือ ความโดดเด่นทางด้านเอกลักษณ์ กระแสความนิยมใช้ของไทย การรักษาสีสิ่งแวดล้อม การผลิตเรียบง่ายและลงทุนต่ำ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความสนใจส่งเสริมกันเป็นจำนวนมาก เหล่านี้ทำให้งานหัตถกรรมพื้นบ้านยังมีโอกาสที่จะพัฒนาให้ก้าวหน้าต่อไป

หัตถกรรมพื้นบ้านเป็นงานหัตถกรรมที่ผลิตโดยชาวบ้านหรือช่างพื้นบ้านในท้องถิ่นชนบทที่มีรูปแบบเอกลักษณ์เป็นไปตามถิ่นของแต่ละท้องถิ่นนั้น โดยยึดหลักในการใช้วัสดุในท้องถิ่นของตนเองเป็นส่วนใหญ่ งานหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่



และหวาย ผลิตภัณฑ์เครื่องรัก ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ผลิตภัณฑ์จากกระดูกสัตว์ ผลิตภัณฑ์หิน ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีการผลิตจำหน่ายอยู่ทุกภาคของประเทศ ตามความเหมาะสมทั้งทางด้าน ภูมิศาสตร์ วัฒนธรรมท้องถิ่นและแหล่งวัตถุดิบ งานหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นงานใช้เครื่องมือ เครื่องทุ่นแรงในการผลิตแบบง่าย ๆ และใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ในแหล่งผลิตหรือ ในท้องถิ่นเป็นหลัก โดยทักษะในการผลิตนั้น เป็นความรู้ความสามารถที่ได้รับการถ่ายทอดมา จากบรรพบุรุษ หรือได้รับการอบรมแนะนำจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ให้การส่งเสริม มีการผลิตในหลายลักษณะตั้งแต่ผลิตคนเดียวแบบอิสระที่ผลิตและจำหน่ายเองรับจ้างผลิตให้กับนายทุนหรือคนกลาง และผลิตในลักษณะของการรวมกลุ่มแบบธุรกิจชุมชนที่ได้รับการช่วยเหลือส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรพัฒนาชุมชน อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านก็ยังประสบปัญหาหลายด้าน ได้แก่

1) ปัญหาด้านคุณภาพและปริมาณ ซึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่ผลิตได้จะไม่สนองความต้องการของผู้บริโภคและไม่เป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้อาจเนื่องจากการผลิตของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ของไทยจะเน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพของสินค้า และผลิตไม่ตรงตามรสนิยมของตลาด

2) ปัญหาด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้จะมีลักษณะแบบดั้งเดิมและประโยชน์ใช้สอยจำกัดทำให้ไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่เน้นการบริโภคที่ได้รับอรรถประโยชน์สูงสุดทั้งด้านร่างกายและจิตใจ

3) ปัญหาการขาดปัจจัยการผลิต เช่น แรงงานและวัตถุดิบกล่าวคือ วัตถุดิบมีราคาแพงและขาดแคลน ตลอดจนมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน ส่วนแรงงานมักจะขาดประสิทธิภาพและไม่เป็นที่สนใจของแรงงานในการประกอบอาชีพทางด้านหัตถกรรมเนื่องจากค่าแรงงานโดยเปรียบเทียบจะต่ำกว่าภาคอุตสาหกรรมอื่น ๆ

4) ปัญหาด้านตลาด เนื่องจากผู้ผลิตของไทยเป็นผู้ผลิตรายย่อย มีสถานที่จำหน่ายสินค้าน้อย มีการพัฒนาน้อยมากในด้านการศึกษาแนวโน้ม ลักษณะความต้องการของตลาด ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดด้านการศึกษา เงินทุน และการบริหารงาน

5) ปัญหาด้านข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมหัตถกรรมไทย ให้สามารถแข่งขันกับประเทศคู่ค้า ตลอดจนสนองตอบความต้องการของผู้บริการของผู้บริโภคได้ แต่ในปัจจุบันผู้ผลิตของไทยยังมีข้อจำกัดด้านการรับข้อมูลการตลาดทันการและทันสมัย จึงทำให้การผลิตมักจะทำตามแบบที่เคยทำมาในอดีตเป็นผลให้สินค้าไม่เป็นที่ต้องการของตลาด

สรุปได้ว่า หัตถกรรมพื้นบ้านมีจุดแข็ง คือ เป็นงานที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและมีเอกลักษณ์ จุดอ่อน คือ กระบวนการผลิตใช้เวลาไม่ประหยัดแรงงานและโอกาส คือ ความโดดเด่นทางด้านเอกลักษณ์ กระแสความนิยมใช้ของไทย และสภาพปัญหาหัตถกรรมพื้นบ้านด้านคุณภาพและปริมาณ รูปแบบผลิตภัณฑ์ ขาดปัจจัยการผลิต ด้านตลาดและด้านข้อมูลข่าวสาร

1.5 ประวัติเครื่องปั้นดินเผาไทย

เครื่องปั้นดินเผาเป็นปัจจัยสำคัญขั้นพื้นฐานอย่างหนึ่งของการดำรงชีวิตมนุษย์ในสังคมเกษตรกรรม แต่บรรพกาลสืบมาทุกคร้วเรือนจะมีอุปกรณ์เกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผาใช้สอยกันภายในครอบครัว และมีการถ่ายทอดและสั่งสมกรรมวิธีการปั้นให้แก่สมาชิกจนสั่งสมเป็นภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งเป็นเสมือนมรดกทางวัฒนธรรม เครื่องปั้นดินเผาไทยเราสามารถแบ่งตามยุคสมัยได้ดังนี้



1) สมัยยุคหินเก่า (Old Stone Age หรือ Paleolithic Age) มนุษย์ในสมัยยุคหินเก่ายังไม่รู้ทำเครื่องปั้นดินเผา เพราะยังกินอาหารดิบอยู่ มนุษย์พวกนี้จัดอยู่ในมนุษย์พันธุ์นิกริโตส

2) สมัยยุคหินใหม่ มนุษย์ยุคนี้มีวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมมากขึ้น ทั้งทางด้านหัตถ์ ตัสมสถาปัตยกรรม จิตรกรรม และปติมากรรม รู้จักการตกแต่งที่อยู่อาศัย เขียนภาพ แกะสลักภาพ การสานทอเครื่องนุ่งห่ม มีความต้องการเครื่องปั้นดินเผา มนุษย์ยุคนี้แยกตามสายวัฒนธรรมได้ 2 สาย คือ

(1) สายที่หนึ่ง มนุษย์ยุคหินใหม่ที่สืบเชื้อสายมาจากมนุษย์ยุคหินเก่าที่มีถิ่นฐานเดิมอยู่ในประเทศไทย เป็นเครื่องปั้นดินเผาที่มีส่วนผสมของดินกับทราย ไม่เคลือบเผาไฟต่ำสุดไม่ตลอด มีการตกแต่งลวดลาย ขูดลึกลงในเนื้อดิน รูปทรงเตี้ย ปากกว้างมีส่วนโค้งน้อย ขึ้นรูปด้วยขูดให้เรียบ และใช้ไม้ตีผิวให้เรียบบางเสมอกัน

(2) สายที่สอง เป็นพวกที่เคลื่อนย้ายมาจากอาณาจักรจีนเข้ามาอยู่ในประเทศไทย เมื่อประมาณ 4,500 ปี ราวยุคหินใหม่ตอนปลาย (Chaleolithic) ต่อกับยุคโลหะ (Bronze Age) เครื่องปั้นดินเผามีลักษณะปากแคบ คอสูง ก้นกลม มีส่วนโค้งมาก ปั้นรูปด้วยมือ ตกแต่งลวดลาย ด้วยลายเสือ (Mat Design Marking) ขัดผิวเรียบ ขัดเงา เนื้อดินเผาแล้วแข็งมาก มีส่วนผสมของหินมาก ยุคนี้ใช้ความร้อนสูงประมาณ 1,000 – 1,200 องศาเซลเซียส

3) สมัยสุวรรณภูมิ (อายุราวประมาณ พ.ศ. 300 – พ.ศ. 800) เนื่องจากการเผยแพร่พระพุทธศาสนา พวกอินเดีย มอญ ขแมร์ จึงได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมจากอินเดีย การทำเครื่องปั้นดินเผาได้เจริญขึ้น และมีรูปทรงต่าง ๆ ซับซ้อนกว่าเดิม แตกต่างกับช่างไทย ซึ่งยังคงพัฒนามาจากหม้อและเป็นแบบของอาณาจักรลาว

4) สมัยเซลียงหรือขอมมีอำนาจ (ประมาณ พ.ศ. 1100 – พ.ศ. 1600) ขอมมีอำนาจและตีอาณาจักรมอญได้ราว พ.ศ. 1600 เครื่องปั้นดินเผาที่พบในสมัยนี้มีเทคนิคในการปั้นและมียางแบ่งได้ 3 พวก คือ

(1) ทำโดยช่างไทย รูปทรงและความงามส่วนใหญ่วิวัฒนาการมาจากแบบไทย และอาณาจักรอัยลาวกับนานเจ้าตอนต้น ใช้เคลือบขี้เถ้าผสมกับดินแดงเผาสุกแล้วเป็นสีน้ำตาล แต่บางที่ค่อนข้างดำ และยังมีเคลือบขาวหม่น ซึ่งเรียกว่า “เคลือบขุ่น” (White Matt Glaze) ใช้ขี้เถ้ากับน้ำเป็นเคลือบใช้ความร้อนเผาประมาณ 1200 – 1300 องศาเซลเซียส ในสมัยนี้ไทยส่งไปขายทางหมู่เกาะอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และหมู่เกาะใกล้เคียงอื่น ๆ (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. 2558 : เว็บไซต์)

(2) ทำโดยช่างขอม ขอมได้รับอิทธิพลจากการเป็นรูป และวิธีเคลือบจากไทย แต่ขอมใช้ดินแดงอย่างเดียว รูปทรงภายนอกมีส่วนโค้งมาก เพิ่มลวดลายด้วยการแต่งบนแป้นหมุน

(3) ทำโดยช่างมอญ มีการพัฒนาการทางรูปร่าง และการประดิษฐ์มากขึ้นที่แพร่หลายก็คือ เครื่องปั้นดินเผาและภาพปั้นดินเผา (Figure Pottery) ไม่ปรากฏว่ามีเครื่องปั้นดินเผาชนิดเคลือบในสมัยนี้ มีแต่ขัดมันด้วยน้ำดินชั้น ซึ่งมอญทำได้ดียิ่ง มีความทนทานอยู่ได้นาน (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. 2558 : เว็บไซต์)



5) สมัยสุโขทัย พงศาวดารเหนือมีเนื้อความตรงกับจดหมายเหตุจีนว่า เมื่อครั้งสุโขทัยเป็นราชธานีของสยามประเทศ สมเด็จพระร่วงเจ้าได้เสด็จไปเมืองจีน เมื่อปีมะแม จุลศักราช 656 (พ.ศ.1873) และนำช่างเครื่องปั้นถ้วยชามเข้ามาทำในเมือง ชากเตาที่เรียกว่า “เตาทุเรียง” ครั้งนั้น ยังปรากฏที่เมืองสุโขทัยด้านเหนือนอกกำแพงเมืองออกไปประมาณ 30 เส้น ที่เมืองสวรรคโลก รึมน้ำยมเหนือเมืองศรีสัชนาลัย 2 แห่ง ที่เมืองสองแคว (พิษณุโลก) “บ้านเตาไห” อีก 1 แห่ง (แต่ยังหาซากเตาไม่พบ) ลักษณะสำคัญของเครื่องปั้นดินเผาในสมัยนี้ แยกออกไป 3 ลักษณะ คือ 1) เนื้อด้านไม่เคลือบ เเผา อย่างเดียว 2) เคลือบเนื้อหยาบ พวกอ่างมังกร 3) เคลือบเนื้อละเอียด พวงเครื่องถ้วยแบบจีน เครื่องปั้นดินเผาสมัยนี้ ตกแต่งลวดลายด้วยการเขียนโดยแช่โลหะเคลือบ ใช้เขียนทับสลิปขาว หรือเขียนบนดินเคลือบสีทึบฝีมือดีทัดเทียมช่างจีน แต่เนื้อหนากว่าพวกไม่เคลือบ ทำเป็นตุ่มใหญ่สีดำ แจกันปักดอกไม้ทรงจีนสีเหลืองการดำเนินการครั้งนี้ ทำเป็นอุตสาหกรรมการค้า ส่งขายต่างประเทศ ซึ่งครั้งนั้นมีเชียงใหม่ หลวงพระบาท ตะนาวศรี เครื่องถ้วยชามไทย ทำอยู่ประมาณร้อยปีเศษก็เลิกกันไป เพราะต้องทำสงครามกันอยู่เรื่อย ๆ

6) สมัยรัตนโกสินทร์

(1) สมัยรัชกาลที่ 1 เริ่มฟื้นฟูเครื่องปั้นดินเผา แต่เป็นสิ่งทำจากเมืองจีนโดยให้ช่างหลวง เขียนตัวอย่างลายไทย และส่งช่างไทยไปควบคุมการเขียนลวดลายให้ เมื่อเครื่องปั้นดินเผาที่ทำส่วนใหญ่เป็นพวก จาน ชาม โถ กระโถน และถ้วย ลายที่เขียนเป็นลายไทย และเขียนรูปครุฑ ราชสีห์ ปรากฏว่า ฝีมือดีกว่าสมัยกรุงศรีอยุธยา

(2) สมัยรัชกาลที่ 2 ฝีมือช่างเขียนไทยเจริญมากขึ้น เครื่องถ้วยชามที่สั่งทำจากประเทศจีน ก็คิดแก้ไขรูปทรงและลวดลาย มีลายประดิษฐ์ใหม่ เช่น ลายดอกกุหลาบ ส่วนลายแบบจีน เช่น ลายดอกไม้จีน ลายสิงโต ก็นำมาปรับเปลี่ยนใหม่ให้เข้ากับค่านิยมของคนไทย โดยใช้สีทอง เขียนประกอบเครื่องถ้วยของไทยที่นิยมกันมากในปัจจุบัน คือ เครื่องถ้วยที่สั่งทำในสมัยรัชกาลที่ 2 ที่เรียกว่า ของสมเด็จพระศรีสุริเยนทร์ (สมเด็จพระบรมราชินีนาถ ในรัชกาลที่ 2) ทั้งนี้ เพราะพระองค์ท่านทรงดูแลในการสั่งทำ

(3) สมัยรัชกาลที่ 3 มีการสั่งของจากต่างประเทศ เท่าที่จำเป็น แต่พระองค์ทรงทำนุบำรุงฟื้นฟูเครื่องปั้นดินเผาในประเทศกล่าวคือ ทรงทำนุบำรุงการทำกระเบื้องเคลือบมุงหลังคากระเบื้องเคลือบสีเป็นเครื่องประดับ โดยใช้เตาเผาแบบเตาทุเรียงสร้างที่วัดสระเกศ

(4) สมัยรัชกาลที่ 4 เนื่องจากราชทูตไทยไปประเทศจีน เมื่อ พ.ศ. 2395 ถูกผู้ร้ายปล้น จึงไม่มีการส่งราชทูตไปประเทศจีนอีก รวมทั้งไม่มีการส่งชาวไทยไปตรวจตราการทำเครื่องปั้นดินเผาด้วย การสั่งทำจากประเทศจีนเป็นเรื่องของพ่อค้าในกรุงเทพมหานคร เป็นผู้ส่งลายคราม เครื่องถ้วยชามที่สั่งจากจีนจึงเป็นลายคราม เขียนลายจากจีนเป็นส่วนใหญ่ ลายน้ำทองมีสั่งบ้าง โดยให้แบบลายไทยไปทำ แต่ฝีมือสู้ครั้งสมัยรัชกาลที่ 2 ไม่ได้

(5) สมัยรัชกาลที่ 5 เป็นระยะที่เจริญรุ่งเรืองมาก การศึกษาวิชาการก็ขยายตัวแพร่หลายเครื่องถ้วยชามที่สั่งเข้ามาค้าขายในเมืองไทยมีทั้งของจีน ญี่ปุ่น และฝรั่ง ในสมัยนั้นนิยมใช้ของฝรั่ง ลวดลายฝรั่งกันมาก แต่มีสั่งทำเป็นรูปทรงแบบไทยก็มีมาก ของญี่ปุ่นโดยมากเป็นถ้วยชามและเครื่องประดับบ้าน ทั้งนี้เป็นเพราะญี่ปุ่นเริ่มทำเลียนแบบของจีนได้ดี ในสมัยนั้นในเมืองไทยมีการทำกันเฉพาะการเขียนลวดลายบนเครื่องปั้นดินเผาเท่านั้น



(6) สมัยรัชกาลที่ 6 ประเทศไทยเริ่มมีโรงงานผลิตเครื่องปั้นดินเผาประเภทเนื้อหยาบ เช่น กระถาง โอ่ง อ่าง และไห ซึ่งมีทั้งชนิดเคลือบและไม่เคลือบ

(7) สมัยรัชกาลที่ 7 ปี พ.ศ. 2475 หลังมีการเปลี่ยนแปลงการปกครอง รัฐบาลพยายามจะฟื้นฟูเศรษฐกิจของชาติโดยการส่งเสริมให้มีผู้ประกอบการอุตสาหกรรมมากขึ้น เครื่องปั้นดินเผาเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้รับการส่งเสริมและมีผู้สนใจทำเป็นอุตสาหกรรม ในครอบครัวในภาคเหนือ ภาคอีสาน และภาคกลาง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตไว้ขณะนั้น คือ โอ่ง อ่าง และไห ผลิตภัณฑ์เนื้อดีที่ผลิตได้บ้างก็ใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศ

(8) สมัยรัชกาลที่ 8 และสมัยรัชกาลที่ 9 (สมัยปัจจุบัน) การประกอบการอุตสาหกรรม เครื่องปั้นดินเผาหรืออุตสาหกรรมเซรามิก ถ้าจะให้ได้ดีจะต้องอาศัยหลักวิชาการ เทคโนโลยีเข้าร่วมประกอบกับคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้การพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกด้านวิชาการและเทคโนโลยีในประเทศไทย กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและการพลังงาน มีส่วนช่วยเป็นอันมาก ในปีพ.ศ. 2478 กระทรวงวิทยาศาสตร์ได้เริ่มดำเนินงานเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผา ต่อมาในปี พ.ศ. 2479 ได้เริ่มมีการพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผา โดยการส่งเจ้าหน้าที่ไปรับการฝึกอบรมเพิ่มเติมในต่างประเทศ แล้วกลับมาพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผาของกรมวิชาการและเทคโนโลยี และได้ทำการศึกษาวิจัยวัตถุดิบโดยการสำรวจวิเคราะห์และทดสอบวัตถุดิบภายในประเทศ เช่น ดินและหินชนิดต่าง ๆ ที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ผลจากการสำรวจและการวิเคราะห์ วิจัย พบว่า ประเทศไทยมีวัตถุดิบชนิดดี ปริมาณมาก สามารถใช้ทำเครื่องปั้นดินเผาชนิดดีได้ เป็นผลให้การลงทุนสร้างโรงงานเครื่องปั้นดินเผาขึ้นอีกมากในปี พ.ศ. 2503 คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้ประกาศให้การสนับสนุนและส่งเสริมการลงทุนในกิจการอุตสาหกรรมเซรามิก ดังนั้น ในปี พ.ศ. 2503 - พ.ศ. 2508 จึงมีโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิกเกิดขึ้น 8 แห่ง ที่ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้มีกระเบื้องปูพื้น กระเบื้องมุงหลังคา กระเบื้อง โมเสก และเครื่องสุขภัณฑ์ และในปี พ.ศ. 2508 นี้เอง สภาพนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี ได้สนับสนุนโดยให้โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่แผนที่ 1 จนถึงแผนที่ 4 ปัจจุบันอุตสาหกรรมเซรามิกได้เจริญก้าวหน้าและพัฒนาไปอย่างมาก มีโรงงานเซรามิกขนาดใหญ่ประมาณ 10 แห่ง ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง โรงงานขนาดเล็กอีกหลายร้อยโรงงานกระจายอยู่ทั่วประเทศ โดยเฉพาะในจังหวัดลำปาง มีอยู่ประมาณ 50 แห่ง โรงงานเหล่านี้ผลิตถ้วยชาม เครื่องสุขภัณฑ์ เครื่องโลหะเคลือบโมเสก กระเบื้อง กระเบื้องประดับผนัง และอิฐก่อสร้างปริมาณการผลิตพอเพียงต่อการใช้ภายในประเทศ และยังส่งออกขายยังต่างประเทศในปี พ.ศ. 2528 ประมาณ 500 ล้านบาท ในสมัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในรัชกาลปัจจุบัน กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและการพลังงาน มีหน่วยงานในสังกัด 2 หน่วยงาน ซึ่งทำการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก คือ ศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา กรมวิทยาศาสตร์บริการ (วทบ.) และสาขาวิจัยอุตสาหกรรมโลหะและเซรามิก สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (สวทท.)

สรุปการผลิตเครื่องปั้นดินเผาภายใต้ช่วงเวลาต่าง ๆ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันยังเป็นแนวทางให้คนรุ่นปัจจุบันได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์สังคมและวัฒนธรรม โดยผ่านเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งนำความรู้บางประการที่ได้มาประยุกต์ ใช้ในสังคมปัจจุบัน ตามหลักการของการเรียนรู้อดีต เพื่อทำความเข้าใจปัจจุบันและวางแผนสำหรับอนาคต



กล่าวได้ว่า งานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นผลงานที่สร้างสรรค์ขึ้นจากฝีมือของชาวบ้านในชุมชนโดยใช้วัสดุในท้องถิ่น สร้างขึ้นเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน แลกเปลี่ยน ซื้อขาย โดยมีพัฒนาการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ปัจจุบันวัสดุในท้องถิ่นมีน้อยลงมีการนำวัสดุอย่างอื่นเข้ามาเสริมตกแต่งเพิ่มขึ้น งานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านจำแนกออกได้หลายประเภทขึ้นอยู่กับเกณฑ์ในการจำแนกประเภทงานเครื่องปั้นดินเผาเป็นหนึ่งในงานศิลปหัตถกรรมที่ผลิตจากดินเหนียว เป็นหัตถกรรมสำคัญของไทยเป็นปัจจัยสำคัญขั้นพื้นฐานอย่างหนึ่งของการดำรงชีวิตมนุษย์ในสังคมไทยมาแต่บรรพกาลจนถึงปัจจุบัน มีการถ่ายทอดและสั่งสมกรรมวิธีการปั้นให้แก่สมาชิกจนสั่งสมเป็นภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งเป็นเสมือนมรดกทางวัฒนธรรม เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญในการพัฒนาประเทศในยุคปัจจุบัน

2. ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญา

2.1 ความหมายของภูมิปัญญาและภูมิปัญญาท้องถิ่น คำว่า “ภูมิปัญญา” ตรงกับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Wisdom หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ทักษะความเชื่อและศักยภาพในการแก้ปัญหาของมนุษย์ที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นปัจจุบันอย่างไม่ขาดสายและเชื่อมโยงกันทั้งระบบทุกสาขา “ภูมิปัญญาท้องถิ่น” (Local Wisdom) หรือ “ภูมิปัญญาชาวบ้าน” (Popular Wisdom) หรือ “ภูมิปัญญาไทย” (Thai Wisdom) เป็นคำที่รู้จักกันในวงการศึกษาและวัฒนธรรมมานานแล้ว มีผู้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

สำนักคณะกรรมการการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2534 : 52) กล่าวถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) ว่าเป็นความรู้ที่สะสมขึ้นมาจากประสบการณ์ของชีวิต สังคมและในสภาพสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน มีการถ่ายทอดสืบทอดกันมาจนเป็นวัฒนธรรม ซึ่งเราเรียกบุคคลที่ดำเนินงานด้านเหล่านี้ว่า “ปราชญ์ชาวบ้าน” หรือ “ผู้รู้ชาวบ้าน” และองค์ความรู้ที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์นี้เรียกว่า “ภูมิปัญญาชาวบ้าน” หรือ “ภูมิปัญญาท้องถิ่น”

เสรี พงศ์พิศ (2536 : 145) อธิบายว่า ภูมิปัญญาพื้นบ้าน หมายถึง พื้นฐานความรู้ของชาวบ้าน หรือความรู้ของชาวบ้านที่เรียนรู้และมีประสบการณ์สืบทอดกันมา ทั้งทางตรงคือประสบการณ์ด้วยตนเอง หรือทางอ้อม โดยเรียนรู้จากผู้ใหญ่ หรือความรู้สะสมที่สืบทอดกันมา กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ความรู้ที่ชาวบ้านคิดค้นได้เอง เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาทั้งแนวลึก และแนวกว้าง ความรู้เหล่านี้ได้รับการสืบทอดต่อกันมาตามประเพณีของชุมชน ดังนั้นภูมิปัญญาชาวบ้านจึงเป็นเรื่องของการสืบทอดประสบการณ์จากอดีตถึงปัจจุบันที่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง

เอกวิทย์ ณ ถลาง (2540 : 42) ได้ให้ความหมายของภูมิปัญญาว่า หมายถึง ความรู้ความคิด ความเชื่อ ความสามารถ ความชัดเจน ที่กลุ่มชนได้จากประสบการณ์ที่สั่งสมไว้ใน การปรับตัว และดำรงชีพในระบบนิเวศน์ หรือสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมทางสังคม และวัฒนธรรม ที่ได้มีพัฒนาการ สืบสานกันมา ภูมิปัญญาเป็นผลของการใช้สติปัญญาปรับตัวกับสภาวะต่าง ๆ ในพื้นที่ที่กลุ่มชนนั้นตั้งหลักแหล่งถิ่นฐานอยู่และได้แลกเปลี่ยนสังสรรค์ทางวัฒนธรรมกับกลุ่มชนอื่นจากพื้นที่สิ่งแวดล้อมอื่นที่ได้มีการติดต่อสัมพันธ์กัน แล้วรับเอา หรือปรับเปลี่ยน นำมาสร้างประโยชน์ หรือแก้ปัญหาได้ในสิ่งแวดล้อมและบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มชนนั้น ภูมิปัญญาจึงมีทั้งภูมิปัญญาอันเกิดจากประสบการณ์ในพื้นที่ ภูมิปัญญาที่มาจากภายนอกและภูมิปัญญาที่ผลิตใหม่หรือผลิตซ้ำ เพื่อการแก้ปัญหาและปรับตัวให้สอดคล้องกับความจำเป็นและความเปลี่ยนแปลง



ทรงคุณ จันทกร (2549 : 6) ได้ให้ความหมาย ภูมิปัญญาพื้นบ้าน หมายถึง องค์ความรู้และประสบการณ์ของชาวบ้านที่ใช้ในการดำเนินชีวิตให้เป็นสุข ได้รับมาโดยการถ่ายทอด สัมผัสกันมาจากสถาบันของชุมชน รวมทั้งประสบการณ์ตรงของคนในท้องถิ่น

สรุปได้ว่า ภูมิปัญญา ตรงกับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Wisdom หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ทักษะความเชื่อ และศักยภาพในการแก้ปัญหาของมนุษย์ที่สืบทอดกันมาจากอดีต ถึงปัจจุบันอย่างไม่ขาดสายและเชื่อมโยงกันทั้งระบบทุกสาขา ภูมิปัญญาไทย หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ทักษะและเทคนิคการตัดสินใจ ผลงานของบุคคล อันเกิดจากการสะสมองค์ความรู้ ทุกด้านที่ผ่านกระบวนการสืบทอด พัฒนาปรับปรุง และเลือกสรรมาแล้วเป็นอย่างดีสามารถแก้ไข ปัญหา และพัฒนาวิถีชีวิตของคนไทยได้อย่างเหมาะสมกับยุคสมัยส่วนภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือภูมิ ปัญญาชาวบ้านหมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านคิดขึ้นได้เองและนำมาใช้ในการแก้ปัญหา เป็น เทคนิควิธี เป็นองค์ความรู้ของชาวบ้าน ทั้งทางกว้างและทางลึกที่ชาวบ้านคิดเอง ทำเอง โดยอาศัย ศักยภาพที่มีอยู่แก้ปัญหาคำถามในชีวิตในท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสมกับยุคสมัยความเหมือนกันของภูมิ ปัญญาไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ เป็นองค์ความรู้ และเทคนิคที่นำมาใช้ในการแก้ปัญหาและการ ตัดสินใจ ซึ่งได้สืบทอดและเชื่อมโยงมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน

2.2 ความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการถ่ายทอด ประสบการณ์จากรุ่นสู่รุ่นซึ่งถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ที่สืบทอดกันมาเป็นเวลานาน ถ้าขาดการสืบทอด การยอมรับหรือถูกทำลายหายไปของภูมิปัญญาตนเอง จะทำให้คนในท้องถิ่นไม่มีศักดิ์ศรีขาดความ ภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน ดังนั้นภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ กล่าวถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาชาวบ้าน ไว้ดังนี้

ประกอบ ไจมัน (2539 : 84) ได้กล่าวถึงความสำคัญของภูมิปัญญาชาวบ้าน คือ

- 1) ช่วยให้สมาชิกในชุมชน หมู่บ้าน ดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข ช่วยให้สมาชิก ในชุมชน หมู่บ้าน ดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข
- 2) ช่วยสร้างความสมดุลระหว่างคนกับธรรมชาติ แวดล้อม
- 3) ช่วยให้ผู้คนดำรงตนและปรับเปลี่ยนทันต่อความเปลี่ยนแปลง และผลกระทบ อันเกิด จากสังคมภายนอกและ
- 4) เป็นประโยชน์ต่อการทำงานพัฒนาชนบทของเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆ เพื่อที่จะได้กำหนดท่าทีการทำงานให้กลมกลืนกับชาวบ้านมากยิ่งขึ้น

รุ่ง แก้วแดง (2543 : 205) กล่าวถึงความสำคัญของภูมิปัญญาไทยว่า ภูมิปัญญา ไทยได้ช่วยสร้างชาติให้เป็นปึกแผ่น สร้างศักดิ์ศรีและเกียรติภูมิแก่คนไทย ทำให้บรรพบุรุษของเราได้ ดำรงชีวิตอยู่บนผืนแผ่นดินนี้มาอย่างสงบสุขเป็นเวลายาวนาน แม้ว่าภูมิปัญญาส่วนหนึ่งจะสูญหายไป แต่ยังมีบางส่วนหลงเหลือเป็นมรดกอันล้ำค่าอยู่คู่กับสังคมไทยมาโดยตลอด

จตุพร วิศิษฐ์โชติอังกูร (2548 : 1) กล่าวว่า ความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ “ชาติหรือชุมชนที่ดำรงความเป็นชาติ หรือชุมชนมาได้ ย่อมต้องมีภูมิปัญญาแห่งชาติ (Nation Wisdom) หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) อันผ่านการสังเกต ทดลองใช้ คัดเลือก และถ่ายทอดเป็นวัฒนธรรมสืบทอดกันมา การพัฒนาใด ๆ หากขาดการคำนึงถึงภูมิปัญญาแห่งชาติ และภูมิปัญญาท้องถิ่นแล้วการพัฒนานั้น ๆ อาจทำให้เสียสมดุลในชีวิตและสังคม”



ยุพา ทรัพย์ไรรัตน์ (2537 : 21) กล่าวว่า ภูมิปัญญาชาวบ้านเกิดจากการสั่งสมความรู้ประสบการณ์ที่ได้รับถ่ายทอดจากบุคคลและสถาบันต่าง ๆ โดยมีอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมและศาสนา เกี่ยวข้องอยู่ด้วยและมีวัฒนธรรมเป็นพื้นฐานภูมิปัญญา ภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นสิ่งที่มีความมีการปฏิบัติโดยผู้คนในชุมชนนั้น

จากความสำคัญที่กล่าวมา สรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความสำคัญ เป็นมรดกที่บรรพบุรุษในอดีตได้สั่งสม สร้างสรรค์ สืบทอดภูมิปัญญามาอย่างต่อเนื่อง สืบสานเรื่องราวอันทรงคุณค่ามากมาย ส่งผลให้คนในชาติเกิดความรักความภาคภูมิใจและร่วมแรงร่วมใจสืบสานต่อกันมาและต่อไปในอนาคต ภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงเป็นสิ่งที่มีความค่าและมีความสำคัญยิ่ง สำหรับผ้าทอไทครั้งก็เช่นเดียวกันซึ่งเป็นมรดกทางภูมิปัญญาที่ตกทอดจากบรรพบุรุษอันทรงคุณค่าและสำคัญยิ่งของลูกหลานชาวไทยครั้ง มาเป็นเวลาหลายร้อยปีมาแล้ว มีการบอกผ่านเรื่องราวต่าง ๆ ในอดีตของชาติพันธุ์ไทครั้ง ด้วยการทอลงบนผืนผ้าด้วยฝีมืออันประณีต วิจิตรบรรจง

2.3 ลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นเรื่องราวการสืบทอดประสบการณ์จากอดีตถึงปัจจุบัน ที่มีลักษณะของความสัมพันธ์ภายในท้องถิ่น ที่มีความหลากหลายทางภูมิปัญญาแต่ไม่แตกต่างกันมากนัก ซึ่งมีหลายท่านได้กล่าวถึงลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ดังนี้

เสรี พงศ์พิศ (2536 : 145) กล่าวว่า ภูมิปัญญา มี 2 ลักษณะคือ 1) มีลักษณะเป็นนามธรรม เป็นโลกทัศน์ ชีวทัศน์ เป็นปรัชญาในการดำเนินชีวิตเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการเกิด แก่ เจ็บตาย คุณค่าและความหมายของทุกสิ่งในชีวิตประจำวัน 2) มีลักษณะเป็นรูปธรรม เกี่ยวกับเรื่องเฉพาะด้านต่าง ๆ เช่น การทำมาหากิน การเกษตร หัตถกรรม ศิลปะ ดนตรี และอื่น ๆ

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2535 : 25) ได้กล่าวถึงลักษณะภูมิปัญญาท้องถิ่น ไว้ดังนี้

1. ภูมิปัญญา เป็นความรู้เกี่ยวกับเรื่องใด ๆ หรือหน่วยสังคมใด ๆ เป็นข้อมูลเป็นเนื้อหาสาระเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ เช่น ความรู้เกี่ยวกับครอบครัว ความรู้เกี่ยวกับมนุษย์ เกี่ยวกับผู้หญิง ผู้ชาย ประเภทครอบครัวของสังคมนั้น

2. ภูมิปัญญา เป็นความเชื่อเกี่ยวกับเรื่องใด ๆ ของสังคมนั้น เช่นมีความเชื่อแต่ยังไม่มีข้อพิสูจน์ยืนยันว่าถูกต้องได้ ยกตัวอย่าง เรื่องนรก สวรรค์ ตายแล้วไปไหน เป็นต้น

3. ภูมิปัญญา คือ ความสามารถหรือแนวทางในการแก้ปัญหา หรือป้องกันปัญหาเกี่ยวกับหน่วยสังคมหนึ่งสังคมใด ตัวอย่างครอบครัว เช่น ความสามารถในการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นในครอบครัว

4. ภูมิปัญญาทางวัตถุในหน่วยสังคมใด ๆ ตัวอย่าง เช่น เครื่องใช้สอยต่าง ๆ ในครอบครัว ทำให้ครอบครัวมีความสะอาด สะดวกสบายตามสภาพ เป็นต้น

พรชัย กาพันธ์ (2545 : 5-6) กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นสะสมกันมาจากประสบการณ์ของชีวิต สังคมและในสภาพแวดล้อมที่ต่างกันไป และถ่ายทอดสืบทอดกันมาเป็นวัฒนธรรม วัฒนธรรมชุมชนจึงเป็นทรัพยากรอันมีคุณค่ามหาศาลของสังคมตลอดจนประเทศชาติ ที่ต้องได้รับการดูแลเอาใจใส่และหวงแหน มีลักษณะสำคัญ 4 ประการ คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีวัฒนธรรมเป็นฐาน ไม่ใช่วิทยาศาสตร์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีบูรณาการ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความเชื่อมโยงไปสู่ขนานธรรมที่ลึกซึ้งสูงส่งและภูมิปัญญาท้องถิ่นเน้นความสำคัญของจริยธรรมมากกว่าวัตถุธรรม



สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2540 : 1) ได้กล่าวถึง ลักษณะสำคัญของ ภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ ดังนี้ 1) เป็นเรื่องเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ ความเชื่อ และพฤติกรรม 2) แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่าง คนกับคน คนกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ ลักษณะภูมิปัญญาที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม จะแสดงออกมาใน ลักษณะภูมิปัญญาในการดำเนินชีวิตขั้นพื้นฐาน ด้านปัจจัยสี่ การบริหารจัดการองค์กร ตลอดจนการ ประกอบอาชีพต่าง ๆ เป็นต้น ภูมิปัญญาที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคนอื่นในสังคม จะแสดงออกมาในลักษณะจารีต ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปะและนันทนาการ ภาษาและ วรรณกรรม ตลอดจนการสื่อสารต่าง ๆ ภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงมีลักษณะเป็นองค์รวม หรือกิจกรรมทุกอย่างในวิถีชีวิต เป็นเรื่องของการแก้ปัญหา การจัดการ การปรับตัว การเรียนรู้ เพื่อความอยู่รอด ของบุคคล ชุมชนและสังคม เป็นแกนหลักหรือกระบวนการทัศน์ในการมองชีวิต เป็นพื้นฐานความรู้ในเรื่อง ต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อการปรับสมดุลในพัฒนาการทางสังคมตลอดเวลาและมีลักษณะเฉพาะ หรือมีเอกลักษณ์ในตัวเอง

จากแนวคิดดังกล่าว สรุปได้ว่า ภูมิปัญญา มี 2 ลักษณะคือ เป็นรูปธรรม ได้แก่ วัตถุการกระทำทั้งหลาย เช่น การเกษตร หัตถกรรม ศิลปะ ดนตรี ฯลฯ และเป็นนามธรรม คือ ความรู้ ความเชื่อหรือแนวทางในการแก้ปัญหาและป้องกันปัญหา รวมทั้งการสร้างความสุขให้กับ ชีวิตมนุษย์ ภูมิปัญญาไทยมีลักษณะเป็นทั้งความรู้ทักษะ ความเชื่อ และพฤติกรรม แสดงถึง ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ เป็นองค์รวม หรือกิจกรรมทุกอย่างในวิถีชีวิตของคน เป็นเรื่องของการแก้ปัญหา การจัดการ การปรับตัว และการ เรียนรู้เพื่อความอยู่รอดของบุคคล ชุมชน และสังคม ภูมิปัญญาไทยเป็นพื้นฐานสำคัญในการมองชีวิต เป็นพื้นฐานความรู้ในเรื่องต่างๆ มีลักษณะเฉพาะหรือมีเอกลักษณ์ในตัวเองและมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อ การปรับสมดุลในพัฒนาการทางสังคม

2.4 ประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่น

อังกูล สมคะเนย์ (2535 : 37) ได้จำแนกภูมิปัญญาชาวบ้านออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 เรื่องเกี่ยวกับ คติ ความคิด ความเชื่อ ภาษาและหลักการที่เป็น พื้นฐานขององค์แห่งความรู้ที่เกิดจากการสั่งสมถ่ายทอดกันมา คติ ความคิด ความเชื่อ ภาษาและ หลักการที่เป็นพื้นฐานขององค์ความรู้ที่ปรากฏให้เห็นได้ในปัจจุบัน ทั้งที่เป็นการประกอบพิธีกรรม การปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์และการใช้แรงงานของตนเอง รวมถึงการหาผลผลิตต่างๆที่มีอยู่ในธรรมชาติ มาใช้ประโยชน์เพื่อการยังชีพ ประกอบกับความเชื่อทางศาสนา ได้เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องด้วย คติ คำคม สุภาษิต คำพังเพย นิทานหรือตำนานพื้นบ้าน คติธรรมคำสอนทางศาสนา ปรัชญาคำทาย ต่างๆ ภาษาถิ่นหรือภาษาพื้นบ้าน

กลุ่มที่ 2 เรื่องของศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมและประเพณี ศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมและประเพณี จะเป็นตัวชี้ที่สำคัญต่อการแสดงออกถึงภูมิปัญญาชาวบ้าน แต่ละหมู่บ้านต่อการดำเนินชีวิต ซึ่งก็คือผลงานหรือกิจกรรมที่เกิด จากความคิดของชาวบ้านที่แสดงให้เห็นคุณค่าแห่งการดำเนินชีวิต วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ที่ได้รับการถ่ายทอดสืบต่อกันมาเฉพาะกลุ่มชน หรือท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งเป็นการแสดงถึงความเจริญงอกงามและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของกลุ่มชน หรือท้องถิ่นนั้น ๆ ได้แก่ การละเล่นพื้นบ้าน เพลงพื้นบ้านประเภทต่าง ๆ ศิลปะการแสดง เช่น



หนังตะลุง มโนราห์ ศิลปะด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุของท้องถิ่น ขนบธรรมเนียมประเพณีหรือ วัฒนธรรมท้องถิ่น

กลุ่มที่ 3 เรื่องของการประกอบอาชีพในแต่ละท้องถิ่น ในอดีตวิถีชีวิตของคนไทย มีความเป็นอยู่โดยธรรมชาติ ทำมาหาเลี้ยงชีพด้วยการเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ จับสัตว์น้ำโดยใช้เครื่องมือ ที่ประดิษฐ์เอง ในการประกอบอาชีพนั้นเป็นการทำเพื่อให้มีอยู่มีกิน โดยที่ไม่จำเป็นต้องอาศัยปัจจัย จากภายนอกมาเป็นตัวกำหนดในการผลิต แต่ปัจจุบันวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปมาก ซึ่งเป็นผลมาจากการมุ่งเน้นพัฒนาประเทศ เพื่อเปลี่ยนแปลงจากประเทศเกษตรกรรมเป็นประเทศ อุตสาหกรรมใหม่ ทำให้ระบบการผลิตของชาวบ้านได้รับผลกระทบไปด้วย จึงก่อให้เกิดความล้มเหลว ทางเศรษฐกิจในชนบทอย่างรุนแรง ผลจากความล้มเหลวที่เกิดขึ้น จึงได้มีกลุ่มบุคคลหนึ่งนำไปใช้เป็น บทเรียน เกิดเป็นแนวความคิดการพึ่งพาตนเองและการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันในชนบท จึงได้มีการริเริ่ม ฟันฟูทรัพยากรในท้องถิ่นพร้อมปรับสภาพการดำเนินชีวิตที่เคยถูกรับจำกัดด้วยระบบธุรกิจการค้า กลับมาสู่อาชีพเกษตรกรรมดั้งเดิม เพื่อความอยู่รอดโดยอาศัยความสมดุลทางธรรมชาติ กลุ่มบุคคล เหล่านี้จึงเป็นผู้ที่สมควรได้รับการยกย่องและนำเอาหลักการ ความรู้ แนวคิดและประสบการณ์ไป ถ่ายทอดให้กับอนุชนรุ่นต่อไปได้แก่ การทำเครื่องมือจับสัตว์น้ำ งานจักสานจากไม้ไผ่ งานจักสานจาก เตยปาหนัน งานจักสานจากหวาย งานประดิษฐ์สิ่งของจากเปลือกหอยแตก การจัดทำผ้าบาติกและ การเขียนลายผ้าบาติก

กลุ่มที่ 4 เรื่องของแนวความคิด หลักปฏิบัติและเทคโนโลยีชาวบ้าน จากสภาพ เศรษฐกิจและสังคมของประเทศได้เปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรกรรมไปสู่สังคมอุตสาหกรรม ส่งผลให้ การดำเนินชีวิตเปลี่ยนไป เพื่อให้สามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข จึงได้มีบุคคลนำแนวความรู้ และหลักการที่เคยปฏิบัติกันมา นำมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อเพิ่มผลผลิตหรือประกอบ กิจกรรมในการดำเนินชีวิตในครอบครัวและท้องถิ่น ซึ่งนับว่าบุคคลเหล่านี้เป็นภูมิปัญญาอีกกลุ่มหนึ่ง ที่มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาตนเองและช่วยเหลือสังคมได้แก่ การทำไร่นาสวนผสม ตามแนว เกษตรทฤษฎีใหม่ การแปรรูปอาหาร การประดิษฐ์ดอกไม้โดยใช้วัสดุในท้องถิ่น การนำสมุนไพรเพื่อใช้ รักษาโรค การถนอมอาหาร

รัตน์ บัสนธ์ (2535 : 57) ได้จำแนกภูมิปัญญาท้องถิ่นออกเป็น 3 ประเภท คือ ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการจัดความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ ภูมิปัญญาเกี่ยวกับระบบสังคมหรือ การจัดความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์และภูมิปัญญาเกี่ยวกับระบบการผลิตหรือการประกอบ อาชีพมีลักษณะมุ่งเน้นระบบการผลิตเพื่อพึ่งพาตนเอง

รุ่ง แก้วแดง (2543 : 206-208) ได้แยกประเภทภูมิปัญญาไทยไว้ 11 สาขา ดังนี้

1. สาขาเกษตรกรรม หมายถึง ความสามารถในการผสมผสานองค์ความรู้ ทักษะ และเทคนิคด้านการเกษตรกับเทคโนโลยี โดยการพัฒนามาบนพื้นฐานคุณค่าดั้งเดิม ซึ่งคน สามารถพึ่งพาตนเองในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้
2. สาขาอุตสาหกรรมและหัตถกรรม หมายถึง การรู้จักประยุกต์ใช้เทคโนโลยี สมัยใหม่ในการแปรรูปผลผลิต เพื่อชะลอการนำเข้าตลาด เพื่อแก้ปัญหาด้านการบริโภคอย่างปลอดภัย ประหยัด และเป็นธรรม
3. สาขาแพทย์แผนไทย หมายถึง ความสามารถในการจัดการป้องกันและรักษา สุขภาพของคนในชุมชน โดยเน้นให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองทางด้านสุขภาพและอนามัยได้



4. สาขาการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หมายถึง ความสามารถในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งการอนุรักษ์ การพัฒนา การใช้ประโยชน์ จากคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน

5. สาขากองทุนและธุรกิจชุมชน หมายถึง ความสามารถในการบริหารจัดการด้านการสะสมและบริการกองทุน และธุรกิจชุมชน ทั้งที่เป็นเงินตราและโภคทรัพย์ เพื่อเสริมชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกในชุมชน

6. สาขาสวัสดิการ หมายถึง ความสามารถในการจัดสวัสดิการในการประกันคุณภาพชีวิตของคนให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม

7. สาขาศิลปกรรม หมายถึง ความสามารถในการผลิตผลงานทางด้านศิลปะ สาขา ต่าง ๆ เช่น จิตรกรรม ประติมากรรม วรรณกรรม ทัศนศิลป์ คีตศิลป์ เป็นต้น

8. สาขาการจัดการองค์กร หมายถึง ความสามารถในการบริหารจัดการดำเนินงานองค์กรชุมชนต่าง ๆ ให้สามารถพัฒนาและบริหารองค์กรของตนเองได้ตามบทบาทหน้าที่ขององค์กร เช่น การจัดการองค์กรของกลุ่มแม่บ้าน เป็นต้น

9. สาขาภาษาและวรรณกรรม หมายถึง ความสามารถในการผลิตผลงานเกี่ยวกับภาษาทั้งภาษาถิ่น ภาษาโบราณ ภาษาไทยและการใช้ภาษา ตลอดทั้งด้านวรรณกรรมทุกประเภท

10. สาขาศาสนาและประเพณี หมายถึง ความสามารถในการประยุกต์และปรับใช้หลักธรรม คำสอนทางศาสนา ความเชื่อและประเพณีดั้งเดิมที่มีคุณค่าให้เหมาะสมต่อการประพฤติปฏิบัติให้บังเกิดผลดีต่อบุคคลและสิ่งแวดล้อม เช่น การถ่ายทอดหลักธรรมทางศาสนา การบวชป่า การประยุกต์ประเพณีบุญประเพณีข้าว เป็นต้น

11. สาขาการศึกษา หมายถึง ความสามารถในการถ่ายทอดการอบรมเลี้ยงดู การบ่มเพาะ การสอนสั่ง การสร้างสื่อ และอุปกรณ์การวัดความสำเร็จ

โดยสรุป ลักษณะและประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่นคือ มีลักษณะเป็นรูปธรรมและนามธรรม อันเกิดจากการสั่งสมความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับจากการถ่ายทอดจากบุคคลและสถาบันต่าง ๆ ในท้องถิ่น โดยมีวัฒนธรรมเป็นพื้นฐานจะมีลักษณะจำกัเฉพาะถิ่น มีความเป็นสากล มุ่งการมีชีวิตอยู่ร่วมกับธรรมชาติและมีความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตกับชีวิต หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางจึงเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นสาขาอุตสาหกรรมและหัตถกรรม

สรุปได้ว่าภูมิปัญญา ตรงกับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Wisdom หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ความเชื่อและศักยภาพในการแก้ปัญหาของมนุษย์ที่สืบทอดกันมาจากอดีตถึงปัจจุบันอย่างไม่ขาดสายและเชื่อมโยงกันทั้งระบบทุกสาขา ภูมิปัญญาไทย หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ทักษะและเทคนิคการตัดสินใจ ผลิตผลงานของบุคคล อันเกิดจากการสะสมองค์ความรู้ทุกด้านที่ผ่านกระบวนการสืบทอด พัฒนาปรับปรุง และเลือกสรรมาแล้วเป็นอย่างดีสามารถแก้ไข ปัญหาและพัฒนาวิถีชีวิตของคนไทย ส่วนภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือภูมิปัญญาชาวบ้านหมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านคิดขึ้นได้เองและนำมาใช้ในการแก้ปัญหา เป็นเทคนิควิธี เป็นองค์ความรู้ของชาวบ้าน ทั้งทางกว้างและทางลึกที่ชาวบ้านคิดเอง ทำเอง โดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่แก้ปัญหาการดำเนินชีวิตในท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย ภูมิปัญญามีลักษณะทั้งเป็นรูปธรรมและนามธรรม



มีลักษณะเป็นทั้งความรู้ทักษะ ความเชื่อ และพฤติกรรม แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ เป็นองค์รวมหรือกิจกรรมทุกอย่างในวิถีชีวิตของคน เป็นเรื่องของการแก้ปัญหา การจัดการ การปรับตัว และการเรียนรู้เพื่อความอยู่รอดของบุคคล ชุมชนและสังคม

3. ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง

3.1 ลักษณะสำคัญ

สุรัตน์ บัวหิรัญ (2555 : สัมภาษณ์) กล่าวถึงลักษณะของศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญในภาคกลางว่า มีลักษณะทางศิลปะในเชิงรูปแบบลวดลายสะท้อนให้เห็นความเชื่อ ค่านิยม เอกลักษณ์และกฎเกณฑ์ที่ปรากฏอยู่ในตัววัตถุนั้น จะเห็นได้จากเครื่องปั้นดินเผาหม้อน้ำลายวิจิตรหรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “เนิง” เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึก ใช้ได้ประโยชน์และเป็นเครื่องประดับบ้านที่งดงามอีกแบบหนึ่ง มีการทำลวดลายอย่างประณีต สวยงาม หม้อน้ำลายของชาวไทยรามัญ แยกออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนฝา ส่วนลำตัว และส่วนฐาน แต่ละส่วนมีรูปแบบมากมายเหมาะแก่การเคลื่อนย้ายได้ง่าย สลักลวดลายวิจิตรงดงามอย่างมีเสน่ห์ผิดกับหม้อน้ำอื่น ๆ

ดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 หม้อน้ำลายวิจิตร แยกชิ้นส่วนได้ 3 ส่วน

สวนศรี ศรีแพงพงษ์ (2534 : 63) กล่าวถึงศิลปหัตถกรรม เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญในภาคกลางว่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผาเป็นอาชีพหลักอย่างหนึ่งของชุมชนไทยรามัญในภาคกลาง โดยเฉพาะในชุมชนชาวไทยรามัญ เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เริ่มแรกมีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาเป็นอาชีพที่สำคัญ และเป็นอาชีพหลักการผลิตเครื่องปั้นดินเผา เริ่มตั้งแต่เข้ามาอยู่

ประเทศไทยสมัยพระเจ้ากรุงธนบุรี ปัจจุบันดินสำหรับในการปั้นมีน้อยลง ผู้ผลิตจึงต้องหาซื้อดินจากแหล่งอื่น เช่น ตำบลสามโคก จังหวัดปทุมธานี เป็นแหล่งดินสำหรับการปั้นแหล่งใหญ่แห่งหนึ่งของภาคกลางสำหรับกรรมวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา คือ เริ่มจากการเตรียมดิน นำดินมาหมักแล้วเหยียบย่ำด้วยเท้าให้ทั่วเพื่อให้ดินเก่ากับใหม่เข้ากันและแน่นเป็นเนื้อเดียวกัน ลักษณะรูปแบบเครื่องปั้นดินเผามีอยู่หลายประเภทตามชนิดของผลิตภัณฑ์และลักษณะของรูปแบบที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นโดยช่างปั้นในแต่ละสมัย เครื่องปั้นดินเผาทุกชนิดที่ผลิตขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้เป็นเวลานาน มีความทนทานและสวยงาม ถือได้ว่าเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย งามอยู่ในภาคกลางประเภทหนึ่ง แต่ครั้งอดีตเพื่อใช้ในการชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ยังปั้นเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึก และของประดับสวนหย่อม ประดับบ้าน ฯลฯ การผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่มีความสวยงาม คือ โคมไฟ ประเภทแกะสลักลวดลาย หมอน้ำลายวิจิตร อันเป็นเอกลักษณ์ของเครื่องปั้นดินเผาไทยงามอยู่ในภาคกลาง ซึ่งได้มีการอนุรักษ์และส่งเสริมให้มีการผลิตมากขึ้นเพื่อสืบทอดงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นอาชีพหลักทำรายได้ให้แก่ครอบครัว วัสดุอุปกรณ์การทำศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผากรรมวิธีในการทำศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาประกอบด้วย วัตถุดิบ อุปกรณ์เครื่องมือ และส่วนประกอบเป็นสำคัญ ซึ่งในแต่ละพื้นที่ก็จะมีเทคโนโลยีการผลิตที่แตกต่างกันออกไป

3.2 วัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์การปั้น

พิศาล บุญผูก (2543 : 18) กล่าวถึงวัสดุอุปกรณ์ที่สำคัญในการทำหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผามีดังนี้

1) วัตถุดิบ

ดิน ต้องเป็นดินเหนียวที่ไม่มีวัชพืชหรือกรวดทรายปนดินที่เหมาะสมในการทำเครื่องปั้นบ้านเกาะเกร็ด คือ ดินบนเกาะเกร็ด ลักษณะดินเหนียวที่ดีคือ มีความเหนียวเมื่อนำมาผสมกับน้ำอย่างพอเหมาะสมควรแล้ว สามารถนำมาปั้นหรือขึ้นรูปตามต้องการได้ โดยธรรมชาติดินที่มีความเหนียวมาก สกปรกได้ง่ายเนื้อดินมักละเอียด เมื่อจับต้องจะนุ่มมือและเมื่อถูกน้ำจะลื่นมือ มีสีดำหรือมีสีนวลปนเหลือง เนื้อดินจับกันเป็นก้อนแน่นไม่ร่วนซุยไม่มีเศษวัชพืช ไม่มีกรวดทราย เนื้อดินปั้นนี้เมื่อผสมน้ำและนวดจะมีความนุ่มและเหนียวมากเหมาะในการใช้ปั้น ในเนื้อดินจะมีธาตุเหล็กผสมอยู่เล็กน้อย เมื่อเผาแล้วจึงมีสีแดง แต่ถ้าเผาในอุณหภูมิสูงแร่เหล็กในดินจะหลอมละลายเป็นน้ำเคลือบ (Iron Oxide) โดยจะเคลือบเครื่องปั้นที่เผาให้มีสีเข้ม ดังภาพประกอบ 3





ภาพประกอบ 3 ดินที่เหมาะสมในการทำเครื่องปั้นดินเผา

ทราย สำหรับผสมเนื้อดิน เพื่อเพิ่มความแกร่งของเครื่องปั้น ลดการหดตัวของดินทรายที่ดีจะต้องเป็นทรายละเอียด เวลาใช้ต้องร่อนเอาเศษผงกรวดต่าง ๆ ออกให้หมด ทรายในแม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณตำบลบางพูด อำเภอบางกรี่ เป็นทรายที่มีคุณภาพดี ทรายนอกจากใช้ผสมกับดินดังกล่าวแล้ว ยังต้องใช้สำหรับโรยบนกระดานรองปั้นไม่ให้เครื่องปั้นติดกระดาน หรือโรยบนพื้นโรงปั้นป้องกันไม่ให้ดินติดพื้นโรงปั้นในขณะเหยียบดินหรือขณะใช้ควาย่อดินบนพื้นโรงปั้น

ฟืน สำหรับใช้เผาเครื่องปั้น แต่เดิมใช้ฟืนไม้เบญจพรรณ และเมื่อต้องการให้ไฟแรงใช้ไม้ตาตุ่ม ซึ่งมีมากแถบชายทะเลจังหวัดสมุทรสาคร และบ้านบางกระดี เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันใช้เศษไม้จากโรงเลื่อย เรียกว่า ฟืนหลา เพราะคิดราคาไม้ฟืนตามขนาดความยาวเป็นหลา (แต่ต่อมาคิดเป็นลำเรือ) และทางมะพร้าวแห้งสำหรับเร่งให้ไฟแรงแทนไม้ตาตุ่ม

2) อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญในภาคกลาง การทำเครื่องปั้นดินเผา ช่างปั้นจะใช้เครื่องมือที่สำคัญ ดังนี้

(1) แป้น มอญเรียกว่า “เป็งโม” เป็นอุปกรณ์สำคัญสำหรับขึ้นรูปภาชนะดินเผาทำจากท่อนไม้ขนาดใหญ่ แต่งเป็นรูปครึ่งวงกลม รูปร่างคล้ายลูกข้าง ด้านบนตัดแบนราบมีไม้แผ่นกลมแบนเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 50-60 เซนติเมตรอยู่ด้านบนจึงดูเหมือนลูกข้างที่มีไม้กลมแบนวางอยู่ด้านบน ด้านล่างคว้านเป็นรูปกลม เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 10 เซนติเมตร ลึกประมาณ 30 - 40 เซนติเมตร

การตั้งแป้นต้องขุดดินเป็นหลุมให้มีขนาดใหญ่กว่าตัวแป้นเล็กน้อย ตรงกลางหลุมมีหลักไม้ปักแน่นอยู่ในดิน หลักนี้ทำจากไม้เนื้อแข็ง ต้องปักให้ตั้งตรงที่สุดฝังแน่นอยู่ในกลางหลุมที่ขุด เมื่อนำแป้นมาสวมในหลักสวมแล้วแป้นหมุนได้คล่องตัวได้สมดุลไม่ส่ายคลอนเมื่อสวมได้ที่แล้ว ตัวแป้นทั้งหมดจะลอยตัวอยู่ในหลุมแป้นนั้น เวลาหมุนแป้นจะไม่ครูดส่วนใดส่วนหนึ่งของหลุม

ขอบด้านบนของแป้นจะลอยตัวสูงกว่าระดับพื้นดินประมาณฝ่ามือ ต่อมามีการนำลูกป็นมาใส่ในแป้น จึงทำให้การหมุนของแป้นได้ดีขึ้นลม ส่วนบนของแป้นเป็นแผ่นไม้กลมแบนเหนือไม้กลมแบนนี้จะมีแท่นดินรูปทรงกระบอกสูงประมาณ 1 คืบ วางติดแน่นอยู่กึ่งกลางของแผ่นไม้กลม ส่วนบนของแท่นดินนี้มีไม้กลมแบนเส้นผ่าศูนย์กลางเท่ากับเส้นผ่าของแท่นดินวางอยู่ด้วย เวลาปั่นจะปั่นบนแท่นดินทรงกระบอกนี้ การให้แป้นสวมอยู่กับหลักไม้ที่ฝังแน่นกลางหลุม และให้แป้นอยู่ในหลุมเช่นนี้ช่วยทำให้แป้นอยู่ในลักษณะที่มั่นคงยิ่งขึ้น และสะดวกเวลาปั่นและหมุนแป้น เพราะแป้นจะอยู่ในระดับพอเหมาะกับการทำงาน

(2) กระดานรองแป้น มอญเรียกว่า “ฮะตา” การปั่นภาชนะขนาดใหญ่ เช่น โอ่ง อ่าง จะต้องปั่นบนกระดานรอง เป็นแผ่นไม้รูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสขนาด 40 x 40 เซนติเมตร เวลาปั่นข้างปั่นจะนำกระดานรองไปวางบนแท่นดินบนแป้นและปั่นบนกระดานรองนี้ ที่ต้องใช้กระดานรองเพื่อสะดวกในการหมุนแป้นและสะดวกเวลายกเครื่องปั่นออกจากแป้น จะยกไปทิ้งแผ่นกระดาน แต่ถ้าเป็นการปั่นเครื่องปั่นขนาดเล็ก เช่น ครก กระปุก ฯลฯ จะปั่นบนแท่นดินบนแป้นไม้ใช้กระดานรองเมื่อปั่นเสร็จแต่ละใบใช้ลวดหรือเชือกเส้นเล็ก ตัดเครื่องปั่นที่ปั่นนั้นออกจากแท่นดินบนแป้น

(3) ผ้า ในขณะที่ปั่นเครื่องปั่นข้างปั่นจะใช้ผ้าเปียกน้ำจับดิน ผ้าที่ใช้เป็นผ้าดิบมีขนาดใหญ่กว่าผ้าเช็ดหน้าเล็กน้อย มาพับทบกันเป็นผืนเล็กยาวให้มีส่วนกว้างประมาณ 7 เซนติเมตร ยาวประมาณ 30 เซนติเมตร เวลาต้องจุ่มน้ำให้ผ้าเปียกอยู่เสมอ การใช้ผ้าจับเวลาปั่นจะทำให้ผิวของเครื่องปั่นเรียบร้อยไม่เป็นคลื่นเป็นรอยมือ และทำให้การจับดินขึ้นรูปสะดวกเพราะผ้าลื่น ลดการเสียดสีของดินและมือได้อย่างดี ช่วยทำให้การปั่นทำได้รวดเร็วขึ้นด้วย

(4) อ่างน้ำ ขณะปั่นต้องมีอ่างน้ำขนาดเล็ก 1 ใบ อยู่ด้านขวามือของข้างปั่น ข้างปั่นจะใช้ผ้าจุ่มน้ำให้เปียกอยู่ตลอดเวลาที่ปั่น และใช้ล้างมือเมื่อดินติดมือ

(5) ไม้วง มอญเรียกว่า “เละว่าง” ทำด้วยผิวไม้ไผ่แบนขัดเป็นวงกลม เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 10 เซนติเมตร ใช้สำหรับขูดแต่งผิวเครื่องปั่นภายนอกขณะปั่น

(6) หอยกาบ มอญเรียกว่า “กะนาวหรืออะนะฮ์” เป็นผาหอยกาบน้ำจืดขนาดใหญ่ ประมาณฝ่ามือ เป็นหอย 2 ผา ต้องเลือกผาที่มีลักษณะจุ่มไม้แบน เวลาจับให้ส่วนโค้งของกาบอยู่ในอุ้งมือ ผาหอยตาจั่วจะดีกว่าหอยกาบอื่น ๆ มีมากในแม่น้ำเจ้าพระยาตอนเหนือ หอยกาบนี้ใช้ขูดแต่งผนังภายในให้เรียบร้อยขณะปั่น การใช้หอยกาบและใช้ไม้วงนี้ ข้างปั่นจะใช้พร้อมกันเพื่อแต่งภายนอกและภายในของภาชนะขณะปั่น (โอ่ง) มือขวาจับไม้วง มือซ้ายจับหอยกาบ ขณะหมุนแป้น ข้างปั่นจะใช้เครื่องสองมือทั้งสองแต่งเครื่องปั่นโดยวางน้ำหนักมือทั้งสองข้างให้เท่ากัน พร้อมขูดดินแต่งผนังเครื่องปั่นทั้งภายในและภายนอกประคองน้ำหนักมือให้พอดี ไม่ให้ผนังของโอ่งโป่งออกมาเกินไปหรือยุบเข้าจนเสียทรง

(7) ไม้ปลายแหลม มอญเรียกว่า “เมื่อยะจี” เป็นไม้กลม ยาวประมาณ 80 เซนติเมตร ปลายเรียวแหลม ใช้สำหรับแต่งส่วนล่างของเครื่องปั่น แหว่งดินส่วนเกินรอบนอกของก้นเครื่องปั่นให้กลมเรียบ แต่งผนังของเครื่องปั่นให้เรียบร้อยยิ่งขึ้น

(8) ลวดหรือเชือกตัดดิน มอญเรียกว่า “เจ็ก” เป็นเส้นลวดหรือเส้นด้ายขนาดเล็กใช้สำหรับตัดเครื่องปั่นขนาดใหญ่ เช่น ครก ฝาโอ่ง กระปุกน้ำตาล ที่ไม่ต้องใช้กระดานรอง ขณะปั่นออกจากตั่งแป้น ความยาวของเส้นลวดหรือเส้นด้ายนี้ ประมาณ 30 เซนติเมตร

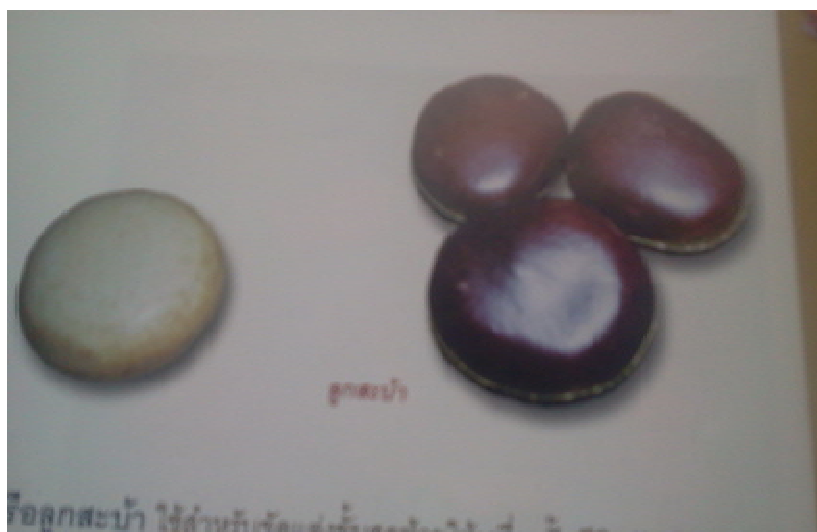


(9) กระจาดวางดินที่ใช้ปั้น มอญเรียกว่า “ ฮะตาจ๊ะห์ด้อย ” เป็นแผ่น กระจาดขนาดใหญ่รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ยาวประมาณ 1 วา กว้าง 2 ศอก วางอยู่ด้านซ้ายมือ ของช่างปั้น เมื่อเตรียมดินที่ทำเป็นก้อนกลมยาวที่เรียกว่ากลอน และก้อนดินกลมที่เรียกว่าลูกตาล เสร็จพร้อมที่จะใช้ปั้นได้ ดินเหล่านั้นจะนำมาวางไว้บนกระจาดวางดินนี้

(10) เหล็กหรือไม้ชุด มอญเรียกว่า “ ปะชอยกะห์ ” หรือ เละห์กะห์ ถ้าเป็นเหล็กนิยมใช้เหล็กกลานนาฬิกาที่เสียแล้วถ้าเป็นไม้จะใช้เปลือกไม้ไผ่ เหลาให้แบนยาวประมาณ 20 เซนติเมตรเสี้ยนสองด้านให้แบนเรียบคล้ายมีด้ามคม ใช้สำหรับชุดส่วนกันและผิวภายนอก ของเครื่องปั้นให้เรียบร้อย

(11) กะลา มอญเรียกว่า “ เนยะ ” เป็นกะลามะพร้าวขนาดไม่ใหญ่ขนาดเท่า อุ้งมือจับได้ แต่มีความหนาตัดแต่งขอบให้เรียบเป็นมัน ใช้สำหรับขัดแต่งและเคลาผิวของเครื่องปั้น ขนาดใหญ่ เช่น โอ่ง ให้มีผิวมันเรียบ

(12) หินขัด หรือลูกสะบ้า ใช้สำหรับขัดแต่งชิ้นสุดท้ายให้เครื่องปั้นมีผิวมัน เป็นเงางามและเรียบเสมอกัน หินที่ใช้ต้องใช้หินก้อนกลมเกลี้ยง ผิวเรียบเป็นมัน ส่วนใหญ่เป็นก้อนหิน ที่มีอยู่ ตามชายฝั่งทะเล หรือแม่น้ำต่าง ๆ มอญเรียกว่า “ เม้าะห์ ” ส่วนลูกสะบ้า มอญเรียกว่า “ เมียะ ฮะห์นึห์ ” เป็นผลของลูกสะบ้า ซึ่งมีผิวมัน แข็งและมีน้ำหนักเบาเหมาะมือ สำหรับใช้ขัดแต่ง ผิวเครื่องปั้นมันงามได้ดีมาก เครื่องปั้นขนาดเล็ก ต้องใช้หินขัดขนาดเล็ก ขัดแต่งผิวจะสะดวก และง่ายต่อการขัดแต่งและทำให้ผิวเครื่องปั้นมันงามดีมาก ดังภาพประกอบ 4



ภาพประกอบ 4 หินขัด ลูกสะบ้า

(13) ตีดิน หรือหินทุทำด้วยหินเฆารูปก้อนกลม ด้านล่างแบน ด้านบนมีที่จับ ใช้ตีดินในส่วนที่เป็นก้นภายในของเครื่องปั้นขนาดใหญ่ เช่น โอ่ง หรืออ่าง ให้แน่นเรียบ และใช้แต่ง อ่างขนาดใหญ่ให้ผนังมีความโค้งและผิวเรียบ รูปร่างของที่ตีดินนี้คล้ายลูกตุ้ม ส่วนล่างแบน



(14) ไม้สลักทำด้วยเปลือกหินหรือผิวไม้ไผ่ ใช้สำหรับสลักลายเครื่องปั้น ผิวไม้ไผ่นำมาทำไม้สลักใช้ได้ดีกว่าไม้อื่นๆ เพราะผิวไม้ไผ่ไม่มีเสี้ยนเหมือนไม้อื่น ๆ เมื่อมาแต่งปลายให้คมและแบนจะเหมือนปลายมีดสลักแล้วลายจะคมชัด

(15) มีดตัดดิน เป็นมีดปลายแหลมขนาดเล็ก สำหรับฉลุลายเครื่องปั้นดินเผาที่สวยงามยิ่งขึ้น

(16) แม่พิมพ์ทำลวดลาย ตัวแม่พิมพ์ทำด้วยไม้หนามทองหลางป่า ซึ่งเป็นไม้ที่มีคุณสมบัติพิเศษ เนื้อไม้อ่อน ไม่มีเสี้ยนใช้แกะเป็นแม่พิมพ์ ลวดลายได้ดี แกะลายได้ง่ายและลายมีความคมชัด เพิ่มความสวยงาม เวลากดพิมพ์บนเครื่องปั้นแม่พิมพ์ไม่ดูดดิน เมื่อนำมากดลายต่าง ๆ ตามตำแหน่งที่ต้องการบนเครื่องปั้น เพิ่มความสวยงามให้แก่เครื่องปั้นได้เป็นอย่างดีต้นทองหลางหนามหรือทองหลางป่า มีขึ้นอยู่ทั่วไปบนเกาะเกร็ด ตามลำต้นจะมีหนามแหลมตลอดลำต้น ซึ่งต่างกับทองหลางบ้าน ที่ไม่มีหนามที่มีอายุกว่า 50 ปี จะมีหนามขนาดใหญ่ ใช้มีดฉาจากต้น ใช้เฉพาะส่วนโคนของหนามนำมาทำแม่พิมพ์ลายเครื่องปั้น ดังภาพประกอบ 5



ภาพประกอบ 5 พิมพ์ทำลวดลายทำด้วยไม้ทองหลางป่า

(17) พลั่วไม้ สำหรับแซะดินให้เป็นแผ่นบาง ๆ ก่อนนำมาปั้น รูปร่างคล้ายพายด้ามสั้น ตัวพลั่วทำ ด้วยไม้แผ่นรูปสี่เหลี่ยมขนาด 30 x 40 เซนติเมตร ด้ามยาวประมาณ 70 เซนติเมตรที่ปลายด้ามมีไม้ท่อนยาวประมาณ 30 เซนติเมตร สวมติดขวางเหมือนหัวตะปู เวลาแซะดินให้ไม้ท่อนที่สวมปลายพลั่วนั้นยันไว้ที่รักแร้ แล้วโน้มตัวแซะดินไปข้างหน้าให้น้ำหนักตัวรวมลงไปในไม้พลั่วแซะดิน ทำให้การแซะดินเร็วขึ้น สะดวกไม่เหนื่อยมาก ดังภาพประกอบ 6



ภาพประกอบ 6 พลับไม้สำหรับแชะดินและไม้ปลายแหลมสำหรับแต่งเครื่องปั้นดินเผา

(18) ทรายละเอียดหรือซี่เถ้าละเอียดสำหรับโรยบนกระดานรองเมื่อปั้นเครื่องปั้นขนาดใหญ่ เช่น โอง อ่าง เป็นต้น ก่อนปั้นต้องใช้ทรายโรยบนกระดาน เพื่อมิให้ก้นของเครื่องปั้นติดกระดาน จะใช้ซี่เถ้าที่ป่นละเอียดก็ได้

โรงปั้นเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญ เนื่องจากการทำเครื่องปั้นเป็นอุตสาหกรรมและผลิตเครื่องปั้นที่มีขนาดใหญ่จนถึงขนาดเล็กจำนวนมาก ดังนั้น โรงปั้นเครื่องปั้นของไทยรามัญจึงต้องสร้างเป็นโรงปั้นที่มีขนาดใหญ่เป็นอาคารหลังคาสูงแหลมรูปสาม เหลี่ยมหน้าจั่ว ความสูงประมาณ 15 เมตร ยาวประมาณ 60 เมตร ชายคาเกือบจรดพื้นดิน หลังคาจะลาดลงจนชายคาเกือบถึงพื้นดังกล่าว ด้านหน้าและด้านหลังปิดทึบ มีประตูเข้าออกด้านหน้า ที่ต้องสร้างขนาดใหญ่เพราะต้องเก็บดินไว้เป็นกองขนาดใหญ่ในโรงปั้น รวมทั้งเครื่องปั้นทุกอย่างจะเก็บไว้อย่างดีภายในโรงปั้นนี้ด้วย หลังคาและผนังด้านหน้าหลังคามุงจากทั้งหมด

เอ็ด ภิรมย์ (2548 : 31) กล่าวถึงการทำโรงปั้นเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญไว้ว่า การทำหลังคาโรงปั้นดินเผาลาดลงเกือบถึงพื้นและใช้จากทั้งหมด เพื่อป้องกันมิให้ลมโกรกภายใน ดังนั้นอากาศภายในจึงไม่ร้อนและไม่มีลมแรง เหมาะสำหรับเก็บเครื่องปั้นที่ยังไม่ได้เผาป้องกันการแตกร้าวได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะเครื่องปั้นที่มีขนาดใหญ่และหนาซึ่งต้องเก็บไว้เป็นอย่างดีมิให้ถูกลมหรือความร้อนที่อาจทำให้แตกร้าวเสียหายได้ และดินที่ใช้ปั้นต้องดูแลรักษาให้มีความชื้นอยู่ตลอดเวลา จึงต้องเก็บไว้ในโรงปั้นที่มีลักษณะดังกล่าวนี้ โรงปั้นเครื่องปั้นแบ่งพื้นที่ภายในโรงปั้นเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นที่ตั้งกองดินขนาดใหญ่ หลังจากใช้คนหรือควายย่ำจนเหนียวและมีดินมากพอที่จะใช้ปั้นในรอบหนึ่งปี ส่วนที่สอง เป็นบริเวณจัดเตรียมดินสำหรับใช้ในแต่ละวัน และเป็นที่ตั้งแป้นและการปั้นเครื่องปั้นต่างๆ รวมทั้งการขัดแต่งเครื่องปั้น บริเวณส่วนที่สองนี้จะอยู่ด้านหน้าของโรงปั้นและที่ตั้งแป้นอยู่ด้านหน้าใกล้ประตูทางเข้า ส่วนที่สาม เป็นที่เก็บเครื่องปั้นที่ผ่านการขัดแต่งเพื่อบ่มให้แห้งและรอการเผา



การตกแต่งหลังการปั้น

เมื่อเครื่องปั้นมาดีแล้ว ต้องแต่งผิวภายนอกและภายในให้เรียบร้อย ให้กะลาหรือหินขัดหรือลูกสะบ้าขัดก็ได้ ส่วนกันของเครื่องปั้นต้องชุบแต่งให้เรียบร้อยด้วยเชือกกัน ใช้ใบตองแห้งคลุมให้มิด ปล่อยไว้ให้แห้งสนิทจึงนำไปเผาในเตาได้

การสลักลายเครื่องปั้น

ถ้าเครื่องปั้นนั้นเป็นประเภทที่ต้องตกแต่งเป็นพิเศษ ช่างปั้นจะต้องสลักลวดลายต่างๆ อย่างวิจิตรบรรจงตามความสามารถของช่าง ซึ่งมีวิธีการตกแต่ง ดังนี้

- 1) การสลักด้วยไม้สลัก
- 2) การฉลุและตัดดินด้วยมีดปลายแหลมให้ลายเด่นขึ้นหรือฉลุโปร่ง
- 3) การทำลวดลายด้วยไม้หนามทองหลางป่าที่เป็นแบบของลายต่าง ๆ

ให้ลายนูนเด่นชัด

- 4) การตีลายหรือกดลายลงบนเนื้อดิน
- 5) การแปะติดลายต่าง ๆ
- 6) การตัดดินให้ลายเด่นชัดขึ้นด้วยมีด แต่ไม่ฉลุโปร่ง

ลายที่แต่งเครื่องปั้นมี 4 ประเภท ตามลักษณะของวิธีการแต่งลาย คือ

- 1) ลายที่เกิดจากการขีดหรือสลัก
- 2) ลายที่เกิดจากการตัดดินหรือฉลุโปร่ง
- 3) ลายที่เกิดจากการกดหรือตีให้เนื้อดินนูนหรือต่ำลง
- 4) ลายที่เกิดจากการแปะติด

ลายที่ตกแต่งบนเครื่องปั้น เป็นลายแบบมอญ มีดังต่อไปนี้

- 1) ลายกลีบบัว มอญเรียก “กาวฮะฮ์”
- 2) ลายเครือเถา
- 3) ลายดอกไม้ต่าง ๆ เช่น ดอกพิกุล ดอกรัก ดอกขจร เป็นต้น
- 4) ลายสร้อยคอ
- 5) ลายใบไม้
- 6) ลายเทพพนม
- 7) ลายรูปสัตว์ (แต่ไม่ค่อยนิยมทำเพราะมอญถือในเรื่องทำรูปคน รูปตุ๊กตา

รูปสัตว์ หรือรูปเทพพนม)

- 8) ลายพวงมาลัย
- 9) ลายไขปลา
- 10) ลายพวงดอกไม้
- 11) ลายพุ่มะยม

ลายกลีบบัวจะเป็นลายหลักของลายเครื่องปั้นดินเผาอมูเกะเกร็ด โดยสลักเป็นลายต่าง ๆ ในกลีบบัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งลายที่ไหล่ของโอ่งหรือที่ขาของ แต่รายละเอียดในลายกลีบบัวนั้นจะยกย้ายตกแต่งตามความสามารถของช่าง

เครื่องปั้นประเภทสวยงามนี้ส่วนใหญ่ เป็นหม้อน้ำ มอญเรียก “เนิง” ซึ่งมีรูปทรงและลายสลัก การตกแต่งแตกต่างกันหลายแบบ รูปทรงที่นิยมทำกัน คือ



- จังหวัดนนทบุรี
- 1) ทรงหมอน้ำลวดลายวิจิตร (กันกลม คอสูง) ซึ่งเป็นต้นแบบของตราประจำ
 - 2) ทรงกันกลมคอสั้น
 - 3) ทรงโองสลักเอวใหญ่
 - 4) ทรงโองสลักเอวคอด
 - 5) ทรงโองสลักทรงสูง เอวคอด (หรือโองก๊อก เพราะนิยมนำเอาก๊อกน้ำมาติดไว้ในภายหลัง)
 - 6) ทรงขวดโหล
 - 7) ทรงฟักทองคอสั้น
 - 8) ทรงฟักทองคอสูง
 - 9) ทรงมะยม
 - 10) ทรงกระบอก
 - 11) ทรงกระบอกปากผาย (ทรงโกศ)
 - 12) ทรงตลกอื่น ๆ
 - 13) ทรงกลมเป็นรูปตัวสัตว์ (ไก่ นก)

3.3 ภูมิปัญญา ความเชื่อ พิธีกรรมเกี่ยวกับการทำเครื่องปั้นดินเผา

พิศาล บุญผูก (2553 : 109) พูดถึงวัฒนธรรมของชาวไทยรามัญลุ่มเจ้าพระยาในการปั้นเครื่องปั้นดินเผายังมีความเชื่อในเรื่องของพิธีกรรม พบได้จากการนำเครื่องปั้นดินเผาเข้าเตาเผา มีพิธีเช่นไหว้เตานำอาหารคาวหวาน ผลไม้ รูปเทียนและทองใบทำพิธีก่อนนำเครื่องปั้นดินเผาเข้าเตาเผา ความเชื่อของการปั้นโองน้ำนิยมทำชารองและแกะลายใต้โองน้ำเนื่องจากว่าชารองโองช่วยทำให้มีการระบายอากาศใต้โองน้ำทำให้น้ำเย็นได้เป็นอย่างดีและเชื่อเชื่อเพลิงในการเผาเครื่องปั้นดินเผาถ้าจะให้เครื่องปั้นมีสีดินสวยงามสีเสมอกันต้องใช้ไม้พินก้านมะพร้าวแห้งจะทำให้มีสีสดใสมันเงา

อริสา รามโกมุท (2551 : 159) พูดถึงความเชื่อ พิธีกรรมของไทย-รามัญยังมีความเชื่อในเรื่องของพิธีกรรม คือการเซ่นไหว้เตา ที่ใช้ในการเผาเครื่องปั้นดินเผา การบูชาเตาในวันที่เปิดปากเตาหรือวันที่จะเอาเครื่องปั้นดินเผาเข้าเตา พอเริ่มใส่ไฟขึ้น ต้องทำพิธีไหว้เตา ด้วยการนำดอกไม้ รูปเทียนและทองคำเปลวมาไหว้เตา แล้วปักรูปเทียนที่บริเวณเหนือช่องไฟชั้นบนที่ได้ทำช่องไว้ นอกจากนี้ต้องเตรียมอาหารไว้ด้วย อาหารที่เตรียมไว้เพื่อบูชาเตาต้องทำจากข้าวคลุกกล้วยกับงา แล้วใส่ในกระทงหรือใบตองทั้ง 7 ใบ มีรูป เทียน เพื่อทำพิธีบูชา ในการบูชาเตาผู้ไหว้เตาจะนำอาหารใส่ถาดมาวางใกล้ปากเตาที่ช่องใส่ฟืนหลังจากนั้นทุกเย็นต้องจุดรูป เทียน ไหว้เตา เมื่อไฟแรงและเปิดช่องไฟชั้นบนไว้ การทำพิธีเช่นเตานี้ต้องจัดเครื่องไหว้มา 2 ถาด ถาดแรกเป็นเสื้อผ้า ซึ่งมักเป็นเสื้อผ้าของบรรพบุรุษที่ลูกหลานเก็บไว้ และดอกไม้รูปเทียน ทองคำเปลว น้ำอบ แป้ง ส่วนถาดที่ 2 เป็นถาดอาหารแบ่งใส่ใบตองไว้ 5-7 ใบ มีกล้วยน้ำว้า ขนมน้ำตาล หรือ ข้าวต้มมัด ขนมน้ำตาล ข้าว ไข่ต้มและน้ำ เมื่อจะทำพิธีจะต้องนำผ้าไปพาดไว้ที่เตา นำดอกไม้รูปเทียนไปบูชาตรงช่องที่ทำไว้บริเวณปากหูข้าง 2 ข้างเตารวมถึงบริเวณปากเตา พร้อมทั้งประพรมน้ำอบเจิมแป้งที่เตา ประเพณีในการบูชาและเซ่นไหว้สืบเนื่องมาจากความรู้สึกที่ไม่สบายใจ กังวลใจในกรณีที่เครื่องปั้นดินเผาที่ตนลงทุนไปมากมายนั้นเกิดการเสียหายขึ้นซึ่งเมื่อได้ทำพิธีบูชาการเซ่นไหว้เตาแล้ว อาจทำให้ลดความกังวลวิตกลงนั้นไปได้บ้างและนอกจากนั้นยังเป็นการสืบสานวัฒนธรรมเคารพนับถือผีของบรรพบุรุษ



การเชิญเสื่อผ้าของบรรพบุรุษมาทำพิธีไหว้เตา ก็เพื่อขออำนาจของบรรพบุรุษที่ตนเคารพนับถือนั้นช่วยมาจัดสิ่งที่ไม่ดีหรือไม่ต้องการออกไปจากชีวิตตนเอง นั้นยังช่วยทำให้เครื่องปั้นดินเผานั้นออกมามีคุณภาพดีและขายได้ราคาดีมาก โดยไม่มีอุปสรรคต่าง ๆ ในการทำงานผลิตหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา

สรุป ความเชื่อ พิธีกรรม เป็นองค์ความรู้ สติปัญญาของชาวบ้านคิดได้เองสามารถทำเองได้และนำมาใช้ในการแก้ปัญหา โดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่แก้ปัญหาการดำเนินวิถีชีวิตได้ในท้องถิ่น เข้ากับสถานการณ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันได้อย่างทันสมัย ชาวบ้านเหล่านี้ถ่ายทอดความรู้จากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งตลอดมา ด้วยวิธีการต่างๆที่แตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมของแต่ละท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยอาศัยศรัทธาทางศาสนา ความเชื่อต่าง ๆ รวมทั้งความเชื่อบรรพบุรุษเป็นพื้นฐานในการถ่ายทอดเรียนรู้สืบทอดกันมา จากบรรพบุรุษในอดีตถึงลูกหลานในปัจจุบัน

กล่าวโดยสรุป ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญในภาคกลาง มีลักษณะทางศิลปะในเชิงรูปแบบลวดลายสะท้อนให้เห็นความเชื่อ ค่านิยม เอกลักษณ์และกฎเกณฑ์ที่ปรากฏอยู่ในตัววัตถุ จะเห็นได้จากเครื่องปั้นดินเผา หม้อน้ำลายวิจิตรหรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “เนิง” เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึก ใช้ได้ประโยชน์และเป็นเครื่องประดับบ้านทั้งงดงามอีกแบบหนึ่ง มีการทำลวดลายอย่างประณีต สวยงาม หม้อน้ำของชาวไทยรามัญ แยกออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนฝา ส่วนลำตัว และส่วนฐาน แต่ละส่วนมีรูปแบบมากมายเหมาะแก่การเคลื่อนย้ายได้ง่าย สลักลวดลายวิจิตรงดงามอย่างมีเสน่ห์ผิดกับหม้อน้ำอื่น

นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

กระทรวงวัฒนธรรม (2550 : 103-107) กำหนดไว้ในแผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ 2550 – 2559 (2550 : 103-107) ได้เชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 กับยุทธศาสตร์ของแผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ ในเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติ และท้องถิ่นให้เกิดคุณค่ามูลค่าเพื่อสร้างสังคมไทยให้เข้มแข็ง ไว้ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ มีแนวทางดังนี้

1.1 จัดการความรู้ด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและความหลากหลายทางชีวภาพ โดยการสืบค้น ถอดความรู้ ภูมิปัญญาที่อยู่ในตัวคนออกเป็นความรู้ที่ผู้อื่นสามารถเรียนรู้ รวบรวม จัดเป็นคลังข้อมูลชุมชน นำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชุมชน ค้ำครองความรู้มีให้ตกไปอยู่กับกลุ่มผลประโยชน์

1.2 นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน จัดการทรัพยากรธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์และบริการ

1.3 ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น องค์ความรู้ที่มีอยู่และองค์ความรู้ใหม่ มาพลิกฟื้นแหล่งอาหารตามธรรมชาติให้เพียงพอกับการดำรงชีวิต



2. ยุทธศาสตร์สร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ

2.1 วัตถุประสงค์ พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและคุณภาพชีวิตบนฐานความเข้มแข็งของชุมชนและการใช้ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม และทุนทางทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีคุณภาพ เพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน ลดรายจ่าย สร้างรายได้ และแก้ปัญหาความยากจนอย่างบูรณาการ

2.2 เป้าหมาย ให้ชุมชนอยู่เย็นเป็นสุข มีคุณภาพในการดำรงชีวิตภายใต้ศักยภาพของฐานทรัพยากรและวัฒนธรรมที่ดำรงในชุมชน มีวิธีการดังนี้

2.2.1 จัดการองค์ความรู้และระบบการเรียนรู้ของชุมชนอย่างครบวงจร โดยพัฒนาฐานข้อมูลชุมชนให้เป็นระบบและปรับให้ทันสมัยอยู่เสมอ อาทิ การสืบค้นประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และวัฒนธรรมชุมชน บริหารจัดการชุมชนเข้มแข็ง แนวทางในการจัดการความรู้ดังนี้

1) ส่งเสริมให้ปราชญ์ กลุ่มแกนนำและผู้รู้ ถ่ายทอดความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านการเรียนรู้และการจัดการความรู้ในชุมชน โดยเชื่อมโยงความหลากหลายทางชีวภาพและความหลากหลายทางวัฒนธรรมกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่จริง

2) สนับสนุนการจัดการองค์ความรู้และการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่สอดคล้องกับความหลากหลายของทุนในชุมชน โดยสนับสนุนบทบาทนักวิจัยท้องถิ่นร่วมกับนักวิจัยของสถาบันการศึกษาในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่ผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

2.2.2 สร้างภูมิคุ้มกันให้กับชุมชนพร้อมเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต สร้างระบบความสัมพันธ์แบบพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันของชุมชน และระหว่างชุมชนอย่างเท่าเทียมกันด้วยบริบททางศาสนาและวัฒนธรรมชุมชน บริหารจัดการชุมชนเข้มแข็ง

1) สร้างค่านิยมครอบครัวอบอุ่นผ่านบทบาทชายหญิง การจัดการกิจกรรมเชื่อมโยงบทบาทครอบครัว สถานศึกษา และสถาบันศาสนาอย่างสม่ำเสมอ

2) สร้างประชาคมสุขภาพของชุมชนเพื่อประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างความมั่นคงทางอาหาร

2.2.3 การสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน อนุรักษ์และส่งเสริมภาคการผลิตและบริการในการเคลื่อนย้ายเครื่องจักรหรือบางส่วน ไปสร้างอาชีพและการจ้างงานในท้องถิ่นและพื้นที่ห่างไกลมีการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นและแกนนำ ผู้นำชุมชนอย่างต่อเนื่องโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิตดั้งเดิม โดยสนับสนุนการนำภูมิปัญญาไทยและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าและบริการที่มีโอกาสทางการตลาดสูง โดยที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างเข้มแข็ง

3. ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลอย่างยั่งยืน มีแนวทางการปรับโครงสร้างการผลิต เพื่อเพิ่มผลผลิต คุณภาพ และคุณค่าของสินค้าและบริการดังนี้

3.1 สนับสนุนการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทย รวมทั้งความหลากหลายทางชีวภาพในการสร้างมูลค่าสินค้า (โครงสร้างเกษตร)

3.2 ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อให้สามารถปรับปรุง วิจัย และพัฒนาเทคโนโลยีให้มีศักยภาพสูงขึ้น เพื่อสร้างความพิเศษและแตกต่าง (โครงสร้างอุตสาหกรรม)



3.3 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และการเสริมสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย เพื่อสร้างสินค้าท่องเที่ยวใหม่ๆ รวมทั้งการปรับโครงสร้างของภาคบริการ

3.4 สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างรัฐ ภาคเอกชนและองค์กรชุมชนในท้องถิ่น เพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

3.5 นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนา เพื่อสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ

4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบฐานความหลากหลายทางชีวภาพและการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ดังนี้

4.1 พัฒนาระบบข้อมูลและสร้างองค์ความรู้ โดยสนับสนุนการวิจัยร่วมระหว่างภาควิชาการกับชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมชุมชน การรักษาระบบทรัพยากรและความสมดุลของระบบนิเวศ

4.2 เสริมสร้างศักยภาพและบทบาทของชุมชนในการดูแลฟื้นฟูฐานทรัพยากรชุมชนท้องถิ่นรวมทั้งถ่ายทอดยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากรร่วมกับความรู้สมัยใหม่

4.3 ส่งเสริมการวิจัย พัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสะอาด เทคโนโลยีวัสดุและนาโนเทคโนโลยีโดยดำเนินการร่วมกับภาคเอกชนที่จะเป็นผู้นำความรู้ไปใช้ในเชิงพาณิชย์ และชุมชนที่มีองค์ความรู้หรือภูมิปัญญาดั้งเดิมให้ต่อยอดและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยเฉพาะในภาคการเกษตรที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่มาก

4.4 ส่งเสริมการใช้วัฒนธรรม ประเพณี การดำรงชีวิตตามวิถีไทย เพื่อปลูกฝังค่านิยมการบริโภคอย่างพอเพียงและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

4.5 พัฒนาระบบฐานข้อมูล วางระบบการจัดการฐานข้อมูลและสร้างศูนย์ข้อมูลระดับชาติด้านความหลากหลายทางชีวภาพ โดยมีรายละเอียดของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง พัฒนาคุณค่าความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น

4.6 การสร้างองค์ความรู้และบุคลากร สร้างระบบการเรียนรู้และจิตสำนึกของชุมชนให้ตระหนักถึงคุณค่าความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น จัดทำหลักสูตรถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้สืบทอดอย่างเป็นระบบใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างความตื่นตัว ความห่วงแหนภูมิปัญญาไทย

4.7 ส่งเสริมการวิจัยพัฒนาที่ผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับองค์ความรู้ใหม่

4.8 สร้างกลไกการตอบสนองผลประโยชน์แก่ชุมชนที่เป็นเจ้าของพันธุกรรมและภูมิปัญญาเมื่อมีการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์

4.9 สร้างตลาดท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการพัฒนาภูมิปัญญาจนสามารถเริ่มสร้างนวัตกรรมสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า โดยความร่วมมือจากเครือข่าย และการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเหมาะสมแล้วจึงยกระดับให้สูงขึ้น

4.10 สร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น

4.11 ใช้ระดับเทคโนโลยีที่เหมาะสมเชื่อมโยงกับศักยภาพของภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างนวัตกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศจากฐานความเข้มแข็งภายใน



4.12 สร้างค่านิยมและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่เป็นจุดแข็งของประเทศโดยใช้สุขภาพเป็นจุดเริ่มต้นสร้างกระแสเพื่อเชื่อมโยงกับฐานเศรษฐกิจ ทรัพยากร ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของสังคมไทย โดยส่งเสริมให้คนรุ่นหลังสนใจภูมิปัญญาไทยมากขึ้น เผยแพร่ข้อมูลความรู้ เพื่อสร้างแรงขับเคลื่อนอุปสงค์ที่ก่อให้เกิดการขยายจากระดับประเทศไปสู่การแข่งขัน

สรุป ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงนำนโยบายแผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ 2550 – 2559 มาปรับใช้ในการวิจัย เรื่องศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้กระบวนการการพัฒนาเศรษฐกิจ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดคุณค่าและมูลค่าเป็นการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาที่เข้มแข็งมีคุณภาพมาตรฐานสูงขึ้น ในด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งจะส่งผลดีต่อชุมชนไทยรามัญภาคกลาง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวคิดพื้นฐานในการวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วย ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ ทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์ แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ แนวคิดการจัดการ 4p และแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ (Structural – Functional Theory)

1.1 ความเป็นมา ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ (Structural – Functional Theory) เป็นทฤษฎีทางสังคมวิทยา (sociology) เป็นศาสตร์ที่ ออกุสต์ คองต์ (Auguste Comte) นำมาใช้เชื่อมรวมศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับมนุษย์ทั้งหมด มีลักษณะร่วมสมัยกับความคิดในคริสต์ศตวรรษที่ 18 กล่าวคือ เขาเชื่อว่าวิวัฒนาการทางสังคมจะมีลักษณะเป็นลำดับขั้น และถ้าเข้าใจลำดับกระบวนการนี้ได้ ก็จะสามารถชี้ทางแก้ปัญหาสังคมได้ ทฤษฎีโครงสร้าง – หน้าที่ เป็นผลมาจากการนำเอาแนวความคิดทางด้านชีววิทยามาใช้ โดยอุปมาว่า โครงสร้างของสังคมเป็นเสมือนร่างกายที่ประกอบไปด้วยเซลล์ต่าง ๆ และมองว่า หน้าที่ของสังคมก็คือ การทำหน้าที่ของอวัยวะส่วนต่างๆ ของร่างกาย โดยแต่ละส่วนจะช่วยเหลือและเกื้อกูลซึ่งกันและกันเพื่อให้ระบบทั้งระบบมีชีวิตดำรงอยู่ได้ เจ้าของแนวคิดที่สำคัญในกลุ่มทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ ประกอบด้วย Durkheim (ค.ศ. 1858 – 1917) Alfred Reginald, Radcliffe – Brown (ค.ศ. 1881 – 1951) Bronislaw Malinowski (Emile ค.ศ. 1884 – 1942) Talcott Parsons (ค.ศ. 1902 – 1979) Robert K. Merton (ค.ศ. 1910 – 2003) เป็นทฤษฎีทางสังคมวิทยา (sociology) โดยที่ Herbert Spencer (สุภาพค์ จันทวานิช. 2552 : 140 ; อ้างอิงมาจาก โคเซอร์, ลิวอิส เอ. 2535 : 6-26) เป็นผู้วางรากฐานความคิดกว้าง ๆ เกี่ยวกับสังคม และคำอธิบายเกี่ยวกับสังคม โดยใช้ความคิดเกี่ยวกับหน้าที่นิยมเป็นหลักในการนำวิชาสังคมวิทยาเข้าสู่วงวิชาการของยุโรปในสมัยนั้น

1.2 หลักการและแนวคิดสำคัญ ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่มีหลักการและแนวคิดสำคัญที่พัฒนาการตามเจ้าของทฤษฎี ดังนี้



1) หน้าที่ของสังคม คือ ส่วนที่สนับสนุนให้สังคมสามารถดำรงอยู่ได้หน้าที่ของสังคม คือ ส่วนที่สนับสนุนให้สังคมสามารถดำรงอยู่ได้ - Durkheim (ค.ศ. 1858 – 1917)

2) หน้าที่ทางสังคม เป็นส่วนสนับสนุนให้โครงสร้างสังคมคงอยู่อย่างต่อเนื่อง เพราะสังคมมีกระบวนการทางสังคมที่ทำให้สังคมเกิดความมั่นคงอันหนึ่งอันเดียวกัน เช่น บรรทัดฐาน ค่านิยม ความเชื่อ วัฒนธรรม และประเพณี - Alfred Reginald, Radcliffe – Brown (ค.ศ. 1881 – 1951) กับ Bronislaw Malinowski (ค.ศ. 1884 – 1942) (จุไรรัตน์ จันทรธำรง. 65-66 ; อ้างอิงมาจาก Radcliffe-Brown. 1952)

3) หน้าที่ทางสังคมประกอบด้วยหน้าที่หลัก (Manifest) หน้าที่รอง (Latent) และหน้าที่ที่ไม่พึงปรารถนา (Dysfunctional) หน้าที่ของบางโครงสร้างของสังคมอาจมีประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ แต่ขณะเดียวกันคนบางส่วนอาจได้รับประโยชน์เพียงน้อยนิดหรืออาจไม่ได้รับผลประโยชน์เลย ซึ่งรวมไปถึงอาจจะมีคนบางกลุ่มหรือบางส่วนของสังคมได้รับผลเสียจากการทำงานของโครงสร้างสังคมนั้นก็ได้ - Robert K. Merton (ค.ศ. 1910 – 2003)

4) สังคมเป็นระบบหนึ่งที่มีส่วนต่างๆ (Part) มีความสัมพันธ์และสนับสนุนซึ่งกันและกัน ความสัมพันธ์ที่คงที่ของแต่ละส่วนจะเป็นปัจจัยทำให้ระบบสังคมเกิดความสมดุล (Equilibrium) การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เกิดจากความสมดุลถูกทำลายลง เพราะองค์ประกอบของสังคมคือ บุคลิกภาพ (Personality) อินทรีย์ (Organism) และวัฒนธรรม (Culture) เกิดความแตกร้าง โดยมีสาเหตุมาจากทั้งสาเหตุภายนอกในระบบสังคม เช่น การเกิดสงคราม การแพร่กระจายของวัฒนธรรม เป็นต้น และสาเหตุจากภายในระบบสังคมที่เกิดจากความตึงเครียด (Strain) เพราะความสัมพันธ์ของโครงสร้างบางหน่วย (Unit) หรือหลายๆ หน่วยทำงานไม่ประสานกัน เช่น การเปลี่ยนแปลงทางประชากร การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เมื่อส่วนใดส่วนหนึ่งมีการเปลี่ยนแปลงจะเป็นสาเหตุทำให้ส่วนอื่นๆ มีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอาจเกิดขึ้นเฉพาะส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งระบบก็ได้ ให้ความสำคัญของวัฒนธรรมในสังคม ซึ่งรวมถึง ความเชื่อ บรรทัดฐาน และค่านิยมของสังคม คือ ตัวยึดเหนี่ยวให้สังคมมีการรวมตัวเข้าด้วยกันและเป็นตัวต้านทานต่อการเปลี่ยนแปลงในสังคม การกระทำระหว่างกัน (Interaction) ระหว่างผู้กระทำ (Actor) สถานการณ์ (Situation) จุดมุ่งหมายหรือจุดประสงค์ (Goals) วิธีการ (Means) และแนวคิดของผู้กระทำ (Actor's Orientation) เริ่มทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ด้วยความจำเป็นทางหน้าที่ 4 ประการ คือ การปรับตัว (Goal Adaptation) การบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment) การบูรณาการ (Integration) และการรักษาแบบแผนเอาไว้ (Latency) -Talcott Parsons (ค.ศ. 1902 – 1979) (สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. 2544 : 68-73 ; อ้างอิงมาจาก Parsons Talcott. 1966)

5) สังคมคือส่วนต่างๆ ที่ประกอบกันขึ้นเป็นมวลรวม เปรียบเหมือนระบบอินทรีย์ของร่างกายมนุษย์ที่ประกอบด้วยกลุ่มก้อนจุลินทรีย์ซึ่งเล็กมาก สังคมเติบโตด้วยกระบวนการสองแบบ แบบแรกคือการพอกพูนของหน่วยต่าง ๆ ตามธรรมชาติในลักษณะวิวัฒนาการ อีกแบบหนึ่งคือการประสานกันของส่วนต่าง ๆ หน่วยต่าง ๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกัน มาก่อน การรวมตัวของกลุ่มต่างๆ ทำให้เกิดความสลับซับซ้อนมากขึ้น ในโครงสร้างสังคมประกอบด้วยสถาบันสังคม มี 6 สถาบัน ซึ่งมีหน้าที่ต่าง ๆ กันไปประกอบด้วย สถาบันครอบครัว สถาบันพิธีกรรม สถาบันการเมือง สถาบันศาสนา สถาบันอาชีพและสถาบันเศรษฐกิจ มีการแบ่งระบบเป็นระบบทาส ระบบศักดินา และ



แรงงาน เสรี เป็นต้น การทำงานในองค์กรให้ประสบความสำเร็จทุกฝ่ายจะต้องทำหน้าที่อย่างประสานสัมพันธ์ซึ่งเปรียบเหมือนการทำงานของสิ่งมีชีวิตทุกส่วนในระบบร่างกายต้องประสานสัมพันธ์กัน เกี่ยวข้องกับงานวิจัยตรงประเด็น คือให้ความสำคัญกับหน้าที่เป็นหลัก โครงสร้างเป็นรอง โดยมองว่า สังคมมีหน้าที่หลายอย่าง แต่ละอย่างก็ต่างปฏิบัติหน้าที่ประสานกันเพื่อความคงอยู่ของสังคม และยึดระบบค่านิยมเป็นแนวในการปฏิบัติหน้าที่ จุดที่สำคัญในการนำเอาทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อให้เห็นว่า เศรษฐกิจชุมชนจะพัฒนาได้ด้วยปัจจัยทางทรัพยากรมนุษย์ องค์กร สังคม ผู้นำ และทุกคนมีหน้าที่ที่จะต้องทำและทำให้มีคุณภาพเพื่อความเจริญงอกงามของตนเอง (สุภากร จันทวานิช. 2552 : 140 ; อ้างอิงมาจาก Koser. 2535 : 6-26)

ข้อสรุป (Assumption) สำคัญของกลุ่มทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ “สังคมทั้งหมดเป็นระบบหนึ่งที่แต่ละส่วนจะมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ความสัมพันธ์ คือสิ่งที่สนับสนุนซึ่งกันและกันอย่าง เป็นเหตุเป็นผล ระบบสังคมเป็นการเคลื่อนไหวเข้าสู่ความสมดุล การปรับความสมดุลของระบบจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในระบบตามไปด้วยความต่อเนื่องของกระบวนการของข่าวสารจากภายใน และภายนอก ความขัดแย้ง ความตึงเครียด และความไม่สงบสุขภายในสังคมก็เป็นสาเหตุหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม” ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ ให้ความสำคัญกับหน้าที่เป็นหลัก โครงสร้างเป็นรอง โดยมองว่าสังคมมีหน้าที่หลายอย่าง แต่ละอย่างก็ต่างปฏิบัติหน้าที่ประสานกันเพื่อความคงอยู่ของสังคม และยึดระบบค่านิยมเป็นแนวในการปฏิบัติหน้าที่ การทำงานในองค์กรให้ประสบความสำเร็จทุกฝ่าย จะต้องทำหน้าที่อย่างประสานสัมพันธ์ซึ่งเปรียบเหมือนการทำงานของสิ่งมีชีวิตทุกส่วนในระบบร่างกาย ต้องประสานสัมพันธ์กัน เกี่ยวข้องกับงานวิจัยตรงประเด็น คือให้ความสำคัญกับหน้าที่เป็นหลัก โครงสร้างเป็นรอง โดยมองว่าสังคมมีหน้าที่หลายอย่าง แต่ละอย่างก็ต่างปฏิบัติหน้าที่ประสานกันเพื่อความคงอยู่ของสังคม และยึดระบบค่านิยมเป็นแนวในการปฏิบัติหน้าที่ จุดที่สำคัญในการนำเอาทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อให้เห็นว่า เศรษฐกิจชุมชนจะพัฒนาได้ด้วยปัจจัยทาง ทรัพยากรมนุษย์ องค์กรสังคม ผู้นำ และทุกคนมีหน้าที่ที่จะต้องทำและทำให้มีคุณภาพเพื่อความเจริญงอกงามของตนเอง

1.3 การนำทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ไปใช้ในการวิจัยโดยใช้เป็นแนวคิดพื้นฐานสำคัญในการวิจัย 3 ประการ ได้แก่ 1) ใช้เป็นแนวคิดในการวิเคราะห์โครงสร้างสังคม บทบาทหน้าที่และความจำเป็นของภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านเครื่องปั้นดินเผาที่มีต่อสังคม 2) ใช้เป็นแนวคิดพื้นฐานในการสังเคราะห์แนวทางและวิธีการในการอนุรักษ์ สืบสานและการใช้ประโยชน์จากศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ 3) ใช้เป็นแนวคิดพื้นฐานในการตรวจสอบผลและอภิปรายผลการวิจัย ทั้งเกี่ยวกับภูมิปัญญา ปัญหาและแนวทางการพัฒนา รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2. ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม

2.1 ความเป็นมา กลุ่มทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม มีกลุ่มนักคิด 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มอังกฤษ นำโดย Smith (1871-1937), Perry (1887-1949) และ Rivers (จูไรธัน จันทรธำรง. 2536 : 50 ; อ้างอิงมาจาก Smith. 1911) กลุ่มวงแหวนวัฒนธรรม หรือกลุ่มเยอรมัน โดยมีนักมานุษยวิทยาที่มีชื่อเสียง 2 ท่าน คือ Graebner (1877-1934) และ



Schmidt (1868-1954) และกลุ่มอเมริกัน นำโดย Boas (1858-1942) (จุไรรัตน์ จันทรธำรง. 52-57 ; อ้างอิงมาจาก Boas. 1963)

2.2 หลักการและแนวคิดสำคัญ

กลุ่มอังกฤษ เสนอว่า สังคมโลกและวัฒนธรรมชนเผ่าดั้งเดิมมีส่วนสัมพันธ์กับ วัฒนธรรมอียิปต์โบราณ เนื่องจากมนุษย์มีการติดต่อระหว่างกันทางภาคพื้นดินและมหาสมุทร ชาวพื้นเมืองบางกลุ่มก็พัฒนาวัฒนธรรมขึ้น หลังจากได้รับอารยธรรมอียิปต์ บางสังคมไม่สามารถ พัฒนาอารยธรรมนั้น ผลก็คือ เกิดความเสื่อมแบบถอยหลังเข้าคลอง หลังจากที่ได้รับอารยธรรมอียิปต์ ทำให้เจริญสูงสุด วัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกัน อธิบายได้จากสายสัมพันธ์เชื่อมโยง ระหว่างความเสื่อมของอารยธรรมอียิปต์และวัฒนธรรมดั้งเดิม

กลุ่มเยอรมัน ได้เสนอวิธีการเก็บข้อมูลเพื่อนำไปสร้างทฤษฎี โดยศึกษาประวัติศาสตร์ ของภูมิภาคต่างๆ ในโลก ดังนี้

1) การแพร่กระจายเกิดจากจุดกำเนิดหลายศูนย์กลาง แต่ละศูนย์กลางจะมี องค์ประกอบวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไปแต่ละกลุ่ม เรียกว่า วงแหวนหนึ่ง เช่น ประกอบด้วยการ เพาะปลูกมัน เสือ ไม้กระดาน ไม้พลอง และการสืบทอดเครือญาติทั้ง ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลง ปรับตัว มีการผสมผสานวัฒนธรรม หรือองค์ประกอบวัฒนธรรมบางอย่างสูญหายไป แต่ละวงแหวน วัฒนธรรมยังคงรักษาคุณภาพอารยธรรมที่ได้รับมาจากศูนย์กลาง และแพร่กระจายไปยังส่วนต่างๆ ของโลก ทำให้นักมานุษยวิทยาสามารถกำหนดเขตวงแหวนวัฒนธรรมได้หลายเขต และนำไปสร้าง ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมได้

2) ในหลายภูมิภาคมนุษย์ได้สร้างศูนย์กลางวงแหวนวัฒนธรรมขึ้น และได้ ถ่ายทอดวัฒนธรรมให้กับชุมชนอื่น ๆ ดังนั้น วัฒนธรรมหนึ่งอาจประกอบด้วยวัฒนธรรมหลายจุด ศูนย์กลาง

3) นักมานุษยวิทยาสามารถวิเคราะห์องค์ประกอบวัฒนธรรม คือ ศึกษาอายุ จุดกำเนิดวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ เป็นการศึกษาวงแหวนวัฒนธรรม ระดับชั้นวัฒนธรรม (Culturak Strata) วัฒนธรรมชั้นสูง หรือวัฒนธรรมปัจจุบัน (Upper Strata) อาจศึกษาจากหลักฐาน โบราณคดีต่าง ๆ สามารถจัดลำดับวงแหวนวัฒนธรรม ศึกษาระดับความสัมพันธ์ระหว่างวงแหวน วัฒนธรรมที่แพร่กระจายออกไป (สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. 2544 : 96-97)

กลุ่มอเมริกัน เห็นว่าส่วนต่าง ๆ ของวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นหม้อใบหนึ่งหรือ พิธีกรรมอย่างหนึ่ง จะต้องถูกเข้าใจโดยพิจารณาถึงวัฒนธรรมทั้งหมด เพราะวัฒนธรรมเป็นระบบที่ ส่วนต่าง ๆ สัมพันธ์กัน เพราะประชากรในสังคมต่าง ๆ ไม่ได้ยอมรับส่วนใหม่ ๆ ของวัฒนธรรมที่ เห็นๆ กันอยู่ เมื่อส่วนต่าง ๆ ของวัฒนธรรมแพร่กระจายจากสังคมหนึ่งไปอีกสังคมหนึ่ง ความหมาย และรูปแบบจะเปลี่ยนแปลงไปด้วย ในที่สุดมันจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของแบบแผนวัฒนธรรมที่มีอยู่ก่อน แล้ว โบแอสให้ความสนใจกับปัจจัยต่าง ๆ ทางจิตวิทยาและประวัติศาสตร์ ที่มีผลทำให้เกิดความ เหมือนหรือความแตกต่างกันในแบบแผนวัฒนธรรมของสังคมเฉพาะแห่ง นอกจากนี้ โบแอสยังเน้น ความสำคัญของการมองวัฒนธรรมเชิงสัมพัทธ์หรือเชิงเปรียบเทียบ คือการไม่นำวัฒนธรรมของตนไป เปรียบเทียบกับวัฒนธรรมอื่น ๆ ต้องยอมรับวัฒนธรรมแต่ละวัฒนธรรมภายใต้บริบทของสังคมนั้น ๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญจำเป็นในงานวิจัยภาคสนามทางมานุษยวิทยาด้วย Clark Wissler (1870-1947) ซึ่ง (จุไรรัตน์ จันทรธำรง. 2557-2558 ; อ้างอิงมาจาก Clark Wissler. 1926) ได้ชี้ให้เห็นว่า



วัฒนธรรมที่อยู่ใกล้กันมักจะมีลักษณะเหมือนกัน และเรียกบริเวณที่มีวัฒนธรรมคล้ายกันว่าเขตวัฒนธรรม (A Culture Area) และยังมีความเชื่อในแง่ที่ว่า วัฒนธรรมจะแพร่กระจายจากจุดศูนย์กลาง (จุดกำเนิด) ไปตามพื้นที่เท่าที่มันจะไปได้ในเขตภูมิศาสตร์เดียวกัน และยุคสมัยใกล้เคียงกัน ทำให้เราเห็นภาพวัฒนธรรมเป็นกลุ่ม ๆ และแพร่กระจายไปทุก ๆ ที่ที่ไม่มีอุปสรรคทางภูมิศาสตร์ขวางกั้นตามสภาพทางภูมิประเทศที่มนุษย์สามารถเดินทางไปถึงได้ ดังนั้น รูปแบบของการกระจายตัวจึงไม่ใช่วงกลม

โดยสรุป ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมนี้ จะช่วยอธิบายวิธีการ ขั้นตอนของการเผยแพร่วัฒนธรรมหนึ่งไปสู่อีกวัฒนธรรมหนึ่ง ซึ่งจะต้องคำนึงถึงข้อเหมือนและข้อต่างของวัฒนธรรมทั้งสองเป็นสำคัญ อาจเปรียบเทียบได้ว่าในปัจจุบันประเทศไทย ผู้คนมักจะรับวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามา และเลือกที่จะนำมาใช้ โดยในบางครั้งไม่ได้มีการปรับประยุกต์ในการใช้ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของเรา และทั้งความเป็นวัฒนธรรมไทยไป โดยเฉพาะเรื่องของเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะพัฒนาและแก้ไขคุณภาพผ้าไทยให้ตรงตามความต้องการและสามารถต่อสู้กับกระแสการแต่งกายของสังคมโลกให้ได้

2.3 การนำทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมไปใช้ในการวิจัย โดยใช้เป็นแนวคิดพื้นฐานสำคัญในการวิจัย 3 ประการ ได้แก่ 1) ใช้เป็นแนวคิดในการวิเคราะห์สภาพของภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผา 2) ใช้เป็นแนวคิดพื้นฐานในการสังเคราะห์แนวทางการผลิต การอนุรักษ์ สืบสาน และการเผยแพร่วัฒนธรรมเครื่องปั้นดินเผาเพื่อเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ 3) ใช้เป็นแนวคิดพื้นฐานในการตรวจสอบผลและอภิปรายผลการวิจัย ทั้งเกี่ยวกับภูมิปัญญา ปัญหาและแนวทางการพัฒนา รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3. ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์

3.1 ความเป็นมา สุนทรียศาสตร์มาจากภาษาสันสกฤตว่า สุนทริยะ แปลว่า งาม และศาสตร์แปลว่า วิชา เมื่อรวมแล้วจึงเป็นวิชาที่ว่าด้วยความงาม เอกชัย สุนทรพงศ์ และคณะ (2529 : 3) ได้ให้ความหมายของความงามว่า เป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจ ความชอบให้แก่จิตนั่นเอง อะไรที่สร้างความพึงพอใจให้แก่จิตไม่ว่าจะผ่านผัสสะหรือทวารใดทวารหนึ่งทั้งห้า ตา หู จมูก ลิ้น กาย ส่วน มัย ตะติยะ (2547 : 10) ได้ให้ความหมายของความงาม ว่าหมายถึงการกำหนดความรู้สึกจากการรับรู้สู่จิตใจตามภาวะที่มีความเหมาะสมกับกาลเทศะตรงความต้องการและรสนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคมนั้น ๆ ดังนั้น ความงามแต่ละยุคแต่ละสมัยย่อมมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสิ่งเหล่านี้ คือ สภาพสังคม ศาสนา วัฒนธรรม สภาพจิตใจ อารมณ์ และความศรัทธาหลักปรัชญาของสุนทรียศาสตร์ ในสุนทรียศาสตร์นั้นมีนักปรัชญาหลายกลุ่ม รวมถึงกลุ่มที่เชื่อว่าความงามนั้นเป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับผู้รับรู้ (subjective) และอีกกลุ่มที่เชื่อว่าความงามนั้นมีค่าที่เที่ยงแท้ (absolute, objective) นอกจากนั้นยังมีนักปรัชญา เช่น Robert Schumann ที่มีความเห็นว่าความงามนั้นจัดได้เป็นสองประเภท คือความงามโดยธรรมชาติ และความงามที่เกิดโดยมนุษย์ ความงามที่เกิดโดยธรรมชาติคือการสัมผัสและรับรู้ถึงสิ่งงามที่ปรากฏในธรรมชาติ แต่ความงามที่เกิดโดยมนุษย์คือสิ่งที่มนุษย์สร้างสรรค์และเข้าไปเกี่ยวข้องในธรรมชาติ ชูมนันยังบอกอีกว่าในศิลปะ มีความงามทั้งสองชนิดปรากฏอยู่ เพียงแต่ความงามโดยธรรมชาติคือความสุนทรีย์ทางอารมณ์ และความงามที่เกิดโดยมนุษย์คือความเข้าใจในผลงานศิลปะชิ้นนั้น



3.2 หลักการและแนวคิดสำคัญ ทฤษฎีความงามเป็นเรื่องที่นักสุนทรียศาสตร์ต่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับตำแหน่งของความงาม หรือว่าความงามอยู่ที่ไหน ความงามนั้นไม่ว่าจะเป็นจิตวิสัยหรือวัตถุวิสัยก็ยังคงเป็นเรื่องที่ให้ความเห็นไม่ตรงกันอยู่นั่นเอง และทัศนะที่แตกต่างกันของนักสุนทรียศาสตร์เหล่านั้นก็ก่อให้เกิดทฤษฎีทางความงามขึ้นหลายทฤษฎี ดังจะยกมาพอสังเขปดังนี้ได้ กล่าวถึงทฤษฎีทางความงามว่ามีความแตกต่างกันไปมี 4 ทฤษฎี

1) ทฤษฎีวัตถุวิสัย ทฤษฎีนี้ถือว่าความงามเป็นคุณสมบัติของวัตถุความงามเป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับวัตถุและติดมากับวัตถุ เป็นสิ่งที่มีความงามในตัวมันเองตลอดไป ไม่ว่าเราจะสนใจมันหรือไม่ก็ตาม เราจะอธิบายความงามได้ต้องอาศัยวัตถุเป็นตัวกลางหรือเป็นเครื่องมือประกอบ การที่เราสนใจในวัตถุมิใช่เป็นการสร้างความงามขึ้นแก่วัตถุ แต่เป็นเพราะเราพบว่าวัตถุนั้นมีความงาม วัตถุมิใช่งามเพราะเราสนใจ แต่เพราะมันงามเราจึงสนใจ

2) ทฤษฎีจิตวิสัย ทฤษฎีนี้ถือว่าความงามเป็นคุณสมบัติของวัตถุนั้นผิด เพราะคุณสมบัติของวัตถุจะคงอยู่อย่างนั้นตลอด แต่ความงามของวัตถุอาจเปลี่ยนไปตามบุคคลหรือกาลสมัย นั่นคือวัตถุเดียวกัน คนอาจเห็นว่างามไม่งามต่างกัน หรือวัตถุเดียวกัน คนเดียวกันอาจเห็นว่างามต่อมาอาจเห็นว่างาม คุณสมบัติของวัตถุจะไม่มี ความหมายไม่มีคุณค่าทางความงาม ถ้าไม่มีความสนใจของบุคคล

3) ทฤษฎีภาวะสัมพันธ์ เห็นว่าวัตถุนั้นไม่มีคุณสมบัติอะไรเลย คุณค่าทางสุนทรียะก็ไม่อาจมีได้เช่นกัน เพราะความงามลอยในอากาศไม่ได้ ต้องเกี่ยวเนื่องกับวัตถุ ความงามไม่ใช่จิตวิสัยโดยสิ้นเชิง และไม่ใช่วัตถุอย่างสิ้นเชิงด้วย แต่เป็นภาวะสัมพันธ์ระหว่างวัตถุกับบุคคลโดยจำเป็น ต้องมีหลักเกณฑ์บางอย่างเป็นเครื่องมือในการพิจารณาด้วย

4) ทฤษฎีปฏิบัติการนิยมใหม่ ทฤษฎีนี้มีความเห็นว่าภาวะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับวัตถุนั้น ไม่ใช่เป็นตัวความงามหรือคุณค่าทางสุนทรียะ แต่ความงามต้องมีตัวประกอบคือ วัตถุ ซึ่งมีคุณสมบัติเฉพาะตัวและอยู่ในที่ที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน เพื่อประโยชน์ต่อการพิจารณาประเมินคุณค่า และคุณค่าทางสุนทรียะก็คือสิ่งที่มีอยู่กับวัตถุนั้นเอง ต้องมีบุคคลที่มีความรู้ความสามารถพอที่จะตีคุณค่าหรือสนใจวัตถุนั้น ต้องมีประสาทสัมผัสที่จำเป็นแกกกิจอย่างสมบูรณ์เพื่อสามารถรับรู้สัมผัสความรู้สึกลึกทางสุนทรียะได้ในอารมณ์ที่เหมาะสม ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่ขัดแย้งกับทฤษฎีอื่น โดยให้เหตุผลว่า คุณค่าทางสุนทรียะนั้นเกิดจากกระบวนการหาคุณค่า มิใช่มีอยู่ก่อนวัตถุที่ว่าสวย เพราะมนุษย์ให้ความสนใจตามความต้องการทางสุนทรียะ โดยอาศัยหลักเกณฑ์บางประการอันเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปเป็นเครื่องตัดสิน

เกณฑ์ตัดสินทางสุนทรียศาสตร์

มุมมองทางศิลปกรรมของแต่ละคนมีความหลากหลายแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับว่าแต่ละคนนั้นมีหลักอะไรที่จะใช้เป็นตัวตั้งในการตัดสิน ซึ่งหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินทางศิลปกรรมนี้เราจะสรุปเป็นกลุ่ม ๆ ได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มที่ใช้ตนเองเป็นตัวตัดสิน กลุ่มนี้ใช้เกณฑ์ตัดสินที่เรียกว่า อัตนัยนิยม (Subjectivism) เป็นกลุ่มที่เชื่อว่า ความรู้ ความจริงและความดีงามทั้งหลายล้วนเป็นสิ่งที่ไม่มีความจริงในตัวเอง หากแต่เป็นเพียงสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเท่านั้น ดังนั้น กฎเกณฑ์ในทางความรู้ ความจริงและความดีงามนี้จึงไม่มีอยู่จริง มนุษย์เท่านั้น ที่มีอยู่จริงและจะเป็นตัวตัดสิน พร้อมทั้งเป็นผู้กำหนดกฎเกณฑ์ต่างๆขึ้นมา มนุษย์แต่ละคนต่างมีมาตรฐานวัดความจริงต่างกันออกไปโดยไม่ขึ้นอยู่กับใครหรือ



สิ่งใด เกณฑ์การตัดสินแบบนี้สามารถทำให้เราเกิดความเชื่อมั่นในตัวเองได้ แต่หากความรู้สึกเชื่อมั่นนี้มีมากเกินไปอาจส่งผลทำให้เราเป็นผู้ที่เห็นแก่ตัวเองแต่ใจตัวเอง ไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น นักสุนทรียศาสตร์ในกลุ่มนี้ที่สำคัญ คือ กลุ่มโซฟิสต์ (Sophist) Hobbs และ Ortega เป็นต้น

2) กลุ่มที่เชื่อว่ามีหลักเกณฑ์ตายตัวที่จะใช้ตัดสินได้ กลุ่มนี้ใช้เกณฑ์ตัดสินที่เรียกว่า วัตถุพิสัยหรือปรัสัย (Objectivism) เป็นกลุ่มที่เชื่อว่ามีเกณฑ์มาตรฐานตายตัวแน่นอนในทางศิลปะ ซึ่งสามารถนำไปตัดสินผลงานได้ในทุกสมัย เกณฑ์มาตรฐานนี้ไม่มีการเปลี่ยนแปลงและไม่ขึ้นอยู่กับความรู้สึกใครหรือศิลปินคนไหน กลุ่มนี้มีความเชื่ออีกว่า สุนทรียธาตุมีอยู่จริง แม้ว่าเราจะเข้าถึงมันไม่ได้ก็ตาม แต่มันก็มีอยู่จริง และด้วยเหตุผลนี้ การที่เราตัดสินศิลปะออกมาไม่เหมือนกันก็เพราะเราแต่ละคนไม่สามารถเข้าถึงสุนทรียธาตุที่แท้จริงได้หรือตัวจริงมาตรฐานนั่นเอง การที่เราจะเข้าถึงเกณฑ์มาตรฐานนี้ได้ นั่น เราจำเป็นต้องฝึกพัฒนาจิตใจให้สมบูรณ์จนสามารถเห็นความงามมาตรฐานได้ บางคนอาจทำสมาธิ บางคนอาจฝึกฝนทางศิลปะจนชำนาญ นักปราชญ์ที่มีความคิดว่าเรามีเกณฑ์วัตถุตายตัว ได้แก่ Plato, Aristotle และ Hegel เป็นต้น

3) กลุ่มที่เชื่อว่ามีหลักเกณฑ์ในการตัดสิน สุนทรียศาสตร์นั้นผันแปรไปกับสภาวะแวดล้อม กลุ่มนี้มีชื่อเรียกเกณฑ์ตัดสินนี้ว่า สัมพัทธพิสัย (Relativism) เป็นกลุ่มที่มีแนวคิดคล้ายกับกลุ่มจิตพิสัย แต่ต่างกันตรงที่กลุ่มสัมพัทธพิสัยนั้นมีความเชื่อว่า กฎเกณฑ์ตัดสินทางสุนทรียศาสตร์นั้นขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อม วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น หรือขึ้นอยู่กับสภาพภูมิประเทศ ตลอดจนดิน ฟ้า อากาศของแต่ละพื้นที่ โดยไม่ขึ้นอยู่กับตัวผู้วิจารณ์ เพราะผู้วิจารณ์จะต้องวางตัวเป็นกลางและต้องสำนึกอยู่ในใจเสมอว่า ตนเองเป็นเพียงส่วนหนึ่งของสังคม เกณฑ์ตัดสินทางสุนทรียศาสตร์จึงเปลี่ยนแปลงไปตามสังคมบ้าง ตามสภาพของภูมิอากาศ ภูมิประเทศนั้น ๆ บ้าง แล้วแต่สภาวะแวดล้อมจะพาไปนั่นเอง นักปรัชญาทางสุนทรียศาสตร์ที่มีความคิดแบบเดียวกันนี้ ได้แก่ Santayana และ Samuel Alexander เป็นต้น (วนิดา ขำเขียว. 2543 : 109)

สรุปว่า ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ เป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยความงาม มีความเชื่อเกี่ยวกับความงาม 4 ลักษณะ ความงามวัตถุวิสัย ความงามจิตพิสัย ความงามภาวะสัมพันธ์ และความงามที่เกิดจากอุบัติการณ์ใหม่ การตัดสินความงามขึ้นอยู่กับเกณฑ์ ทั้งเกณฑ์อัตวิสัย เกณฑ์วัตถุวิสัย และเกณฑ์สัมพัทธ์ เกณฑ์สะท้อนให้เห็นคุณค่าทางความงามตามมุมมองของแต่ละบุคคล สิ่งที่ดีเพื่อปรับปรุงและพัฒนาได้ เรียกว่า เป็นความคิดสร้างสรรค์ของผู้ผลิตเพื่อให้เกิดความพอใจสูงสุดของผู้บริโภค

3.3 การนำทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ไปใช้ในการวิจัยเพื่อศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผาเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ใช้เป็นแนวคิดพื้นฐานสำคัญในการวิจัย 3 ประการ ได้แก่ 1) ใช้เป็นแนวคิดในการศึกษาความงามของเครื่องปั้นดินเผาปัจจุบัน 2) ใช้เป็นแนวคิดพื้นฐานในการสังเคราะห์สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความงามเพื่อเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และ 3) ใช้เป็นแนวคิดพื้นฐานในการตรวจสอบผลและอภิปรายผลการวิจัย ทั้งเกี่ยวกับภูมิปัญญา ปัญหาและแนวทางการพัฒนา รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์

4. ทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์

4.1 ทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์ เน้นถึงการกระทำระหว่างกันของบุคคลในสังคม เนื่องจากสัญลักษณ์ โดยเฉพาะภาษาเป็นสื่อการติดต่อที่สำคัญที่สุดที่ทำให้มนุษย์มีความผูกพันและสัมพันธ์กัน จนสร้างเป็นระเบียบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ในสังคม ทำให้สังคมมีการจัดระเบียบขึ้น



โดยมีนักสังคมวิทยาหลายท่านที่จัดระเบียบทางสังคมในด้านของสัญลักษณ์สัมพันธ์ เจ้าของแนวคิดด้านสัญลักษณ์สัมพันธ์ที่มีชื่อเสียงได้แก่ George Herbert Mead Herbert Blumer, Erving Goffman) George Herbert Mead (สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. 2544 : 138 ; อ้างอิงมาจาก George Herbert Mead. 1934) ได้พูดถึงทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์ในหนังสือ Mind, Self And Society ได้เน้นถึงความสัมพันธ์ของสัญลักษณ์ที่มนุษย์ได้ใช้ร่วมกัน การรวมกลุ่มทางสังคมมิได้เกิดขึ้นจากการร่วมกัน แต่มาจากความตั้งใจ การกระทำก็แสดงด้วยความตั้งใจ ทำทางที่แสดงออกจะเป็นไปด้านภาษาสัญลักษณ์จะเป็นเครื่องกระตุ้นให้อีกบุคคลหนึ่งแสดงโต้ตอบความหมายนั้นๆจนเกิดความสัมพันธ์กันขึ้น จึงมองเป็นการจัดระเบียบอย่างหนึ่ง

4.2 หลักการและแนวคิดสำคัญ ทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์ มีหลักการและแนวคิดสำคัญดังนี้

1) ความสัมพันธ์ทางสังคมของกลุ่มต่าง ๆ เกิดจากผลของการที่บุคคลแปลหรือกำหนดความหมายของการกระทำต่อกัน การมีปฏิริยาโต้ตอบมิได้มีโดยตรงต่อการกระทำของบุคคล แต่เพราะปฏิริยาต่อความหมายของการกระทำหรือแสดงออก เพราะฉะนั้น ความสัมพันธ์จึงเป็นการใช้สัญลักษณ์ การตีความ และการแสวงหาความหมายที่แท้จริงของการกระทำต่าง ๆ การแสดงออกในลักษณะกระทำต่อกันหรือปฏิริยาต่อกัน ต้องอยู่ในรูปของกระบวนการที่บุคคลทั้งหลายเข้าใจในเหตุการณ์ สามารถประเมินเหตุการณ์ให้ความหมายและตัดสินใจที่จะมีการกระทำโต้ตอบ Herbert Blumer (สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. 2544 : 139 ; อ้างอิงมาจาก Herbert Blumer. 1969)

2) การจัดระเบียบทางสังคมในรูปของความสัมพันธ์ที่มนุษย์แสดงละครต่อกัน (Dramatic Approach) เราจะเห็นว่าเนื้อร้องเพลงที่กล่าวถึงโลกนี้คือละคร ทุกคนต้องแสดงบทบาทอย่างไม่จริงใจ ต้องสวมหน้ากากเข้าหากัน กอฟฟ์แมน อธิบายความสัมพันธ์ของบุคคลในด้านที่แสดงละครต่อกันว่า บุคคลจะมีแนวโน้มที่จะสร้างความประทับใจเป็นสำคัญ เช่น คนเสิร์ฟอาหารจะปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างดีด้วยกิจกรรมารยาทเรียบร้อย แต่ภายในอาจมีบุคลิกภาพที่ตรงกันข้าม เพราะฉะนั้นคนเสิร์ฟอาหารต้องทำตามบทบาทที่ดีต่อลูกค้าไว้เสมอ แม้ว่าภายในจิตใจอาจจะมีปัญหาเดือดร้อนเรื่องเงินทองก็ตาม หรืออาจกล่าวได้ว่า สังคมที่มนุษย์แสดงละครต่อกันนั้นจะเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามการกระทำระหว่างกันของบุคลิกภาพของปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั่นเอง (สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. 2544 : 140 ; อ้างอิงมาจาก Erving Goffman. n.d.)

3) ทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์เป็นทฤษฎีกระบวนการกระทำระหว่างกัน มีข้อสมมติที่เกี่ยวกับการจัดระเบียบทางสังคมและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม ดังต่อไปนี้

(1) พฤติกรรมเป็นการตอบโต้หรือปฏิริยาของกระบวนการที่บุคคลต่าง ๆ ได้แปลความหมาย ประเมินผล ให้ความหมายตามเนื้อหาสาระที่บุคคลได้กระทำต่อกัน การจัดระเบียบทางสังคมจึงมีลักษณะเป็นกระบวนการมากกว่าที่จะเป็นโครงสร้าง

(2) โครงสร้างทางสังคมจึงเป็นปรากฏการณ์หนึ่งๆที่เกิดขึ้นทันที โดยไม่ทำให้การกระทำของปัจเจกบุคคลหยุดชะงัก การที่จะเข้าใจแบบแผนของการจัดระเบียบทางสังคมจะต้องยอมรับว่าแบบแผนต่าง ๆ เหล่านั้นเป็นพฤติกรรมปลีกย่อยของปัจเจกบุคคล

(3) ขณะที่การกระทำมีลักษณะเป็นการกระทำที่ซ้ำ ๆ และมีโครงสร้างในเรื่องการกระทำนั้น ๆ โดยการนิยามสถานการณ์และการคาดหวังที่เห็นอย่างเด่นชัด ธรรมชาติของ



สัญลักษณ์แสดงให้เห็นถึงความสามารถสำหรับการใช้สัญลักษณ์ใหม่ ๆ ผลก็คือทำให้มีการแปลความหมายใหม่ การประเมิณผลใหม่ การนิยามใหม่ และการกำหนดพฤติกรรมใหม่ๆเกิดขึ้นได้เสมอ โครงสร้างสังคมที่มีอยู่เดิมจึงมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ด้วยเสมอ ทั้งนี้ก็เพราะเป็นการกระทำระหว่างกัน

(4) แบบแผนของการจัดระเบียบทางสังคม จึงเป็นตัวแทนปรากฏการณ์หนึ่ง ๆ ที่เกิดขึ้นทันทีทันใด ซึ่งสามารถรักษาไว้เสมือนเป็นเรื่องราวต่าง ๆ ที่นิยมสถานการณ์ต่าง ๆ ของผู้กระทำ อย่างไรก็ตามกระบวนการสัญลักษณ์ต่าง ๆ ซึ่งก่อให้เกิดและสนับสนุนแบบแผนเหล่านี้สามารถดำเนินการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนสามารถเปลี่ยนแปลงแบบแผนนั้น ๆ ด้วย

(5) การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมเป็นลักษณะของธรรมชาติ เนื่องจากการกระทำระหว่างกันก็เป็นการเปลี่ยนแปลงอยู่แล้ว สังคมเองจะหารูปแบบที่เหมาะสมที่สุดว่าจะเปลี่ยนแปลงเป็นรูปใด และการเปลี่ยนแปลงจะไม่มีการยุติในรูปแบบใดแบบหนึ่ง ในสมัยหนึ่งจากแบบแผนการกระทำระหว่างกันนั้น อาจจะแตกต่างจากระบบแบบแผนการกระทำระหว่างกันในอีกสมัยหนึ่งก็ได้ (สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. 2544 : 140)

4.3 การนำทฤษฎีทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์ไปใช้ในการวิจัย ใช้เป็นแนวคิดในการศึกษา การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ใช้เป็นแนวคิดพื้นฐานสำคัญในการวิจัย 3 ประการ ได้แก่ 1) ใช้เป็นแนวคิดในการศึกษาอัตลักษณ์ของเครื่องปั้นดินเผาปัจจุบัน 2) ใช้เป็นแนวคิดพื้นฐานในการสังเคราะห์สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความงามเพื่อเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และ 3) ใช้เป็นแนวคิดพื้นฐานในการตรวจสอบผลและอภิปรายผลการวิจัย ทั้งเกี่ยวกับภูมิปัญญา ปัญหา และแนวทางการพัฒนา รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์

5. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะผลิตออกมาเป็นสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า นั้น จะต้องผ่านกระบวนการการออกแบบผนวกกับความคิดที่สร้างสรรค์ ผู้ผลิตทุกคนจึงต้องมีการเรียนรู้ในเรื่องขององค์ประกอบของศิลปะ และคุณประโยชน์ของการออกแบบ เพื่อที่จะนำไปใช้ให้เกิดผลงานที่มีความเหมาะสม สวยงาม มีรูปแบบที่สร้างสรรค์ เหมาะกับการใช้สอย โดยการนำส่วนประกอบต่างๆของศิลปะนำมาจัดให้ประสานสัมพันธ์กันให้เกิดคุณค่าทางความงาม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ที่เรียกว่า องค์ประกอบของศิลปะ

5.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์

มีผู้ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ไว้แตกต่างกันหลายความหมายเช่น สาคร คันธโชติ (2528 : 6) ผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งที่มีมนุษย์ค้นคว้า ออกแบบ ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกสบายในการดำรงชีพ มนตรี ยอดบางเตย (2538 : 38) ผลิตภัณฑ์ คือ สรรพสิ่งทั้งหลายที่เป็นความพยายามประดิษฐ์ขึ้นทำให้เกิดจากแรงงานสมองของมนุษย์ตามความต้องการและจำเป็นเพื่อความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิต อุษณีย์ จิตตะปาโล (2540 : 70) ผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งที่เสนอแก่ตลาดเพื่อความสนใจ การใช้การบริโภคหรือการเป็นกรรมสิทธิ์ เป็นสิ่งที่สนองความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าได้ ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นวัตถุ บริการ กิจกรรม บุคคล สถานที่ องค์การหรือความคิด

สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึงสิ่งที่มีมนุษย์ค้นคว้า ออกแบบ ประดิษฐ์ขึ้นจากพลังสมองของมนุษย์ ตามความต้องการและจำเป็นเพื่อความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิต



ส่วนการออกแบบผลิตภัณฑ์ วิรุณ ตั้งเจริญ (2539 : 111) ให้ความหมายว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ การออกแบบสิ่งของ เครื่องใช้เพื่อนำมาทำการใช้สอยในชีวิตประจำวัน โดยเน้นการผลิตเป็นจำนวนมาก ในรูปแบบสินค้าเพื่อให้ผ่านไปยังผู้ซื้อและผู้บริโภคในวงกว้าง โดยที่รูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะเป็นปัจจัยสำคัญ ชักจูงผู้บริโภคให้เกิดความต้องการที่จะจ่ายเงินซื้อผลิตภัณฑ์นั้น คมสัน สุริยะ และคณะ (2551 : 4) ให้ความหมายว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นการริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ โดยเกิดการเรียนรู้ เปลี่ยนแปลงเป็นขั้นตอนอย่างมีระเบียบแบบแผน เป็นการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมต่อการดำรงชีวิต และให้สัมพันธ์สอดคล้องกับวิถีชีวิตในปัจจุบัน สรุปได้ว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ การคิดเชิงสร้างสรรค์ในการสร้างผลิตภัณฑ์เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค และยังเกิดชักจูงให้มีความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์นั้น

5.2 ประโยชน์ของการออกแบบผลิตภัณฑ์

วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร (2548 : 21) ได้กล่าวว่าคุณประโยชน์ของการออกแบบผลิตภัณฑ์มีดังนี้

- 1) ปรับปรุงภาพลักษณ์ขององค์กร ให้เกิดความแตกต่างอย่างชัดเจนจากคู่แข่ง สะดุดตา และง่ายต่อการจดจำ
- 2) สร้างเอกลักษณ์สินค้า ให้เกิดสัมผัสและการรับรู้ที่ดีต่อองค์กรผ่านการใช้ผลิตภัณฑ์ รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์เดิม ให้เกิดประโยชน์ใช้สอยที่ดีขึ้นทั้งกายภาพและทางจิตใจ
- 4) เพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น เพื่อนำมาสู่การเพิ่มราคาสินค้าได้
- 5) ลดต้นทุนเพิ่มผลกำไร เช่น ออกแบบให้ผลิตง่าย ลดขั้นตอน เลือกใช้วัสดุภายในประเทศ
- 6) ขยายตลาดสินค้า เช่น สร้างผลิตภัณฑ์ที่สนองประโยชน์ใช้สอยใหม่ สร้างความต้องการใหม่ สร้างตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่

5.3 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

ประเสริฐ ศีลรัตน์ (2538 : 142) ให้แนวคิดที่เป็นหลักการในการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ดังนี้

- 1) การผลิตจะต้องคำนึงถึงว่าผลิตภัณฑ์นี้จะขายได้จำนวนมากหรือไม่ และจะผลิตสินค้านี้ในราคาต่ำพอสมควรได้หรือไม่
- 2) วัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์ต่าง ๆ ต่างก็มีคุณภาพแตกต่างกันออกไป เมื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการผลิต ดังนั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมทุกคนจะต้องมีความคุ้นเคยกับวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ซึ่งกำลังทำการออกแบบ โดยการทดลองทำด้วยตนเองและทำแบบจำลองหรือผลิตภัณฑ์ตัวอย่างด้วยตนเองทุกชิ้น นักออกแบบจึงจะเข้าใจกับปัญหาต่าง ๆ ของผู้ผลิต
- 3) กรรมวิธีการผลิต มีเครื่องมือหรือเครื่องผ่อนแรงใช้ในการผลิตอุปกรณ์ต่าง ๆ เหล่านี้มีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับวัตถุประสงค์ที่จะใช้ในการผลิต เช่น กี่ทอดผ้า ลีวแกะไม้ แป้นหมุน ใช้สำหรับเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องมืออื่น ๆ ที่ใช้สำหรับจับยึดวัตถุดิบหรือเคลื่อนย้ายในขณะที่ทำ



การผลิต เครื่องมือเหล่านี้ต่างมีหน้าที่จำกัดในการใช้งานซึ่งเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะต้องเข้าใจและนำมาคิดเมื่อเวลาออกแบบด้วยโรงงานอาจไม่มีเครื่องมือหรือเครื่องจักรที่จะทำงานละเอียดได้นักออกแบบจึงจำเป็นต้องคิดค้นหาทางออกที่แน่นอนว่าจะต้องใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์อะไรบ้างแบบที่ออกไปจึงจะสำเร็จลงได้ และเมื่อทำการออกแบบในทุกๆมุมของผลิตภัณฑ์นักออกแบบก็ควรถามตัวเองเสียก่อนว่าแน่ใจแล้วหรือว่า ส่วนนั้น ส่วนนี้ของแบบจะต่อส่วนกันได้สนิทหรือส่วนนี้จะตบแต่งขึ้นสุดท้ายอย่างไร

4) งานฝีมือ ในโรงงานทุกแห่งงานของพวกคนงานเป็นส่วนหนึ่งของการผลิต และหากว่างานนั้นเป็นไปในรูปที่คนงานลงมือผลิตด้วยมือของตนเอง งานเหล่านั้นก็คือ การทำแทนเมื่อนักออกแบบนั่นเอง ดังนั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมจำต้องรู้ถึงฝีมือของคนงานเหล่านั้นว่ามีเพียงใดหรือไม่ แล้วออกแบบให้ง่าย ซึ่งทำให้คนงานสามารถทำให้เสร็จในเวลาอันควรและได้งานที่สวยงามด้วย ดังนั้นนักออกแบบทุกคน จึงต้องคำนึงถึงเวลาทำการผลิตงานนั้น ๆ ด้วย

5) การค้นคว้าเกี่ยวกับตลาด ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบไปแล้วกำลังทำการขายอยู่นั้นนักออกแบบอุตสาหกรรมจะต้องทำการศึกษาค้นคว้าต่อไปในด้านความเป็นไปของกิจการในตลาดของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยสอบถามผู้ขายและผู้ซื้อว่าผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้นดีหรือไม่เพียงใดเพื่อจะได้นำข้อมูลเหล่านั้นมาพิจารณาออกแบบแก้ไขในครั้งต่อไป

6) ลูกค้า ปัญหาที่สำคัญของการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันก็คือ ผลิตภัณฑ์นั้นๆขายไม่ออกหรือไม่เป็นที่พอใจของลูกค้า ดังนั้น นักออกแบบผลิตภัณฑ์จะต้องพยายามออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ให้เหมาะสมกับกาลเทศะและสิ่งแวดล้อม

7) ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชิ้นหนึ่งๆจะต้องมีความแข็งแรงและทนทานให้สมกับราคาที่จะต้องเสียไปเมื่อซื้อหามา ดังนั้น นักออกแบบจะต้องคิดอย่างลึกซึ้งถึงการที่จะถูกนำไปใช้สอยวิธีการในการใช้วัตถุประกอบการออกแบบในเรื่องรอยต่อหรือตามมุมต่าง ๆ ซึ่งก็มีส่วนช่วยให้ผลิตภัณฑ์นั้นคงทนถาวร

8) การบำรุงรักษา บางครั้งผลิตภัณฑ์ชิ้นหนึ่งอาจมีความสวยงามและเป็นที่ถูกใจของผู้ใช้แต่เมื่อใช้ไปในระยะเวลาหนึ่ง สีอาจเริ่มมัวหมอง มีลักษณะบ่งบอกถึงระยะเวลาบ้าง อาจเป็นที่ไม่ถูกใจของผู้ใช้ต่อไป ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมา จะต้องได้รับการออกแบบให้สะดวกในการทำความสะอาดไม่ควรจะมีซอกมุมอะไรมากนัก ส่วนที่ต้องการเคลื่อนไหว เช่น ฝากล่องหรือที่แป้นหมุน จะต้องออกแบบให้ใช้ได้สะดวก ไม่สะดุด ไม่ว่าจะระยะที่สีหมองมัวไป หรือความสึกหรอเกิดขึ้น

9) ประโยชน์ใช้สอย ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ที่ใช้ในชีวิตเป็นสำคัญ ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดย่อมถูกออกแบบเพื่อความมุ่งหมายที่จะใช้ประโยชน์ต่างๆกันออกไป เช่น แก้วอียิปต์จะต้องทำให้นั่งสบาย แจกันจะต้องใช้ใส่ดอกไม้และน้ำโดยไม่ให้รั่วไหลออกและที่เขียนพู่ราก็จะต้องมีที่วางพู่รอดีดี โดยไม่หล่นลงมาใหม่ได้ง่าย เป็นต้น ดังนั้น นักออกแบบอุตสาหกรรมจึงจำเป็นต้องทำการทดลอง โดยการทำเป็นตัวอย่างขึ้นใช้ประโยชน์อย่างหนัก ลองจับต้องและใช้อย่างจริงจังเพื่อความแน่ใจว่าสามารถนำไปใช้ประโยชน์อย่างจริงจังเสียก่อน

10) ปัญหาเกี่ยวกับความรู้สึกต่างๆของผู้บริโภค ลูกค้ายกก็เป็นคนเหมือนกับนักออกแบบ ย่อมมีความรู้สึกทาง ตา หู จมูก ปาก การจับต้องและระสนิยม เขาใช้ความรู้สึกเหล่านี้เวลาซื้อและเวลาใช้ผลิตภัณฑ์ นักออกแบบจะต้องสามารถใช้ความรู้สึกนี้ในการทำให้ผู้ซื้อพอใจหรือไม่พอใจ นักออกแบบที่ชำนาญมักจะรู้สึกมีความผิดเมื่อออกแบบที่แลดูขัดแย้งตา แต่นักออกแบบ



ส่วนมากมักมองข้ามความรู้สึกบางอย่างไปเสมอ ตัวอย่างที่เรามีประสบการณ์ เช่น แก้วที่พนักงานไม่ได้ โคมไฟที่ให้แสงไม่พอหรือแถมที่คมจนบาดผิวหนัง สิ่งเหล่านี้ถ้าออกแบบจะป้องกันได้โดยการวิเคราะห์แยกแยะให้ถี่ถ้วนเสียก่อนและนึกถึงผลิตภัณฑ์ที่เคยออกแบบมาแล้วเพื่อนำมาแก้ไขและให้ประโยชน์ในการออกแบบปัจจุบัน

5.4 องค์ประกอบของศิลปะ ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะผลิตออกมาเป็นสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้านั้นจะต้องผ่านกระบวนการเป็นบวนการ การออกแบบผนวกกับความคิดที่สร้างสรรค์ ผู้ผลิตทุกคนจึงต้องมีการเรียนรู้ในเรื่องขององค์ประกอบของศิลปะ เพื่อที่จะนำไปใช้ให้เกิดผลงานที่มีความเหมาะสมสวยงามมีรูปแบบที่สร้างสรรค์เหมาะกับการใช้สอย โดยการนำส่วนประกอบต่าง ๆ ของศิลปะนำมาจัดให้ประสานสัมพันธ์กันให้เกิดคุณค่าทางความงาม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ที่เรียกว่า องค์ประกอบของศิลปะ

กุลธิดา นาคะเสถียร (2555 : 42) ให้ความหมายคำว่า องค์ประกอบของศิลปะ คือ เป็นทัศนธาตุหรือปฐมธาตุเบื้องต้นที่มีรูปร่างแตกต่างกัน ตัวทัศนธาตุเองเป็นสิ่งที่มีความในทางความงาม ในบางแถมทัศนธาตุไม่ใช่ศิลปะ แต่เป็นเพียงเครื่องมือหรือสื่อที่จะใช้ในการถ่ายทอดให้ปรากฏเป็นภาพเท่านั้น ส่วน ธวัชชานนท์ ตาโธสง (2547 : 27) กล่าวว่าองค์ประกอบของศิลปะ คือ การนำเอาส่วนประกอบต่างๆทางศิลปะและส่วนประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดองค์ประกอบของภาพมาจัดรวมกันเข้าเป็นองค์ประกอบศิลปะตามหลักการศิลปะและก่อให้เกิดความงามในลักษณะต่าง ๆ กัน โครงสร้างทางทัศนศิลป์นับเป็นส่วนประกอบพื้นฐานในการสร้างสรรค์ผลงานซึ่งประกอบไปด้วยส่วนต่าง ๆ ที่สำคัญ ดังนี้

1) จุด (Dot) คือ ทัศนธาตุที่เล็กที่สุด และมีมิติเป็นศูนย์มีความกว้าง ความยาว และความหนาแน่นน้อยมาก จุดสามารถแสดงตำแหน่งได้เมื่อมีบริเวณว่างรองรับ จุดถือเป็นทัศนธาตุหรือพื้นฐานเบื้องต้นที่สุดในการสร้างงานทางทัศนศิลป์ จุดประกอบประกอบต่างๆเป็นต้นกำเนิดของทัศนธาตุอื่น ๆ เช่น เส้น รูปร่าง รูปทรง และพื้นผิว เป็นต้นไป

2) เส้น (Line) เส้นเป็นทัศนธาตุเบื้องต้นที่สำคัญที่สุดเป็นเกณฑ์ของทัศนศิลป์ทุก ๆ แขนง เส้นเป็นพื้นฐานของโครงสร้างของทุกสิ่งในจักรวาล เส้นแสดงความรู้สึกได้ด้วยตัวของมันเอง และด้วยการสร้างเป็นรูปทรงต่าง ๆ ขึ้น เส้นให้ความหมายรวมถึงขนาดความยาว ทิศทาง รวมทั้งช่วยแสดงออกถึงอารมณ์และความรู้สึกของศิลปินด้วย

พระรัฐกร สุขอ้วน (2551 : 63) กล่าวว่าในการออกแบบรูปทรง เครื่องปั้นดินเผานั้นต้องคำนึงถึงหลักเกณฑ์องค์ประกอบการเขียนรูปแบบทรงเรขาคณิต เพราะจะต้องอาศัยรูปทรงเหล่านี้ ในการออกแบบลวดลาย ลักษณะต่าง ๆ ถือว่า กำหนดรูปแบบ ทรงเป็นคุณสมบัติสำคัญยิ่ง ในการชักจูงให้เกิดความสนใจดังรูปแบบจึงเป็นสิ่งจูงใจสิ่งแรก เส้นกำเนิดของรูปทรง เช่น

- 1)  เส้นตรง, นอน, ตั้ง
- 2)  เส้นโค้ง - คด
- 3)  เส้นสี่เหลี่ยมจัตุรัส
- 4)  เส้นสี่เหลี่ยมผืนผ้า
- 5)  เส้นสามเหลี่ยม
- 6)  วงรี



7) ○ รูปไข่

8) ○ วงกลม

การออกแบบเครื่องปั้นดินเผา พอจะสรุปได้ตามลักษณะแห่งการกำเนิดลวดลาย

ผลิตภัณฑ์

1) เครื่องปั้นดินเผาตามประโยชน์ในการใช้สอย มีดังนี้

- (1) ภาชนะที่ใช้หุง
- (2) ภาชนะที่ใช้ต้ม
- (3) ภาชนะที่ใช้ใส่น้ำ
- (4) ภาชนะที่ใช้เบ็ดเตล็ด

2) แบ่งตามรูปทรงของภาชนะได้อีกประเภทหนึ่ง

- (1) ทรงสูง (คอ ลำตัว)
- (2) ทรงต่ำ (คอ ลำตัว)
- (3) ทรงกลมมน

3) เครื่องมือแต่ละชนิดที่ใช้ในงานเครื่องปั้นดินเผา ชนิดของเครื่องมือในงานเครื่องปั้นดินเผามีอยู่ 4 ชนิด

- (1) เครื่องมือที่ใช้ในการเตรียมดิน
- (2) เครื่องมือที่ใช้ในการปั้น
- (3) เครื่องมือที่ใช้ในการตกแต่ง
- (4) เครื่องมือที่ใช้ในการเผา

นอกจากนั้นได้กล่าวถึงองค์ประกอบและแนวทางของการออกแบบผลิตภัณฑ์

หัตถกรรม ดังนี้

1) องค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

- (1) คุณค่าของธรรมชาติหรืองานหัตถกรรม มีเอกลักษณ์และ

ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น

- (2) วัสดุและกรรมวิธีการผลิตของท้องถิ่น ผลิตได้จริง ใช้สอยดีเหมาะสม

กับวัสดุท้องถิ่น

- (3) ความสวยงามและความน่าสนใจ รูปแบบแปลกใหม่ สะดุดตา

- (4) สะดวกต่อการพกพาขณะเดินทาง ขนาดพอเหมาะ บรรจุหีบห่อ

ยากต่อการชำรุดเสียหาย

- (5) ราคาที่ซื้อได้ โดยการตัดสินใจ ราคาไม่แพง มีหลายราคาให้เลือก

คุณประโยชน์ของการออกแบบผลิตภัณฑ์

- (6) คุณประโยชน์ของการออกแบบผลิตภัณฑ์

2) ปรับปรุงภาพลักษณ์ขององค์กรก่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง สะดุดตา

และง่ายต่อการจดจำ

3) สร้างเอกลักษณ์สินค้า ให้เกิดสัมผัสและการรับรู้ที่ดีต่อองค์กรผ่านการใช้

ผลิตภัณฑ์



- 4) รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 5) พัฒนาผลิตภัณฑ์เดิม ให้เกิดประโยชน์ใช้สอยที่ดีขึ้นทั้งทางกายภาพและทางจิตใจ
- 6) เพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้นเพื่อนำไปสู่ราคาสินค้าได้
- 7) ลดต้นทุน เพิ่มผลกำไร เช่น ออกแบบให้ผลิตง่ายลดขั้นตอน เลือกใช้วัสดุภายในประเทศ
- 8) ขยายตลาดสินค้า เช่น สร้างผลิตภัณฑ์ที่สนองประโยชน์ใช้สอยใหม่ สร้างความต้องการใหม่ สร้างความต้องการใหม่ สร้างตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่

5.5 ลักษณะแบบ

นวนน้อย บุญวงษ์ และธีระชัย สุขสด (2544 : 77-81) กำหนดแนวทางออกแบบผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม ที่เป็นฝีมือของชาวบ้านทำขึ้นเพื่อความจำเป็นการดำรงชีวิต อุตสาหกรรมในครอบครัว อุตสาหกรรมในหมู่บ้าน อุตสาหกรรมท้องถิ่นหรืออุตสาหกรรมจังหวัด ว่าที่นักออกแบบควรอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาและคงคุณค่าในด้านของการใช้ประโยชน์ ความงาม วัฒนธรรม การกำเนิดหรือแหล่งที่มา หรืองานบางชิ้นอาจจะมีด้านของปรัชญาเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้บางสิ่งไม่ใช่งานในด้านศิลปะอุตสาหกรรมโดยตรงแต่เป็นงานที่เกี่ยวกับจิตรศิลป์และศิลปะประยุกต์ ดังนั้นการออกแบบต้องประกอบด้วยลักษณะแบบผลิตภัณฑ์ สรุปลักษณะได้ ดังนี้

การออกแบบผลิตภัณฑ์ จะมีอยู่ 2 ส่วนคือส่วนของการสร้างสรรค์สิ่งใหม่กับส่วนของการปรับปรุงหรือพัฒนามาจากของเดิม การที่จะได้มาซึ่งรูปทรงของผลิตภัณฑ์ในส่วนหนึ่งก็จะได้แนวความคิดมาจากแบบเดิมนำมาพัฒนาแบบให้เข้ากับบทบาทของสังคมยุคใหม่และค่านิยมในการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยลักษณะแบบของผลิตภัณฑ์ ได้แก่

1) แบบโบราณ คือการออกแบบโดยยึดแบบของเดิมที่มีมาตั้งแต่รุ่นเก่าหรือโบราณ จุดประสงค์ก็อาจจะมุ่งกลุ่มเป้าหมายไปที่กลุ่มอนุรักษ์นิยม หรือใช้ประกอบตกแต่งสภาพแวดล้อมให้มีความสัมพันธ์เข้ากันได้ เช่น เครื่องเรือน กรอบกระจก โทรทัศน์ เป็นต้น ที่มีการผลิตขึ้นมาใหม่ แต่คงยึดแบบอย่างโบราณ ก็เพื่อตกแต่งภายในบ้านให้มีลักษณะการตกแต่งห้อยแบบโบราณเพื่อให้เกิดความกลมกลืนกัน

2) แบบอมตะ คือ การออกแบบที่ยึดความพอดีระหว่างเก่ากับความล้ำยุค รูปร่างดูแล้วไม่เก่าและไม่ใหม่เหมาะสมกับทุกยุคทุกฤดูกาล โดยดูแล้วไม่ล้าสมัย การออกแบบลักษณะนี้จะต้องพิจารณาเวลาเป็นสำคัญ ออกแบบไม่ให้ดูล้ายุคหรือหิวหามากในยุคนั้น เพราะเมื่อเวลาเปลี่ยนไปก็จะเป็นที่นิยมหรือล้าสมัยได้เร็ว เปรียบเทียบได้กับการใช้ศัพท์แสลงในแต่ละยุคก็ชัดเจนยุคนั้น ๆ ถ้านำมาใช้ในยุคใหม่ก็จะฟังดูเขยหรือล้าสมัย ส่วนศัพท์ธรรมจะใช้ได้ตลอดโดยฟังดูไม่ล้าสมัย ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปทรงเป็นอมตะที่มีอยู่ตามท้องตลาดในปัจจุบันซึ่งได้มีการออกแบบรูปทรงนี้มาหลายปีแล้ว ใช้กันมาในยุคก็ดูไม่ล้าสมัย เช่น รถโฟล์ค รถโรลส์รอย หรือนาฬิกาข้อมือหน้าปัดทรงกลม เป็นต้น

3) แบบร่วมสมัยคือ การออกแบบที่ประสานกันระหว่างความล้ำสมัยหรือแบบเก่าผสมกันกับแบบที่ทันสมัย คือ ใช้ 2 ยุคสมัยนี้มาประยุกต์ใช้ให้เกิดความเหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน ถือว่าเป็นงานสมัยใหม่หรืองานปัจจุบันลักษณะของเก่าที่นำมาอาจจะเป็นวัสดุ วิธีผลิตหรือรูปแบบ ฯลฯ



4) แบบทันสมัย คือ การออกแบบที่เข้ากันกับยุคสมัยนั้น ๆ โดยค่อนข้างเป็นไปในลักษณะของสมัยปัจจุบันดูทันสมัยหรือตามสมัยนิยม แบบจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามความต้องการของตลาดและค่านิยมของยุคนั้น ซึ่งเมื่อเลยยุคสมัยหรือความนิยมไปแล้ว แบบจะดูล้าสมัยผลิตภัณฑ์ที่นิยมออกแบบลักษณะนี้ ส่วนมากจะเป็นผลิตภัณฑ์อุปโภคสำหรับคนทั่ว ๆ ไป เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน หรือผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นต้น โดยกลุ่มเป้าหมายที่เน้นเป็นพิเศษสำหรับแบบทันสมัยนี้ จะเป็นกลุ่มคนหัวสมัยใหม่ ตั้งแต่กลุ่มวัยรุ่นไปจนถึงวัยทำงาน หรือออกแบบเพื่อตอบสนองความทันสมัยของอาคารบ้านเรือน เช่น การตกแต่งภายในรูปแบบที่ทันสมัย เป็นต้น

5) แบบล้ำยุค คือ การออกแบบในลักษณะเป็นความก้าวหน้าของรูปแบบหรือวัสดุ ออกแบบเพื่ออนาคตข้างหน้า โดยพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูลที่น่าจะเป็นไปได้สำหรับอนาคต รูปแบบอาจจะหนีความจำเจ ความเคยชินตาสายตาในยุคใหม่นี้ไป ซึ่งบุคคลในยุคนี้อาจจะยังไม่เคยชินและดูไม่ออกกว่าเป็นรูปทรงใด หรือเป็นผลิตภัณฑ์อะไร ผลิตภัณฑ์ที่นิยมออกแบบลักษณะนี้ ถ้าเป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เช่น รถยนต์ อาจจะเริ่มต้นด้วยการทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบออกมา ก่อน เพื่อมีจุดประสงค์ที่จะนำเสนอข้อมูลการค้นคว้าในด้านรูปแบบด้านเทคโนโลยีของวัสดุ การพลังงาน เป็นต้น ถ้าเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ไม่เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ก็มักนิยมออกแบบเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์กันในความคิดรวบยอด (Concept) เช่น ผลิตภัณฑ์ประกอบแพคเกจ หรือ ประกอบงานสถาปัตยกรรมและตกแต่งภายใน เป็นต้น

แบบของผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 แบบนี้ มิใช่มีแบบใดหนึ่งดีเหมาะสม หรือแบบใดแบบหนึ่งไม่ดี ไม่เหมาะสม การออกแบบจะทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นลักษณะแบบใดนั้นก็ย่อมจะต้องศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ประกอบมากมาย เช่น ชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมาย ค่านิยม การดำรงชีพในสังคมและการตลาด เป็นต้น

5.6 หลักในการออกแบบและลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ดี

วิรุณ ตั้งเจริญ (2539 : 111) ได้กล่าวถึง ผลิตภัณฑ์ที่ดีย่อมเกิดมาจากการออกแบบที่ดีในการออกแบบผลิตภัณฑ์ นักออกแบบต้องคำนึงถึงหลักการทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นเกณฑ์ในการกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ดีไว้ว่า ควรจะมีองค์ประกอบอะไรบ้างแล้วใช้ความคิดสร้างสรรค์ วิธีการต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมา เสนอแนวคิดให้ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมตามหลักการออกแบบ โดยหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่นักออกแบบควรคำนึงถึงหลักมีอยู่ 9 ประการ คือ

1) หน้าที่ใช้สอย หน้าที่ใช้สอยถือเป็นหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกที่ต้องคำนึงผลิตภัณฑ์ทุกชนิดต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกสบาย ผลิตภัณฑ์นั้นถือว่าเป็นประโยชน์ใช้สอยดี แต่ถ้าหากผลิตภัณฑ์ใดไม่สามารถสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์นั้นก็จะถือว่าไม่มีประโยชน์ใช้สอยไม่ดีเท่าที่ควร

2) ความปลอดภัย สิ่งที่อำนวยความสะดวกได้มากเพียงใด ย่อมจะมีโทษเพียงนั้น ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสะดวกนั้นต่าง ๆ มักจะเกิดจากเครื่องจักรกลและเครื่องใช้ไฟฟ้า การออกแบบควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้ ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็ต้องแสดงเครื่องหมายไว้ให้ชัดเจนหรือมีคำอธิบายไว้



3) ความแข็งแรง ผลิตภัณฑ์จะต้องมีความแข็งแรงในตัวของผลิตภัณฑ์หรือโครงสร้างเป็นความเหมาะสมในการที่นักออกแบบรู้จักใช้คุณสมบัติของวัสดุและจำนวนหรือปริมาณของโครงสร้าง ในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีการรับน้ำหนัก เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างและการรับน้ำหนัก อีกทั้งต้องไม่ทิ้งเรื่องของความงามทางศิลปะ เพราะมีปัญหว่า ถ้าใช้โครงสร้างให้มากเพื่อความแข็งแรง จะเกิดสวนทางกับความงาม

4) ความสะดวกสบายในการใช้ นักออกแบบต้องศึกษาวิชากายวิภาคเชิงกล เกี่ยวกับสัดส่วน ขนาดและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะส่วนต่าง ๆ ในร่างกายของมนุษย์ทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งจะประกอบด้วยความรู้ทางด้านขนาดสัดส่วนมนุษย์ ด้านสรีรศาสตร์จะทำให้ทราบ ขีดจำกัดความสามารถของอวัยวะส่วนต่าง ๆ ในร่างกายมนุษย์ เพื่อใช้ประกอบการออกแบบ หรือศึกษาด้านจิตวิทยา ซึ่งความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้ จะทำให้นักออกแบบ ออกแบบและกำหนดขนาดส่วนโค้ง ส่วนเว้า ส่วนตรง ส่วนแคบของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้อย่างพอเหมาะกับการใช้งานหรืออวัยวะของมนุษย์ที่ใช้ ก็จะเกิดความสะดวกสบายในการใช้การไม่เมื่อยมือ เป็นต้น

5) ความสวยงาม ผลิตภัณฑ์ในยุคปัจจุบันนี้ความสวยงามนับว่ามีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าหน้าที่ใช้สอยเสียทีเดียว ความสวยงามจะเป็นสิ่งที่ให้เกิดการตัดสินใจซื้อเพราะประทับใจ ส่วนหน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่ต้องใช้เวลาอีกระยะหนึ่งคือใช้ไปเรื่อย ๆ ก็จะดีหรือไม่ต้องใช้เวลาอีกระยะหนึ่งคือใช้ไปเรื่อย ๆ ก็จะเกิดข้อบกพร่องในหน้าที่ใช้สอยให้เห็นภายหลัง ผลิตภัณฑ์บางอย่างความสวยงามก็คือ หน้าที่ใช้สอยนั่นเอง เช่น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ของโชวร์टकแต่งต่าง ๆ ซึ่งผู้ซื้อเกิดความประทับใจในความสวยงามของผลิตภัณฑ์ความสวยงามจะเกิดมาจากสิ่งของสองสิ่งด้วยกันก็คือ รูปร่าง และสี กำหนดรูปร่างและสี อย่างนี้ เป็นต้น

6) ราคาพอสมควร ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาขายนั้นย่อมต้องมีข้อมูลด้านผู้บริโภคและการตลาดที่ได้ค้นคว้าและสำรวจแล้วผลิตภัณฑ์ย่อมจะต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นคนกลุ่มใด อาชีพฐานะเป็นอย่างไร มีความต้องการใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์นี้เพียงใด การออกแบบก็จะเป็นผู้กำหนดแบบผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมกับผู้ซื้อนั้น ก็อยู่ที่การเลือกใช้ชนิดหรือเกรดของวัสดุ และเลือกวิธีการผลิตที่ง่ายรวดเร็ว เหมาะสม

7) การซ่อมแซมง่าย หลักการนี้คงจะใช้กับผลิตภัณฑ์ เครื่องจักรกลที่มีกลไกภายในซับซ้อน อะไหล่บางชิ้นย่อมต้องมีการเสื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งานหรือการใช้งานในทางที่ผิด การออกแบบย่อมที่จะต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดงานกลไกแต่ละชิ้นตลอดจนถอดสกรู

5.7 คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ดี สิ่งที่จะเป็นตัวนำทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมานั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณสมบัติครบถ้วนตามจุดประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ก็คงจะต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่ผลิตภัณฑ์ ควรมีปัจจัยที่เป็นส่วนประกอบให้ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่ดี 7 ประเภท ดังนี้

1) ความแปลกใหม่ ความแปลกใหม่ในผลิตภัณฑ์ควรเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ซ้ำซากมีการนำเสนอความแปลกใหม่ด้านต่าง ๆ เช่น ประโยชน์ใช้สอย รูปแบบ วัสดุ เป็นต้น

2) มีที่มา ผลิตภัณฑ์มีประวัติ หรือมีที่มา เล่าเรื่องได้ไม่ว่าจะเป็นต้นกำเนิดความคิดรวบยอด ของการออกแบบให้ผู้บริโภคทราบถึงเรื่องราวเหล่านี้ เช่น นาฬิกา ของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ยี่ห้อหนึ่งที่กล่าวถึงต้นกำเนิดมาจากงานช่างฝีมือในหมู่บ้านที่เก่าแก่หมู่บ้านหนึ่งที่มีการทำสืบทอดกันต่อ ๆ มาจนถึงปัจจุบัน เป็นต้น



3) ระยะเวลาเหมาะสม มีระยะเวลาที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดนั้นเหมาะสมตามฤดูกาล หรือตามความจำเป็น หรือเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค ในช่วงเวลานั้น ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์เสื้อกันฝนหรือร่ม ก็ควรจะออกสู่ตลาดฤดูฝน เป็นต้น

4) ราคาพอสมควร ราคาพอสมควร หมายถึง ราคาขายเหมาะสมกับกำลังการซื้อของผู้บริโภคในตลาดที่ผลิตภัณฑ์นี้ส่งไปขาย ซึ่งคงจะต้องอาศัยการศึกษาวิจัยกลุ่มผู้บริโภคให้ได้ข้อมูลมาก่อนที่จะเริ่มทำการออกแบบและผลิต

5) มีข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลข่าวสารของตัวผลิตภัณฑ์ควรจะสื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบและเข้าใจอย่างถูกต้องในด้านของการใช้งานประโยชน์ใช้สอย ผู้ที่เกี่ยวข้องในส่วนของการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทุกระดับต้องมีความรู้เรื่องของผลิตภัณฑ์นั้นอย่างละเอียด เพื่อการถ่ายทอดข้อมูลของผลิตภัณฑ์ไปยังผู้ซื้อได้ถูกต้อง จะบังเกิดความเข้าใจและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผลิตภัณฑ์

6) เป็นที่ยอมรับ ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของสังคมหรือหมู่ชนทุกชั้นทุกระดับที่เป็นกลุ่มสังคมเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ ไม่เป็นสิ่งที่ทำให้เสื่อมเสียหรือขัดต่อขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมหรือศาสนา

7) มีอายุการใช้งาน อายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ มีความแข็งแรง คงทนต่อสภาพของการใช้งานเหมาะสมกับระยะเวลา หรือมีอายุในการใช้งานที่เหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือราคาที่จำหน่าย

6. แนวคิดการจัดการทางการตลาด 4p

6.1 ความหมายของการจัดการ

พะยอม วงศ์สารศรี และคณะ (2545 : 25-26) ให้ความหมายคำว่า การจัดการ หมายถึง กระบวนการผู้จัดการใช้ศิลปะและกลยุทธ์ต่างๆดำเนินกิจกรรมตามขั้นตอนต่างๆ โดยอาศัยความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกในองค์กร การตระหนักถึงความสามารถ ความถนัด ความต้องการ ความและมุ่งหวังด้านความเจริญก้าวหน้าในการปฏิบัติงานขององค์การสมาชิกควบคู่ไปด้วย องค์การจึงจะสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายที่กำหนด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539 : 3) ให้ความหมายคำว่า การจัดการ หมายถึง กระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การโดยการวางแผน การจัดองค์การ การชักนำ และการควบคุมมนุษย์ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การเงิน ทรัพยากรข้อมูลขององค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ประเด็นสำคัญของการจัดการ มีลักษณะสามประการที่ประยุกต์ใช้กับองค์การใดองค์การหนึ่งได้ เป้าหมายของผู้บริหารทุกคน คือ การสร้างกำไร การจัดการเกี่ยวข้องกับการผลิต ซึ่งหมายถึง ประสิทธิภาพ และประสิทธิผลและการจัดการนำมาใช้สำหรับผู้บริหารในทุกระดับชั้นขององค์การ

สมคิด บางโม (2547 : 59) ให้ความหมายคำว่า การจัดการ หมายถึง ศิลปะในการใช้คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ขององค์การและนอกองค์การ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ 1) การจัดการเป็นศิลปะในการใช้คนทำงาน 2) การจัดการต้องอาศัยปัจจัยพื้นฐาน คือ คน เงิน และวัสดุอุปกรณ์ 3) การจัดการเป็นการดำเนินงานของกลุ่มบุคคล



Drucker (สมคิด บางโม. 2547 : 59 ; อ้างอิงมาจาก Drucker. 1974 : 12) ให้ความหมายคำว่า การจัดการ หมายถึง ศิลปะในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกับผู้อื่น สรุปได้ว่า การจัดการ คือ การดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีกระบวนการซึ่งประกอบไปด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การชักนำและการควบคุม

กล่าวโดยสรุป การจัดการ เป็นวิธีการที่แยบยลศิลปะในการใช้คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ ที่มีอยู่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งหรือเป้าหมายขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องใช้ศิลปะในการทำงานกับคน การใช้ปัจจัยพื้นฐาน คือ คน เงิน และวัสดุอุปกรณ์ และการดำเนินงานอย่างเป็นกระบวนการ ในการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาครั้งนี้ จึงครอบคลุมถึงการจัดการในการผลิตและการจัดการทางการตลาดหรือการจำหน่าย

6.2 การจัดการทางการตลาด

อุษณิ จิตตะปาโล (2540 : 2) ได้ให้ความหมาย การตลาด หมายถึง แหล่งที่มาของผู้ซื้อและผู้ขายที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ซึ่งก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนซื้อ-ขาย

Kotler (อุษณิ จิตตะปาโล. 2540 : 2 ; อ้างอิงมาจาก Kotler. 1991) ได้ให้ความหมาย การตลาด หมายถึง เป็นกิจกรรมของมนุษย์โดยมุ่งที่จะสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยน

สุวิทย์ แยมเผื่อน (2537 : 7) ได้กล่าวถึงความหมายของสมาคมการตลาดในประเทศไทย ได้ให้ความหมายว่า การตลาด หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่ได้จําหน่ายสินค้าหรือบริการให้มีการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย

สรุปได้ว่า การจัดการทางการตลาดเป็นกระบวนการในการใช้ศิลปะและกลยุทธ์ต่างๆ ดำเนินกิจกรรมตามขั้นตอน โดยอาศัยความร่วมมือร่วมใจ ความสามารถ ความถนัด ความต้องการของสมาชิกในองค์การ ในการจัดหาแหล่งและการดำเนินการให้มีการซื้อการขาย ผลิตภัณฑ์ที่จัดทำขึ้น

6.3 องค์ประกอบการจัดการการตลาด 4p

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539 : 15) กล่าวถึงการจัดการการตลาดว่าเป็นศิลปะอย่างหนึ่ง เพราะการที่จะดำเนินงานเพื่อเสนอสินค้าและบริการ โดยทำให้ลูกค้ารับความพึงพอใจด้วยนั้น จำเป็นต้องใช้เทคนิคทางด้านการวางแผน กำหนดนโยบายในการดำเนินงานที่ถูกต้องรัดกุม จะต้องมีความสามารถที่จะนำเอามาตรการทางการตลาดหลาย ๆ อย่างมารวมกันเพื่อให้ได้ผลที่สุดต่อองค์การ ส่วนประสมการตลาด แต่โดยทั่วไปนิยมแบ่งออกเป็น ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด หรือที่เรียกว่า 4 P's ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย ฝ่ายจัดการจัดว่าจำเป็นต้องตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนที่เกี่ยวข้อง คือ การเลือกผลิตภัณฑ์และสายการผลิตการเพิ่มหรือการลดรายการของผลิตภัณฑ์ในสายการผลิต ตรายี่ห้อ การกำหนดมาตรฐานและการจัดเกรดของสินค้า ซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องเหมาะสมตามความต้องการของตลาดเป้าหมาย

2) ราคา เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม เพื่อนำผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพไปขายในแหล่งที่สามารถขายได้ในราคาพอสมควรด้วยการใช้วิธีการส่งเสริมการจัดจำหน่ายที่ดีสำหรับตลาดเป้าหมายที่เลือกสรรไว้ในกำหนดราคาดังนั้นจำเป็นต้องพิจารณาถึงสิ่งต่าง ๆ คือ



ลักษณะการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย การทำไรที่เคยปฏิบัติกันมา การให้ส่วนลดและเงื่อนไขการขายที่เป็นอยู่ และกฎหมายควบคุมสินค้า

3) การจัดจำหน่าย ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายสินค้าและบริการที่สำคัญ คือ เรื่องเวลา และสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ เราต้องพิจารณาว่าที่ไหน เมื่อไรและใครที่จะเป็นผู้เสนอสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้า การจัดจำหน่ายจำเป็นต้องผ่านช่องทางหลายขั้นตอนจึงจะได้ผล บางครั้งอาจใช้วิธีง่าย ๆ ไม่สลับซับซ้อน การดำเนินเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการจะเกี่ยวข้องกับการค้าส่ง การค้าปลีก การขนส่งและการเก็บรักษา

4) การส่งเสริมการตลาด เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จำหน่ายและตลาดเป้าหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อการส่งเสริมการตลาดทำได้ 4 แบบด้วยกัน เรียกว่า ส่วนการส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย ดังนี้

(1) การโฆษณา เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคลโดยผ่านสื่อต่าง ๆ และผู้อุปถัมภ์รายการต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณา กิจกรรมการโฆษณาประกอบด้วย การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณาในโรงภาพยนตร์

(2) การขายโดยใช้บุคคล เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้า ที่มีอำนาจซื้อ ก็คือ การขายโดยใช้พนักงานขาย

(3) การส่งเสริมการขาย เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่นอกเหนือจากการขาย โดยใช้บุคคล การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่ช่วยกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค และประสิทธิภาพของผู้ขาย ได้แก่ การลดราคา แจกสินค้าตัวอย่าง แคมเปญฟรี ชิงโชค แข่งขัน การแจกคูปอง เป็นต้น

6.4 แนวคิดการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมการผลิตและการจัดการ

การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์การ หรือการดำเนินงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหา จุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งที่อาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต เกื่อ วงศ์บุญสิน (2540 : 30) ได้ให้ความหมาย วิธีการในการวิเคราะห์สอดคล้องกัน ดังนี้

ความหมายของ SWOT

Strengths - จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ

Weaknesses - จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ

Opportunities - โอกาสที่จะดำเนินการได้

Threats - อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์การ

หลักการสำคัญของ SWOT ก็คือการวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพแวดล้อม

2 ด้าน คือ สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOT จึงเป็นการ วิเคราะห์ สภาพการณ์ (Situation Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จัก สภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์การหรือการดำเนินงาน ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลง เหล่านี้ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถ ด้านต่าง ๆ ที่



องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ และการดำเนินงานตามกลยุทธ์ของงานที่เหมาะสมต่อไป

ขั้นตอนการวิเคราะห์ SWOT ขั้นตอนดังนี้

1. การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กรจะเกี่ยวกับการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถ ภายในองค์กรทุก ๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรแหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการ ประเมิน สภาพแวดล้อมภายใน คือระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร ที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในด้านโครงสร้าง ระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการท างานและทรัพยากรในการบริหาร (คน เงิน วัสดุ การจัดการ) รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ขององค์กรเพื่อที่จะเข้าใจ สถานการณ์และผลกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ นี้ด้วย - จุดแข็งขององค์กร (S-Strengths) เป็นการวิเคราะห์ ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กร นั่นเอง ว่าปัจจัยใดภายในองค์กรที่เป็นข้อได้เปรียบ หรือจุดเด่นขององค์กรที่องค์กรควรนำมาใช้ในการพัฒนา องค์กรได้ และควรด ำรงไว้เพื่อการ เสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร - จุดอ่อนขององค์กร (W-Weaknesses) เป็นการวิเคราะห์ ปัจจัย ภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในจาก มุมมอง ของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั้น ๆ เองว่าปัจจัยภายใน องค์กรที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบขององค์กรที่ควร ปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือขจัดให้หมดไป อันจะเป็น ประโยชน์ต่อองค์กร

2. การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก ภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อม ภายนอกองค์กรนั้น สามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรคทางการด ำเนินงาน ขององค์กรที่ได้รับ ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการ ด ำเนินงานของ องค์กร เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบาย การเงิน การงบประมาณ สภาพแวดล้อม ทางสังคม เช่น ระดับการศึกษาและอัตรารู้หนังสือของประชาชน การตั้งถิ่นฐานและการอพยพของ ประชาชน ลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา มติคณะรัฐมนตรี และ สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี หมายถึงกรรมวิธีใหม่ๆ และพัฒนาการทางด้านเครื่องมืออุปกรณ์ที่จะ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและให้บริการ - โอกาสทางสภาพแวดล้อม (O-Opportunities) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอก องค์กร ปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบประโยชน์ ทั้งทางตรงและ ทางอ้อมต่อการด ำเนินการขององค์กรใน ระดับมหภาค และองค์กรสามารถฉกฉวยข้อดีเหล่านี้มา เสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็ง ขึ้นได้ - อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threats) เป็นการวิเคราะห์ ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถ ส่งผลกระทบในระดับมหภาค ในทางที่จะก่อให้เกิดความ เสียหายทั้งทางตรง และทางอ้อม ซึ่งองค์กร จ ำต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพองค์กรให้มีความ แข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญ แรงกระทบดังกล่าวได้

3. ระบุสถานการณ์จากการประเมินสภาพแวดล้อม เมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับ จุด แข็ง-จุดอ่อน โอกาส-อุปสรรค จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วย การประเมิน สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกแล้ว ให้นำ จุดแข็ง-จุดอ่อนภายในมา เปรียบเทียบกับ โอกาส-อุปสรรค จากภายนอกเพื่อดูว่าองค์กรกำลังเผชิญสถานการณ์เช่นใดและ ภายใต้ สถานการณ์เช่นนั้น องค์กรควรจะทำ อย่างไร โดยทั่วไปในการวิเคราะห์ SWOT ดังกล่าวนี้องค์กรจะอยู่ใน สถานการณ์ 4 รูปแบบดังนี้



3.1 สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็ง-โอกาส) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่พึงปรารถนา ที่สุด เนื่องจากองค์กรค่อนข้างจะมีหลายอย่าง ดังนั้น ผู้บริหารขององค์กรควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive –Strategy) เพื่อชิงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้างและปรับใช้และฉกฉวยโอกาสต่าง ๆ ที่เปิด มาหาประโยชน์อย่างเต็มที่

3.2 สถานการณ์ที่ 2 (จุดอ่อน-ภัยอุปสรรค) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่เลวร้าย ที่สุด เนื่องจากองค์กรกำลังเผชิญอยู่กับอุปสรรคจากภายนอกและมีปัญหาจุดอ่อนภายในหลายประการ ดังนั้น ทางเลือกที่ดีที่สุดคือกลยุทธ์การตั้งรับหรือป้องกันตัว (Defensive Strategy) เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกภัย อุปสรรคต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนหามาตรการที่จะทำให้องค์กรเกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด

3.3 สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อน-โอกาส) สถานการณ์องค์กรมีโอกาเป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันอยู่หลายประการ แต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีปัญหาอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนอยู่หลายอย่างเช่นกัน ดังนั้นทางออกคือกลยุทธ์การ พลิกตัว (Turnaround-oriented Strategy) เพื่อจัดหรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่าง ๆ ให้พร้อมที่จะฉกฉวย โอกาสต่าง ๆ ที่เปิดให้

3.4 สถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็ง-อุปสรรค) สถานการณ์นี้เกิดขึ้นจากการที่สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน แต่ตัวองค์กรมีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งหลายประการ ดังนั้น แทนที่จะรอจนกระทั่ง สภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป ก็สามารถที่จะเลือกกลยุทธ์การแตกตัวหรือขยายขอบข่ายกิจการ (Diversification Strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีสร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่น ๆ แทน

สรุป การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กรหรือภาระกิจการดำเนินงานใด ๆ เพื่อให้เห็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการดำเนินการเพื่อที่จะได้กำหนดเป้าหมายและทางเลือกในการดำเนินการที่ดีที่สุดเพื่อให้การดำเนินงานนั้น ๆ ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้หลักการวิเคราะห์ SWOT ประกอบการเลือกทางเลือกในการพัฒนาการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางในบริบทของการบริหารจัดการในปัจจุบัน

7. แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

7.1 ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผู้ให้ความหมายของการสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้หลายท่าน ดังเช่น ฝ้ายวิชาวาท พจนานุกรมไทย (2552 : 108) กล่าวถึงคำว่าสร้างสรรค์ หมายถึงทำให้มีให้เป็นขึ้น มักใช้ในทางที่ดี เช่น สร้างสรรค์ผลงาน สร้างสรรค์สิ่งที่ดีงามให้แก่สังคม มีลักษณะริเริ่มในทางที่ดี เช่น ความคิดสร้างสรรค์ คุณากร วาณิชวีรพท์ (2553 : 4-5) กล่าวถึง การสร้างสรรค์ สามารถสรุปได้ว่า การใช้ความคิดใหม่ ความคิดริเริ่มที่ป้อนเข้าไปในกระบวนการ อาจเป็นของใหม่หรือสิ่งที่คุ้นเคยกันทั่วไปก็ได้การสร้างสรรค์เป็นกระบวนการทางประสาทสัมผัสที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วก็จะมีการรวมอีกหลายอย่างตามมา ทำให้ปลื้มเปรมใจยิ่งขึ้น การสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่อธิบายได้ แต่ให้คำจำกัดความไม่ได้ การสร้างสรรค์แบบเดิม ๆ ไม่ใช่พรสวรรค์ อันเป็นทักษะความชำนาญประเภทหนึ่ง ซึ่งโดยทั่วไปสามารถเรียนรู้และทำซ้ำได้ การสร้างสรรค์ไม่ใช่สิ่งเดียวกับนวัตกรรม (Innovation) การสร้างสรรค์เป็นเรื่องภายใน (Internal) ส่วนบุคคล (Personal) และเป็นอัตวิสัย (Subjective) สมบัติ กุสุมาวดี (2554 : 34) กล่าวถึง การสร้างสรรค์ว่ามีความหลากหลาย เช่น



บางกลุ่มเชื่อว่า ความสร้างสรรค์พัฒนาการทางจิตที่แตกต่างกันของมนุษย์ บางกลุ่มก็เชื่อว่าความสร้างสรรค์เกิดจากกระบวนการทางพุทธิปัญญาของคนๆหนึ่ง (Cognitive Processes) ในทางตรงกันข้าม บางกลุ่มก็เชื่อว่าความสร้างสรรค์เกิดมาจากระบวนการและสภาพแวดล้อมทางสังคม (Social environment) บางกลุ่มก็เชื่อว่าความสร้างสรรค์เป็นเสมือนพรศักดิ์สิทธิ์ที่ได้รับจากฟ้าสุลาลัย (Divine intervention) ด้วยมุมมองที่แตกต่างกัน ทำให้คำนิยามมีความหมายที่แตกต่างกันหลายอย่างที่ใครจะสามารถให้ความหมายของคำ ๆ นี้ไปในคำนิยามเดียวกัน แม้กระทั่งในเชิงจิตวิทยา อันเป็นศาสตร์ที่ความชำนาญการอย่างสูงในการพัฒนาเครื่องมือวัดมาตรฐานทางจิต ก็ยังไม่สามารถพัฒนาเครื่องมือหรือเทคนิควิธีการในการวัด “ความสร้างสรรค์” ได้อย่างเป็นมาตรฐาน อย่างไรก็ตามแม้จะดูเหมือนว่ายังไม่มี ความลงตัวในทางวิชาการ แต่ในทางปฏิบัติ คำว่า “ความสร้างสรรค์” ได้กลายเป็นคำและแนวทางปฏิบัติที่แพร่หลายในแวดวงต่าง ๆ ทั้งทางด้านศิลปกรรม วรรณกรรม ออกแบบ รวมถึงการบริหารธุรกิจ และการพัฒนาองค์การ และสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2552 : 38) กล่าวถึงความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถสรุปได้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องเริ่มจากความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity) ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการขับเคลื่อนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยความคิดสร้างสรรค์เป็นลักษณะความคิดแบบอนกนัย (Divergent Thinking) คือการคิดหลายแง่มุม เป็นการมองปัญหาในแนวกว้างรอบด้าน ในการเกิดความคิดสร้างสรรค์นั้น ผู้คิดจะต้องมีจิตแห่งการสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นกระบวนการทางความคิดในการสร้างสิ่งใหม่ ๆ ที่สร้างสรรค์และหลุดออกจากกรอบเดิม ในการสร้างสรรค์สะท้อนให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลง และการสร้างความแตกต่าง ซึ่งจะได้มาด้วยการเปิดรับทั้งภายในและภายนอก จะเห็นได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์นั้นเป็นแรงขับเคลื่อนต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเพื่อให้เข้าใจระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงต้องทำความเข้าใจในนิยามของความหมายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

นอกจากนั้น ศักดิ์ชัย เกียรติวนาคินทร์ (2553 : 22) กล่าวถึงแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่

ศรีเอทิฟ ไทยแลนด์ (2554 : เว็บไซต์) กล่าวถึงความหมายของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ว่ามีองค์ประกอบร่วมของแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและเทคโนโลยีสมัยใหม่

พวงแก้ว พรพิพัฒน์ (2553 : 6) กล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า เป็นแนวคิดใหม่ในการสร้างรายได้จากการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสิ่งใหม่ ๆ ผ่านการค้าและลิขสิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญา บนพื้นฐานขององค์ความรู้ และการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม รวมทั้งการใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรมที่ทำให้เกิดการพัฒนาศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ และ วรากรณ์ สามโกเศศ (2554 : เว็บไซต์) อธิบายความหมายอย่างง่ายของ CE ซึ่งให้โดย จอห์น ฮอว์กิน (John Hawkins ในหนังสือชื่อ The Creative Economy : or People Make Money From Ideas ซึ่งมีการแปลเป็นภาษาไทย โดยศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC) ไว้ว่าเป็น “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์”



ดังนั้น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง แนวคิดและวิธีการนำผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา มาประยุกต์ใช้ให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นจากงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของคนในชุมชน จากการใช้ภูมิปัญญา งานศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งวิถีการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรม

7.2 ประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2552 : 42) แบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1) ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และสภาพสังคมเป็นต้น แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

(1) กลุ่มการแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional Culture Expression) เช่น ศิลปะและงานฝีมือ เทศกาลงานและ งานฉลองเป็นต้น

(2) กลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Cultural Sites) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน หอสมุดและการแสดงนิทรรศการ เป็นต้น

2) ประเภทศิลปะ (Arts) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปะ และวัฒนธรรม แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

(1) งานศิลปะ (Visual Arts) เช่น ภาพวาด รูปปั้น และภาพถ่าย เป็นต้น

(2) ศิลปะการแสดง (Performing Arts) เช่น การแสดงดนตรี การแสดงละคร การเต้นรำ ละครสัตว์ และการเชิดหุ่นกระบอก เป็นต้น

3) ประเภทสื่อ (Media) เป็นกลุ่มสื่อผลิตรายงานสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

(1) งานสิ่งพิมพ์ (Publishing and Printed Media) เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ และสิ่งตีพิมพ์อื่นๆ เป็นต้น

(2) งานโสตทัศน (Audiovisual) เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุและการออกอากาศอื่น ๆ เป็นต้น

4) ประเภท Functional Creation เป็นกลุ่มของสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

(1) กลุ่มการออกแบบ (Design) เช่น การออกแบบภายใน กราฟฟิก แฟชั่น อัญมณี และของเด็กเล่น เป็นต้น

(2) กลุ่ม New Media ได้แก่ซอฟต์แวร์ วิดีโอเกม และเนื้อหาดิจิทัล เป็นต้น

(3) กลุ่มบริการทางความคิดสร้างสรรค์ (Creative Services) ได้แก่ บริการทางสถาปัตยกรรม โฆษณา วัฒนธรรม และนันทนาการ งานวิจัยและพัฒนา และบริการอื่นที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลและความคิดสร้างสรรค์

ศักดิ์ชัย เกียรติวนาจันทร์ (2553 : 33) กล่าวว่า สำหรับประเทศไทย ยังไม่ได้กำหนดขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไว้ชัดเจน แต่สภาพัฒน์ฯ ได้พยายามจัดกลุ่มของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตามลักษณะของบัญชีรายได้ประชาชาติ โดยแบ่งออกเป็น 9 กลุ่ม ดังนี้



- 1) งานฝีมือและงานหัตถกรรม (Crafts)
- 2) งานออกแบบ (Design)
- 3) แฟชั่น (Fashion)
- 4) ภาพยนตร์และวีดีโอ (Film & Video)
- 5) การกระจายเสียง (Broadcasting)
- 6) ศิลปะการแสดง (Performing Arts)
- 7) ธุรกิจโฆษณา (Advertising)
- 8) ธุรกิจการพิมพ์ (Publishing)
- 9) สถาปัตยกรรม (Architecture)

7.3 ความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานทุนวัฒนธรรมชุมชน

นิสวันต์ พิษณุดำรง (2553 : 13) กล่าวถึง ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึงทรัพย์สินทางปัญญาที่ส่งสมสืบทอดกันมาและดำรงอยู่ เป็นสิ่งที่สังคมเห็นคุณค่า เป็นที่ต้องการ และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ ฌีฮาภา อินนุพัฒน์ (2554 : เว็บไซต์) กล่าวถึงทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) หมายถึงคุณค่า ค่านิยมของสังคมที่แสดงออกทางจารีตประเพณี วิถีชุมชนที่มีรากฐานจากความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงความรู้และภูมิหลังของบุคคล ซึ่งเป็นที่มาจากตระกูล เผ่าพันธุ์ สถานภาพทางสังคม (ชนชั้น) เช่น นามสกุล ของคนบางคน ตำแหน่ง สถานภาพทางสังคมที่มีดีกรีทางการศึกษาก็ทำให้คนนั้นได้รับการยอมรับจากคนทั่วไปตั้งแต่ต้นแล้ว บุญเรือง สมประจบ (2553 : 13) กล่าวถึงทุนทางวัฒนธรรมว่า เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่ส่งสมมาในอดีต มีคุณค่าต่อสังคมมนุษย์และสังคม ทุนทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มามีมูลค่าและคุณค่าต่อวิถีชีวิต ทำให้สังคมอยู่กันอย่างสมานฉันท์ ช่วยจัดระเบียบสังคมในทางเศรษฐศาสตร์เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ต่อปัจเจกและสังคม และ ยุคติ มุกดาวิจิตร (2548 : 2) กล่าวถึงวัฒนธรรมชุมชนว่าเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นอยู่ที่ความเชื่อมั่นและส่งเสริมศักยภาพของชาวบ้านผู้รับผลการพัฒนาว่าสามารถที่จะฟื้นฟูดำรงอยู่และพัฒนาตัวเองได้ด้วยพื้นฐานทางความเชื่อความสัมพันธ์ของคนในชุมชน และใช้ภูมิปัญญาหรือที่เรียกว่าวัฒนธรรมของตนเองเพื่อการดำเนินชีวิตร่วมกันในชุมชน วัฒนธรรม จึงเป็นวิธีการดำเนินชีวิตของคนที่สืบทอดกันมา มีกระบวนการถ่ายทอดทางสังคม ให้บุคคลในชุมชนเกิดความรู้ รู้จักวิถีปฏิบัติดัดแปลงวิธีการดำเนินชีวิตให้เข้ากับสภาพธรรมชาติและเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคม เพื่อดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างปกติสุขในชุมชน ความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงเป็นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นจุดแข็งของประเทศในการพัฒนาเศรษฐกิจและรายได้ของประเทศ

7.4 แนวคิดการสร้างคุณค่าและมูลค่าทุนทางวัฒนธรรม

ต้น ตะวันพันดาว (2554 : เว็บไซต์) รวบรวมแนวคิดการสร้างคุณค่าและมูลค่าทุนทางวัฒนธรรมว่า แนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องทุนทางวัฒนธรรมย่อมแตกต่างกันตามนี้ ของความหมายและแนวปฏิบัติในแต่ละสำนักคิดต่าง ๆ กลุ่มที่ 1 มองว่า ทุนทางวัฒนธรรม คือ “ทุนที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการที่มีนัยทางวัฒนธรรม สิ่งเหล่านี้เรียกว่า ทุนวัฒนธรรม” ซึ่งวัฒนธรรมของอาจารย์รังสรรค์ ก็คือทุนการเงิน ทุนบริการที่มีความสำคัญในระบบทุนนิยมในโลกปัจจุบันที่มีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมที่สื่อถึงนัยทางวัฒนธรรม ที่เรียกว่า อุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรม ที่ผลิตสินค้าวัฒนธรรม (Cultural Product) และบริการที่มีวัฒนธรรมฝังตัวอยู่ในสินค้าและบริการนั้น



กลุ่มที่ 2 กลุ่มรัฐศาสตร์ เสนอแนวคิดเรื่องทุนวัฒนธรรมที่มีความคล้ายคลึงในแง่ของการทำให้วัฒนธรรมเป็นทุน เป็นสินค้าและบริการ แต่ที่แตกต่างจากแนวคิดของกลุ่มแรกคือจุดเน้นในการให้ความสำคัญกับเรื่องของวัฒนธรรมเป็นหลัก เรื่องสินค้าและบริการคือเรื่องรอง มองว่า วัฒนธรรมคือทุน (Cultural as Capital) ซึ่งเมื่อวัฒนธรรมตัวนี้มีลักษณะเป็นทุนแล้ว ก็มีสิ่งที่เรียกว่า โกดังหรือคลังเก็บวัฒนธรรม (Cultural Stale) เพื่อรักษาคุณค่า และความมั่งคั่งในทางวัฒนธรรมเอาไว้ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญกับทุนเดิมหรือมรดกทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นทุนหลักของสังคม ซึ่งแนวคิดนี้ การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าไม่ใช่เพียงแค่ทำให้สินค้ามีราคามีรายได้ทางเศรษฐกิจ เพราะนั่นเท่ากับว่าวัฒนธรรมกลายเป็นผู้ถูกกระทำ (Passive) วัฒนธรรมมีบทบาทเป็นแค่พระรองจากสินค้า ดังนั้นจึงมีแนวความคิดที่ว่าทำอย่างไรจึงจะสามารถทำให้วัฒนธรรมได้มีการปรับบทบาทจากผู้ถูกกระทำให้เป็นฝ่ายกระทำ มีบทบาทในเชิงรุกมากขึ้นและเป็นการกระทำ การรุกที่ไม่สูญเสียเอกลักษณ์ และกลายสภาพเป็นแค่สินค้าและบริการเท่านั้นแต่ให้วัฒนธรรมสามารถดำรงอยู่และเป็นทุนทางสังคม ซึ่งจะเป็นหนทางสำคัญในการรักษารากเหง้าและธำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม โดยไม่ต้องสร้างใหม่หรือปลูกฝังใหม่ ภายใต้กระบวนการทางเศรษฐกิจที่เข้ามาทำลายเค้าเดิมของเดิมของมันในสังคมอยู่ตลอดเวลา คำว่าทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นแนวคิดที่นำมาใช้ในปัจจุบัน น่าจะมีอยู่ 2 สาย คือสายเศรษฐศาสตร์การเมือง และสายวัฒนธรรมชุมชน ที่มองในเชิงของระบบเศรษฐกิจ การค้าขาย โดยเอารายได้เป็นตัวตั้ง อะไรที่น่าจะขายก็เอามาขายได้ทั้งหมดรวมทั้งวัฒนธรรม และการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Industry) ทั้งผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าและการท่องเที่ยว ที่ประเทศในยุโรปและเอเชียหลายประเทศก็ดำเนินกิจกรรมโดยใช้แนวความคิดนี้ ในขณะที่อีกสายหนึ่งสาย นักมานุษยวิทยาและนักสังคมวิทยา มองทุนวัฒนธรรม ทุนทางสังคม เป็นเรื่องของพื้นที่ทางวัฒนธรรม พื้นที่ทางอำนาจเพื่อเป็นเวทีให้ชุมชนมีวิถีชีวิตและการดำรงอยู่อย่างมีศักดิ์ศรี รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง มีความยั่งยืน เป็นการเสริมสร้างพลังของประชาสังคมและการสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนหรือวัฒนธรรมชุมชน

ในขณะที่ ฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2534 : 172-183) ได้สรุปสาระสำคัญของแนวคิดวัฒนธรรมชุมชนออกเป็น 4 แนวทาง จากความคิดของปัญญาชนที่เป็นผู้นำทางความคิดตั้งแต่ในช่วงแรก ได้แก่ แนวคิดแรก ชุมชนมีวัฒนธรรมของตนเองอยู่แล้ว วัฒนธรรมนี้ให้คุณค่าแก่ความเป็นคนและแก่ชุมชนที่มีความผสมผสานกลมกลืน และวัฒนธรรมเป็นพลังผลักดันการพัฒนาชุมชนที่สำคัญที่สุด ซึ่งจะใช้ประโยชน์ได้ เมื่อมีการปลูกให้สมาชิกแห่งชุมชนมีจิตสำนึกรับรู้ในวัฒนธรรมของตน แนวคิดที่สอง การดำรงอยู่ของวัฒนธรรมสองกระแส คือ วัฒนธรรมชาวบ้านและวัฒนธรรมทุนนิยม โดยวัฒนธรรมของชาวบ้านมีความอิสระ เนื่องจากผูกพันอยู่กับความเป็นชุมชนหรือหมู่บ้านที่เป็นรูปแบบสังคมที่มีความคงทนยืนนาน จึงเสนอให้เปลี่ยนแนวทางในการพัฒนาไปเป็นการพึ่งตนเองอย่างในอดีต และเสนอบทบาทชนชั้นกลางในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับชาวบ้านนำทรัพยากรจากสังคมเมือง ไปให้กับชนบทมากขึ้น และคัดค้านการบีบบังคับของรัฐต่อหมู่บ้าน แนวคิดที่สาม เน้นลักษณะคุณค่าทางจริยธรรมของวัฒนธรรมพื้นบ้านที่เป็นอิสระและยังดำรงอยู่ในปัจจุบันในสถาบันหมู่บ้าน มากกว่าการเสนอให้ต่อต้านวัฒนธรรมของรัฐและระบบทุนนิยม การพัฒนาคือการสืบทอดวัฒนธรรมชุมชนอันดีงามและการพึ่งพาตนเองที่เคยมีมาแต่อดีต แต่กำลังสูญเสียไปและแนวคิดที่สี่ เน้นการต่อต้านกระแสการพัฒนาของรัฐและส่งเสริมชุมชนให้เข้มแข็งบนพื้นฐาน ศาสนธรรม



อภิชัย พันธเสน (2544 : 28) มีความเห็นว่าวัฒนธรรมชุมชน (Folk Culture) คือ ระบบคุณค่า (Value System) ที่รวบรวมมาได้จากประวัติศาสตร์ เป็นคุณค่าทั้งทางเศรษฐกิจ การเมือง และแนวคิดที่สัมพันธ์กันเป็นโครงสร้างมีผลต่อพฤติกรรมของคนในฐานะปัจเจกชน และคนในชุมชนในชีวิตทั้งหมด แนวคิดการสร้างคุณค่าและมูลค่าทางวัฒนธรรมชุมชนจึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการนำมาใช้วิเคราะห์แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในชุมชนเพื่อเสริมความมีเสถียรภาพของเศรษฐกิจ การสร้างคุณค่าและมูลค่าทางวัฒนธรรมให้เป็น “ทุน” เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้เพิ่มสูงขึ้น

อานันท์ กาญจนพันธ์ (2549 : 12) กล่าวสรุป ถึงวัฒนธรรมทางเศรษฐกิจ หมายถึงความสามารถของสังคมในการสร้างกลไกเชิงสถาบันเพื่อควบคุมให้เศรษฐกิจมีความต่อเนื่อง และมั่นคง ส่วนในอีกด้านหนึ่ง วัฒนธรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย ในความพยายามปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทั้งทางสังคมวัฒนธรรมและระบบนิเวศ

ศุภย์เศรษฐศาสตร์การเมือง โดยพิทยา ว่องกุล (2554 : 54) กล่าวว่า ภาวะแห่งการพัฒนาใหม่จำเป็นต้องอาศัยฐานคิดที่เป็นแกนกลาง ฐานคิดที่มีหลักปฏิสัมพันธ์กันระหว่างมนุษย์กับชุมชน มีชุมชนเป็นฐาน และฐานชุมชนที่ตั้งอยู่บนหลักการพัฒนาที่ปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ เน้นชุมชนต้องอยู่ร่วมกันในระบบนิเวศน์ที่ดีและประกอบเข้าเป็นองค์รวมเดียวกัน

พวงแก้ว พรพิพัฒน์ (2553 : 12) กล่าวสรุปถึง การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า การพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แหล่งรายได้ที่สำคัญในอนาคต จะต้องสร้างความพร้อมให้กับคนเป็นสำคัญในอนาคต เนื่องจากหัวใจของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ ความคิดสร้างสรรค์ที่อยู่บนฐานขององค์ความรู้จากการเรียนรู้ และภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สั่งสมมา นำมาผสมผสานกับวัฒนธรรม แล้วนำมาผลิตเป็นสินค้าโดยใช้เทคโนโลยี นวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

ปิยะนิตย์ โอนพรัตน์วิบูล (2553 : 5) กล่าวว่านโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถดำเนินไปบนพื้นฐานของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงได้โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน และนำศักยภาพและความรู้ของคนมาใช้อย่างรอบคอบและมีสติ เมื่อปัจเจกบุคคลนำศักยภาพและความคิดสร้างสรรค์ที่มีอยู่ไปสร้างสรรค์พัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณค่าและมีคุณภาพมากขึ้น จะสามารถสร้างรายได้เพื่อยังชีพให้แก่ตนและครอบครัวมากขึ้น ก็จะทำให้สามารถพึ่งตนเองได้และมีสินทรัพย์ส่วนเกินที่นำไปออม เป็นภูมิคุ้มกันเมื่อเกิดภาวะวิกฤติที่อาจเกิดขึ้นได้ ส่วนที่เหลือมากกว่านั้นก็สามารถนำไปช่วยเหลือจุนเจือครอบครัว ช่วยเหลือผู้ที่ด้อยโอกาสหรือด้อยศักยภาพกว่า และสร้างสรรค์คุณค่าที่ดีแก่ชุมชนและสังคม

สรุปได้ว่า แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ซึ่งในสังคมไทย องค์ความรู้ของชาวบ้าน ที่เรียกว่าภูมิปัญญาชาวบ้าน ภูมิปัญญาพื้นบ้าน มาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจบนฐานวัฒนธรรมเพื่อสร้างชุมชนและสังคมไทยให้เข้มแข็ง วัฒนธรรมกับการพัฒนาเศรษฐกิจจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากของสังคมไทยในยุคโลกาภิวัตน์ การพัฒนาเศรษฐกิจจึงต้องผสมผสานกับความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของคนในชุมชน ริเริ่มสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับสภาพวิถีการดำเนินชีวิตหรือวัฒนธรรมของคนในชุมชน จะทำให้ชุมชนมีศักยภาพในการนำทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ทุนทางเศรษฐกิจของชุมชนมาสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนเพิ่มมากขึ้นและใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ร่วมกันอย่างสูงสุด ในการวิจัยครั้งนี้ จึงมุ่งศึกษาภูมิปัญญาและการถ่ายทอดภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง



เพื่อนำมาสร้างสรรค์เป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ของคนในชุมชนที่ดำเนินชีวิตที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในชุมชนและสอดคล้องกับนโยบายของรัฐที่มุ่งให้สังคมไทยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยด้วยทุนทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมเพื่อนำสังคมไทยสู่สังคม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

1.1 งานวิจัยในอดีต นักวิจัยในประเทศหลายคนได้ศึกษาวิจัยเรื่องที่เกี่ยวข้องและมีความสัมพันธ์กับการศึกษาวิจัยเรื่อง ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนี้

ฉันทนา เอี่ยมสกุล (2550 : 8-10) ได้ศึกษานาฏศิลป์ไทยสร้างสรรค์ (จินตนาการ) พบว่า องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ ไม่ใช่เพียงความคิดริเริ่มแต่ประกอบด้วยลักษณะความคิดอื่น ๆ อีกด้วย อย่างไรก็ตามความคิดริเริ่มก็จัดเป็นลักษณะสำคัญที่ทำให้เกิดการเริ่มต้นขึ้น แต่ความสำเร็จของการสร้างสรรค์ก็จำเป็นต้องอาศัยลักษณะความคิดอื่น ๆ อีก ดังองค์ประกอบจากทฤษฎีโครงสร้างทางสติปัญญาของ Guilford (1968) ความคิดสร้างสรรค์ประกอบด้วย ความคิดริเริ่ม (Originality) ความคิดคล่องแคล่ว (Fluency) ความยืดหยุ่นในการคิด (Flexibility) และความละเอียดลออ (Flaboration) ความคิดริเริ่ม หมายถึง ลักษณะความคิดแปลกใหม่ซึ่งแตกต่างจากความคิดปกติ โดยเกิดจากการนำเอาความรู้เดิมมาดัดแปลงและประยุกต์ให้เกิดเป็นสิ่งใหม่ขึ้น ความคิดริเริ่มจึงเป็นลักษณะความคิดที่คิดขึ้นครั้งแรก เป็นความคิดที่แปลกแตกต่างจากความคิดเดิม และอาจไม่มีใครเคยมีหรือคิดถึงมาก่อน ความคิดริเริ่มจำต้องอาศัยลักษณะความคิด กล้าลองเพื่อทดสอบความคิดของตน ความคิดริเริ่มมักจำเป็นต้องอาศัยความคิดจินตนาการควบคู่กันไปด้วย ความคิดริเริ่มจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของความคิดสร้างสรรค์

ธนกร ภิบาลรักษ์ (2551 : 166 -168) ได้ศึกษาการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาการทอเสื้อจันทบุรี เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของจังหวัดจันทบุรี ได้พบอุปสรรค ปัญหาในเรื่องต่างๆ ดังนี้

- 1) ขาดการออกแบบที่เหมาะสมกับความนิยมของผู้ซื้อ ทั้งด้านลวดลาย ด้านสีสันทัน และรูปแบบของผลิตภัณฑ์เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย
- 2) การขาดเงินทุนหมุนเวียนในการที่จะนำไปซื้อวัสดุอุปกรณ์ เช่น สีย้อมกก เส้นปอ หรือค่าจ้างแรงงาน
- 3) การควบคุมด้านปริมาณและคุณภาพของผลผลิตเนื่องจากจำนวนสมาชิกของกลุ่มไม่แน่นอน บางคนไม่ยึดการทอเสื้อเป็นอาชีพหลักเมื่อว่างจากภารกิจอื่น ๆ แล้วจึงหันมาทอเสื้อเป็นอาชีพเสริม ซึ่งทำให้การทอเสื้อไม่ต่อเนื่อง ปริมาณและคุณภาพของผลผลิตจึงไม่แน่นอน
- 4) การผลิตสินค้าที่ไม่ทันต่อความต้องการของผู้บริโภคที่สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบเฉพาะและมีปริมาณมาก เนื่องจากระบบการบริหารการจัดการของกลุ่มที่ยังขาดมาตรฐานและมีระบบของการควบคุมคุณภาพที่เหมาะสม ผู้วิจัยจึงมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อกจันทบุรี เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยมีการพัฒนารูปแบบจากเสื้อธรรมดา มาเป็นเสื้อที่มีลายต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น โดยได้พัฒนาลวดลายใหม่ ๆ



5) รูปแบบคือ ลายต้นแบบยางพารา ลายว่าววงเดือน ลายโดมหรือคันทันไฟใส ลายสายน้ำ และลายใบดาโอ๊ะ สีที่ใช้ในอดีตมีเพียงแค่ 3 - 4 สีเท่านั้น แต่ปัจจุบันมีสีให้เลือกมากขึ้น ในด้านของรูปแบบใช้การสำรวจจากความต้องการของลูกค้าว่าต้องการสินค้าประเภทใด และต้องพัฒนาให้เหมาะสมและเน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก สำหรับกลยุทธ์การจัดจำหน่ายนั้น พบว่า กลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ควรมีให้เลือกหลายรูปแบบมากที่สุด กลยุทธ์เกี่ยวกับราคา พบว่า ราคาของผลิตภัณฑ์ควรเหมาะสมกับขนาดและรูปแบบของผลิตภัณฑ์มากที่สุด

กุลธิดา มังกรไชยยา (2551 : 157 - 159) ได้วิจัยภูมิปัญญาชุมชนบ้านบุในการผลิตชั้นลงหินเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน พบว่า ชั้นลงหินเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านภูมิปัญญาการทำชั้นลงหินของปราชญ์ชาวบ้าน เป็นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงจนเกิดความชำนาญ มีทักษะมีความเชื่อ จนแสดงออกเป็นพฤติกรรม มีวิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาโดยอาศัยความสัมพันธ์ในครอบครัว ซึ่งมีวิธีส่งผ่านความรู้โดยการบอกเล่าด้วยวาจาของผู้ถ่ายทอด (มุขปาฐะ) ผู้รับการถ่ายทอดต้องสังเกต จดจำ การทำเลียนแบบของผู้ถ่ายทอด ครูพักลักจำ ตลอดจนสอบถามจากผู้ถ่ายทอดภูมิปัญญา แล้วนำมาฝึกฝนตนเองมากๆ จนเกิดเป็นทักษะจนชำนาญ จากการศึกษาพบว่าแนวทางในการจัดการผลิตภัณฑ์ชั้นลงหินเชิงธุรกิจในระดับชุมชนมี 5 ด้าน คือ

- 1) การวางแผน (Planning) โดยกำหนดไว้ในแผนพัฒนาชุมชนประกอบด้วยกิจกรรมเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาการทำชั้นลงหิน เป็นตลาดการค้า การขายผลิตภัณฑ์
- 2) การจัดองค์กร (Organizing) แต่งตั้งคณะกรรมการรับผิดชอบ
- 3) การบริหารบุคคล (Staffing) โดยมีหน่วยงานรับผิดชอบ
- 4) การนำหรืออำนวยการ (Directing) โดยหน่วย งานที่รับผิดชอบเป็นเจ้าภาพ มีหน้าที่แสวงหาความร่วมมือในการส่งเสริม สนับสนุน อำนวยความสะดวก

- 5) การควบคุม (Controlling) โดยการติดตาม ประเมินผล การตรวจสอบผลงาน ตรวจสอบคุณภาพ เพื่อปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาผลิตภัณฑ์

พระรัฐกร สุขอ้วน (2551 : 149-150) ได้วิจัยภูมิปัญญาพื้นบ้านในการอนุรักษ์ฟื้นฟูและพัฒนาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาเชิงเศรษฐกิจชุมชน จังหวัดศรีสะเกษ พบว่าวิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาการทำหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนมีวิธีส่งผ่านความรู้โดยการบอกเล่าด้วยวาจาของผู้ถ่ายทอด (มุขปาฐะ) ผู้รับการถ่ายทอดจะต้องสังเกตใช้การจดจำ การเลียนแบบของผู้ถ่ายทอด ครูพักลักจำ ตลอดจนการสอบถามจากผู้ถ่ายทอดภูมิปัญญาพื้นบ้าน แล้วนำมาฝึกฝนตนเองมาก ๆ จนเกิดเป็นทักษะมีความชำนาญจึงเกิดมีช่างฝีมือที่เก่งต่อไป ส่วนรูปแบบการถ่ายทอดภูมิปัญญาพื้นบ้าน คือ การสาธิตให้ดูเป็นตัวอย่าง ให้ปฏิบัติจริง สอนทางคำพูด พ่อแม่สอนลูก ผู้ถ่ายทอดหรือปราชญ์ชาวบ้านจะเริ่มจากการถ่ายทอด โดยการให้ปฏิบัติจริงตามความถนัด ความรู้ความสามารถ เทคนิคการทำที่มีลักษณะเฉพาะให้กับคนในครอบครัวและเครือญาติด้วยการซึมซับจากวิถีชีวิตที่ครอบครัว วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาปรับเปลี่ยนไปจากการเรียนรู้ของคนในครอบครัวมาเป็นการเรียนรู้จากผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญแทน

พระมหาชุติพนธ์ ชาติตร (2551 : 191) ได้วิจัยหัตถกรรมพื้นบ้าน หมอนขิด บ้านศรีฐานกับการพัฒนาเพื่อการส่งออก พบว่า วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาการทำหมอนขิดบ้านศรีฐานมีการสืบสานการทำหมอนขิดให้เยาวชนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้โดยอาศัยความสัมพันธ์ภายในครอบครัว



พ่อแม่ ญาติ ผู้รู้รุ่นลูกหลาน ซึ่งมีวิธีการส่งผ่านความรู้โดยการบอกเล่าด้วยวาจา ของผู้ถ่ายทอดมุขปาฐะ ผู้รับการถ่ายทอดต้องสังเกต ใช้การจดจำ การเลียนแบบของผู้ถ่ายทอดตลอดจนสอบถามจากผู้ถ่ายทอดภูมิปัญญาแล้วนำมาฝึกฝนตนเองมาก ๆ จนเกิดเป็นทักษะมีความชำนาญ ดำเนินการในระดับครัวเรือนจากอดีตจนถึงปัจจุบัน แนวทางการพัฒนาหมอนขิด บ้านศรีฐานต้องคำนึงความต้องการของตลาด การออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีจุดเด่นของบ้านศรีฐาน หมอนขิด ควรมีหลายรูปแบบ ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะมีอยู่ 3 ลักษณะคือ ศึกษาดูงานจากที่อื่นแล้วนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้ดียิ่งขึ้น ผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้า และสำรวจผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของตลาด แล้วนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดยการผลิต ควรมีการรวมกลุ่มกันผลิตหมอนขิดเพื่อส่งออกในรูปแบบต่าง ๆ ที่สะท้อนวิถีชีวิตวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมบ้านศรีฐาน คงความเป็นเอกลักษณ์เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เหนียวแน่น ในอดีต การผลิตหมอนขิดจะใช้แรงงานคนในทุกขั้นตอน แต่ในปัจจุบันได้นำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการทุ่นแรงในทุกขั้นตอน โดยมีการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้มีความชำนาญ จุดเด่นของการผลิตหมอนขิดบ้านศรีฐาน คือ

1) ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะเป็นที่ต้องการของตลาดลูกค้า

2) ใช้แรงงานในพื้นที่

3) เป็นงานที่ผลิตจากมือ

4) มีการดำเนินธุรกิจครบวงจร มีการผลิต การจัดจำหน่าย การขยายเครือข่าย และการตลาด

5) กระบวนการผลิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม ส่วนการการจัดการเพื่อการส่งออก การจัดการธุรกิจซึ่งเป็นหน้าที่ที่จำเป็น ที่ทุกคนต้องปฏิบัติ

ทั้งนี้เพื่อให้การจัดการหมอนขิดประสบผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีกระบวนการดำเนินงาน คือ การวางแผน (Planning) หมายถึง การกำหนดแผนงานหรือวิธีการปฏิบัติงาน ไว้เป็นการล่วงหน้า การจัดองค์กร (Organizing) คือ การพัฒนาระบบการทำงานเพื่อให้งานต่าง ๆ สามารถดำเนินไปได้โดยมีการประสานงานกันอย่างดี การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) หมายถึง การกิจทางการจัดการที่เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรขององค์กร โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะทำให้องค์กรธุรกิจมีกำลังที่มีประสิทธิภาพ พร้อมทำงานในทุกตำแหน่ง การอำนวยการสั่งการ (Direction) หมายถึง กิจกรรมทุกอย่างที่มุ่งผลักดันให้พนักงานทำงานตามที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และการควบคุม (Controlling) หมายถึง การตรวจสอบดูว่าทุกสิ่งทุกอย่างดำเนินการสอดคล้องไปตามแผน คำสั่ง และหลักการที่ได้วางไว้หรือไม่ โดยต้องมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ปรับปรุงอยู่เสมอ เพื่อให้มีการพัฒนาและสร้างความสนใจให้กับลูกค้า ให้มีการมุ่งใจในการอยากซื้อสินค้าตัวใหม่ด้วย แต่ก็ไม่ลืมสินค้าตัวเดิม และรักษาเอกลักษณ์ของสินค้านั้นไว้ให้กับลูกหลานสืบทอดกันต่อไป มีการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ในด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ และด้านการตลาดอยู่อย่างสม่ำเสมอ

1.2 งานวิจัยในปัจจุบัน

ชลพรรษ ดวงนภา (2552 : 359) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการใช้หลักเศรษฐศาสตร์เชิงพุทธในการจัดการป่าวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดตราด ผลการศึกษาพบว่าแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดตราดโดยการจัดการป่าวัฒนธรรมเป็นกิจกรรมที่ครบวงจร ได้แก่



การผลิต การแปรรูปผลผลิตที่ได้จากป่า และการตลาดจำหน่ายผลผลิต มีการทำงานที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจชุมชน เป็นกิจกรรมที่บุคคล องค์กรชุมชนหรือเอกชนร่วมกิจการช่วยกันดำเนินงานด้วยตนเองทั้งหมด หรือบางส่วนโดยประสานทำงานกับพหุภาคีและผู้คนในท้องถิ่น มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสมช่วยเหลือการผลิต การตลาด การจัดการร่วมกันในเรื่องเกี่ยวกับการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร การค้าขาย การบริการ การท่องเที่ยว การพัฒนาส่งเสริมวัฒนธรรมในท้องถิ่นเพื่อมุ่งให้เกิดรายได้ส่งผลกระทบต่อบุคคล ครอบครัวและชุมชน

วฤต วิศรุตเวศม์ (2552 : 298-306) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาเครื่องประดับเงินจากภูมิปัญญาพื้นบ้าน เพื่อเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดสุรินทร์ สรุปได้ว่า ปัญหาที่เกิดกับชุมชน คือ การผลิตใช้เงินลงทุนสูง คนรุ่นใหม่ไม่ให้ความสนใจเรียนรู้ ช่างผู้ผลิตขาดการพัฒนาทักษะและเทคนิคการผลิตใหม่ ๆ การวางแผนการผลิตในภาพรวมของชุมชน และการคิดประดิษฐ์รูปทรงและลายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไม่มีมาตรฐานกลางที่ใช้ควบคุมคุณภาพการผลิต และขาดการแก้ไขจุดด้อยของผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการแตกชำรุดเสียหาย ผู้วิจัยจึงมีแนวทางพัฒนาโดยใช้แนวคิดเชิงประยุกต์เกี่ยวกับศิลปะมาเพิ่มรูปแบบและลวดลายเพิ่มขึ้น พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความคงทนในการใช้งาน จัดกิจกรรมการผลิตสำหรับเยาวชน ให้การยกย่องปราชญ์ชุมชน จัดการประชุมสัมมนา จัดการแสดงและเผยแพร่ทางสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง จัดกิจกรรมนำช่างผู้ผลิตไปศึกษาดูงานในแหล่งผลิตอื่น ๆ ดำเนินการจัดตั้งศูนย์ฝึกปฏิบัติในชุมชน และวางระบบเครือข่ายการผลิตทั้งภายในและนอกชุมชนเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจให้เกิดรายได้และสามารถพึ่งตนเองได้

อนุชิต กลุมาลา (2552 : 444-449) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านงานจักสานไม้ไผ่ เพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ ในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านงานจักสานไม้ไผ่ ได้มีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านงานจักสานไม้ไผ่ที่เป็นไปตามศักยภาพของผู้ผลิตในท้องถิ่นที่ยังคงไว้ซึ่งคุณค่าของงานหัตถกรรมพื้นบ้านตามแบบบรรพบุรุษและที่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพการณ์ของสังคมปัจจุบันเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดผู้บริโภคยิ่งขึ้น เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ให้มีราคาเพิ่มสูงขึ้น โดยผู้วิจัยได้นำผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ของชุมชนหมู่บ้านที่ทำการศึกษาวิจัยมาดำเนินการพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ โดยมีการเปลี่ยนแปลงรูปทรง และขนาดของผลิตภัณฑ์ให้มีรูปทรงที่เปลี่ยนไปมีความหลากหลาย เส้นตอก เป็นการพัฒนาเส้นตอกซึ่งเป็นวัสดุในงานจักสาน โดยการทำเส้นตอกมีความเหนียวทนทาน ป้องกันเชื้อราและมอดด้วยการต้มกับสารส้มและเกลือ มีการนำเอาลวดลายจักสานเดิมมาสานเป็นลวดลายในงานจักสานประเภทใหม่ ที่เปลี่ยนรูปแบบหรือประโยชน์ใช้สอยไปจากเดิมโดยสิ้นเชิง และยังมีการใช้ภาชนะที่มีอยู่เป็นต้นแบบในการห่อหุ้มการจักสานเข้าไป สีที่ใช้ในการย้อมไม้ไผ่ก็ใช้วิธีไล่สีจากเข้มไปหาสีอ่อน ตามด้วยการเคลือบเงาและทาด้วยสารสังเคราะห์เพื่อเป็นการป้องกันมอดและเชื้อรา นอกจากนี้ยังใช้ส่วนประกอบอื่น ๆ เข้ามาตกแต่งเพื่อความสวยงามและยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ อีก

วิภา แก้วปานกัน (2552 : 163-163) ได้วิจัยแนวทางการพัฒนาหัตถกรรมเครื่องจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชน พบว่า แนวทางการพัฒนาหัตถกรรมเครื่องจักสานไม้ไผ่มีแนวทางการดำเนินงาน

1) พัฒนาทางด้านวัตถุดิบ โดยควรส่งเสริมให้ชาวบ้านมีการปลูกป่าเพื่อที่จะได้ไม้ไผ่ที่มีคุณภาพมาจักสาน สนับสนุนด้านเงินทุนดำเนินการ ควรสนับสนุนด้านแรงงาน โดยให้หน่วยงาน



ต่าง ๆ ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา บูรณาการร่วมกัน จัดทำหลักสูตรด้านหัตถกรรมพื้นบ้าน สนับสนุนด้านเทคนิคการผลิต และสนับสนุนด้านการตลาด โดยควรจัดตั้งศูนย์เพื่อจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมในจังหวัดและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

2) พัฒนาวิธีการจัดทำผลิตภัณฑ์โดยควรส่งวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือในการอำนวยความสะดวกเพื่อเพิ่มผลผลิต

3) พัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยควรออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะเด่น ไม่เหมือนใคร เป็นเอกลักษณ์ในท้องถิ่น และเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและประเพณีวัฒนธรรม สภาพอายุและวัย

4) การพัฒนาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ โดยควรจัดทำหรือส่งเสริมเกณฑ์มาตรฐานในการรับรองคุณภาพแสดงเครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์ชุมชน พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับและสามารถประกันคุณภาพ ซึ่งแนวทางสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มี 4 ด้าน (1) ด้านปัจจัยการผลิต มุ่งส่งเสริมให้ผู้ผลิตเลือกใช้ปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพในท้องถิ่น การปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต พัฒนาประสิทธิภาพ ทักษะฝีมือแรงงานการผลิต (2) ด้านผลิตภัณฑ์ พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์การแปรรูป และการบรรจุหีบห่อให้ถึงระดับที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงาน การมีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน (3) การสร้างสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล (4) การสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิตให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้ในเรื่องการพัฒนาการผลิตและแปรรูป การตลาด การบริหารจัดการกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ

5) การพัฒนาด้านประโยชน์ใช้สอย โดยควรจัดทำให้เหมาะสมกับสภาพการใช้สอยให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นที่สืบเนื่องกันมา

6) การพัฒนาด้านการบรรจุภัณฑ์ โดยควรจัดทำบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อป้องกันไม่ให้เปรอะเปื้อน และกระทบกระแทก ที่จะทำให้สินค้าที่บรรจุอยู่ภายในได้รับความเสียหาย แต่ความเป็นจริงแล้ว บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะนอกจากจะช่วยปกป้องสินค้าแล้ว บรรจุภัณฑ์นั้นยังเปรียบเสมือนหน้าต่างที่จะช่วยปลุกเร้าให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจที่จะอยากซื้อสินค้า ไม่ว่าจะเป็นเหตุผลของความงาม สี สัน หรือการพกพาสะดวก

วิศรุตา อรุณรัตน์ (2552 : 84-85) ศึกษาวิจัยเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนการทำเสื่อกระจูดของกลุ่มเสื่อกระจูดทะเลน้อย จังหวัดพัทลุงพบว่า ปัญหาในการผลิตเสื่อกระจูดประกอบด้วย 1) เสื่อกระจูดที่จำหน่ายได้ราคาไม่สูงมากนักเพราะราคาเสื่อกระจูดถูกกำหนดโดยพ่อค้าคนกลาง อีกทั้งคู่แข่งหากขายเสื่อกระจูดในราคาที่สูงก็อาจจะไม่สามารถขายได้ 2) วัตถุดิบในการผลิตซึ่งก็คือกระจูดขาดแคลนเพราะแหล่งผลิตถูกทำลายทั้งจากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและจากฝีมือมนุษย์ ทำให้กระจูดมีราคาสูงขึ้น 3) สีย้อมกระจูดทำลายสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ เพราะไม่ได้ใช้สีธรรมชาติในการย้อมสีกระจูด 4) ผลผลิตที่ได้อาจไม่แน่นอนเพราะการผลิตเสื่อกระจูดเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนยังต้องใช้วิธีการตากกระจูดให้แห้งเองตามธรรมชาติ ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ ถ้าช่วงที่มีแดดออกก็สามารถผลิตได้มาก แต่ถ้าช่วงไหนฝนตกหนักก็ไม่สามารถผลิตเสื่อกระจูดได้



พระมหาโสฬส พรหมมา (2553 : 192-193) ได้วิจัยแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านหินอ่อนกำแพงเพชร เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชน พบว่า ภูมิปัญญาถ่ายทอดและการสืบทอดในการแปรรูปผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านหินอ่อนยังคงเป็นลักษณะการถ่ายทอดและเรียนรู้เฉพาะถิ่น คือ การผลิตตามๆกันมาจากครูช่าง หรือที่เรียกว่า ปราชญ์ชาวบ้าน หรือพ่อแม่ ลักษณะการถ่ายทอดและสืบทอดภูมิปัญญาพ่อแม่หรือคนในครอบครัวเป็นผู้ถ่ายทอด นายช่างเป็นผู้ถ่ายทอด ส่วนการสืบทอดจะมีการเรียนรู้จากผู้รู้ที่เป็นช่างในโรงงานสืบทอด ๆ กันมาด้วยวิธีการบอกเล่า แนะนำ แล้วลงมือปฏิบัติจริง ฝึกฝนจนเกิดความชำนาญใช้ได้ และเป็นผู้ถ่ายทอดต่อ ๆ ไปอีกทอดหนึ่ง ส่วนองค์ความรู้ภูมิปัญญาในการแปรรูปผลิตภัณฑ์หินอ่อนหลัก ๆ มี 9 ขั้นตอน จากการศึกษายังพบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์หินอ่อนเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชนพบว่ามีองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ 1) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ 2) ด้านบรรจุภัณฑ์ 3) คุณภาพการผลิต 4) ด้านการขาย 5) ด้านส่งเสริมการขาย

ศาสตรา เหล่าอรรค (2554 : เว็บไซต์) ได้วิจัยการพัฒนามาตรฐานของเล่นพื้นบ้านเด็กอีสาน ในจังหวัดมหาสารคาม เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชนพบว่าการถ่ายทอดกระบวนการทำของเล่นพื้นบ้านส่วนใหญ่จะเป็นการสังเกตเอาเองว่าทำอย่างไร ใครมีความคิดสร้างสรรค์ก็ประยุกต์ตามความพอใจ หรือถ้าเป็นช่างหรือใครที่มีฝีมือก็สอบถามเทคนิควิธีการที่ทำให้ทำได้ดี

ชาตรี เกษโพนทอง (2554 : 250 – 254) ศึกษาการสืบสานวัฒนธรรมมอญเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันในการใช้สื่อของเด็กและเยาวชนในเขตปริมณฑล พบว่าวัฒนธรรมมอญมีความเข้มแข็งมีการอนุรักษ์และสืบสานได้อย่างต่อเนื่องเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไทย เนื่องจากคนไทยยอมรับหรือรับเอาวัฒนธรรมมอญมาใช้มาตั้งแต่อดีต ความกลมกลืนทางวัฒนธรรมและความต้องการในการแสดงความเป็นชาติของชาวมอญ การสืบสานวัฒนธรรมมอญ ทั้งความคิดความเชื่อ ประเพณีพิธีกรรมจารีตและการปฏิบัติต่อกันในสังคม รวมทั้งภูมิปัญญาโดยเฉพาะการรำมอญและเครื่องปั้นดินเผาให้เด็กและเยาวชนปลอดพ้นการสื่อในทางที่ผิดนั้นจะต้องสื่อให้เด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจและเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมตนเองอย่างถ่องแท้ ให้เด็กและเยาวชนมีความเป็นเจ้าของ มีส่วนร่วมและได้ปฏิบัติจริงในกิจกรรมทางวัฒนธรรม ให้เด็กและเยาวชนใช้เวลาว่างในการสร้างสรรค์สืบสานวัฒนธรรมและใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ในการสืบสานวัฒนธรรม

อริญ วานิชกร (2555 : เว็บไซต์) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกเครื่องปั้นดินเผา ร่วมสมัยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลเกาะเกร็ด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการผลิตและความต้องการของนักท่องเที่ยวตลอดจนพัฒนาเครื่องปั้นดินเผาแบบใหม่ที่สอดคล้องกับบริบทสังคมเมือง พบว่าด้านการผลิต ดินที่ใช้ปั้นในปัจจุบันเป็นดินที่ได้จากจังหวัดปทุมธานี ลักษณะของสีที่ได้จากการเผา ได้แก่ สีส้ม สีแดง สีเทา สีดำ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอุณหภูมิในการเผา ยิ่งอุณหภูมิสูงสีจะเข้มขึ้นตามลำดับ เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดมีจุดเด่นอยู่ที่การผลิตขึ้นรูปด้วยมือ โดยใช้แป้นหมุน มีผลลดทอนจากการแกะสลักที่วิจิตรอ่อนช้อยและรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นงานหัตถกรรมอย่างแท้จริง เนื้อดินเผาพื้นผิวธรรมชาติไม่มีการเคลือบใดๆ เมื่อสัมผัสจะรู้สึกเย็นสามารถบำบัด ผ่อนคลายได้ ส่วนข้อจำกัดคือ ไม่สามารถผลิตครั้งละมากได้เนื่องจากงานมีความละเอียดประณีตสูง ช่างปั้นและช่างแกะสลักที่มีความชำนาญมีน้อย เตาเผาขนาดใหญ่ ต้องรอเตาเต็มจึงจะมีการเผาเพื่อประหยัดพลังงาน ฤดูกาลเปลี่ยนแปลง ฝนตก น้ำท่วม ขาดรูปแบบเรียบง่าย รูปแบบที่มีส่วนใหญ่วางราคาสูงและไม่ใช่วัตถุประสงค์ที่จำเป็นต่อการใช้งาน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อเป็นของฝากของที่ระลึก นำไป



ตกแต่ง ต้องการความเป็นไทยร่วมสมัยมากขึ้น โดยต้องการรูปแบบที่ได้แรงบันดาลใจจากธรรมชาติ มีความแตกต่างและเน้นประโยชน์ใช้สอย รูปแบบที่พัฒนาเอกลักษณ์ของเกาะเกร็ดคือรูปทรงของหม้อลายวิจิตรและรูปทรงของเจดีย์เอียงวัดปรมัยยิกาวาส ผลิตภัณฑ์ที่มีพื้นผิวสัมผัสที่เย็น มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานขึ้น เน้นการประดับตกแต่งและใช้งานบนโต๊ะประเภทต่างๆ เช่น โต๊ะอาหาร โต๊ะรับแขก โต๊ะทำงาน การออกแบบรูปทรงแบ่งเป็น 3 แนวทางคือ แนวทางแรกได้แรงบันดาลใจจากการเจริญเติบโตของพืช แนวทางต่อมาคือแรงบันดาลใจจากใบไม้ ใบเฟิร์น พร้อมกับการใส่ฟังก์ชันให้เป็นที่ใส่สินสอด นามบัตร สามารถใส่หลอดแก้วเพื่อเป็นแจกัน หรือจะใส่แปรงสีฟันและสบู่ในห้องน้ำ แนวทางสุดท้ายได้จากการตัดทอนลดทอนและเส้นโครงสร้างของหม้อลายวิจิตรของเดิม เพื่อเป็นนาฬิกาใส่ของหม้อลายวิจิตรอันจิ๋วใช้ทับกระดาษ ห้อยกุญแจหรือฟังก์ชันอื่นๆแล้วแต่ผู้จะใช้จะใส่จินตนาการลงไปได้ ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้สามารถลดต้นทุนการผลิตและมีประโยชน์ใช้สอยมากขึ้นสามารถใช้เป็นแนวทางส่งเสริมการอนุรักษ์ควบคู่กับการสร้างสรรค์เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาลต่อไป

ทัศนา หงส์มา (2555 : 93 - 94) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้บริโภคพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าอาหารเพื่อเป็นของฝาก/ของที่ระลึก ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP เรียงลำดับจากมากไปหาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านการจัดจำหน่าย จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านประเภทของสินค้า OTOP ในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ยกเว้นเพศของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ยกเว้นระดับการศึกษาของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านลักษณะในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ยกเว้นการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมด้านประเภทของสินค้า OTOP ในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดยกเว้นด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดยกเว้นด้านการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมด้านลักษณะในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

สรุป ในอดีตมีการวิจัยแยกส่วนทั้งส่วนหัตถกรรมพื้นบ้านและแนวคิดของการพัฒนา ระยะหลังได้มีการวิจัยเกี่ยวกับแนวคิดการสร้างสรรค์ การใช้หัตถกรรมพื้นบ้านเป็นทุนทางวัฒนธรรมในการพัฒนาชุมชนมากขึ้น ทั้งการใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เชิงพุทธในการจัดการปาวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดตราด แนวทางการพัฒนาเครื่องประดับเงินจากภูมิปัญญาพื้นบ้านเพื่อเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดสุรินทร์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านงานจักสานไม้ไผ่ เพื่อเพิ่มมูลค่าเชิง



พาณิชย์ ในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง การพัฒนาหัตถกรรมเครื่องจักสานไม้ไผ่ในจังหวัด นครราชสีมา การศึกษาด้านทุนและผลตอบแทนการทำเลื่อกระดูกของกลุ่มเลื่อกระดูกทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านหินอ่อนกำแพงเพชรเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ชุมชน การพัฒนามาตรฐานของเล่นพื้นบ้านเด็กอีสาน ในจังหวัดมหาสารคาม การสืบสานวัฒนธรรม มอญเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันในการใช้สื่อของเด็กและเยาวชนในเขตปริมณฑล การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึก เครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลเกาะเกร็ด การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นต้น และยังไม่มีการศึกษาการใช้หัตถกรรมพื้นบ้านเครื่องปั้นดินเผาไทธรรมัญญภาค กลางในฐานะทุนทางวัฒนธรรมและการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการเฉพาะ

2. งานวิจัยต่างประเทศ

2.1 งานวิจัยในอดีต

MPark (1998 : 2894-A) ได้ศึกษากลยุทธ์ในการพัฒนาเพื่อพึ่งพาตนเองและการ พัฒนาชนบทของชาวเกาหลี พบว่า กลยุทธ์ในการพัฒนาเพื่อพึ่งพาตนเองนั้น มีหลัก 3 ประการ คือ ประการที่หนึ่ง ควรหาจุดสมดุลของการพัฒนาอุตสาหกรรมหนัก อุตสาหกรรมเบา และการเกษตร ประการที่สอง การทำอุตสาหกรรมควรดำเนินการ โดยใช้ทรัพยากรในประเทศและแหล่งเงินทุนใน ประเทศ และประการที่สาม การพัฒนาเทคโนโลยีและการเพิ่มผลผลิต ควรเน้นไปที่การบริหารงาน บุคคลและผลการดำเนินงานทำให้การพัฒนาของเกาหลีประสบความสำเร็จพอสมควรแม้จะได้รับ ผลกระทบจากเศรษฐกิจภายนอกประเทศก็ตาม

Colleen, Colleen และ Jordan (1999 : 178-243) ได้ศึกษาวิธีการขยาย ช่องทางตลาดของแบรนด์สินค้าเพื่อให้เป็นที่ยอมรับผลการวิจัยพบว่าใน แปรนด์ต่าง ๆ มีการขยาย ช่องทางการตลาดเพื่อให้สินค้าเป็นที่ยอมรับเหมือนกันอยู่สองวิธีคือ การลดราคาต้นทุนและการเพิ่ม ช่องทางการตลาด ส่วนวิธีการอื่น เช่น การโฆษณา การขายสินค้าแบบชุด หรือการเปรียบเทียบ คุณภาพสินค้ากับคู่แข่งในในแต่ละแบรนด์จะไม่ใช้วิธีเดียวกัน เป็นต้น

Ricky และ Judith (1999 : unpagged) ได้ศึกษาการเลียนแบบที่มีผลกระทบกับ การสร้างนวัตกรรมใหม่และการแข่งขัน ผลการวิจัยพบว่าสาเหตุที่ผู้บริโภคเลือกใช้สินค้าแบรนด์ที่ตน มั่นใจเกิดจากสินค้าของแบรนด์มีคุณภาพ (Bran Insure Quality) สินค้าของแบรนด์มีความเสี่ยงน้อย (Bran Reduce Risk) สินค้าของแบรนด์มีชื่อเสียงกว้างขวาง (Bran Communicate Social Status) สินค้าของแบรนด์มีความน่าเชื่อถือ (Bran Create Trust) และสินค้าของแบรนด์หาซื้อได้ ง่ายตามสถานที่ต่าง ๆ (Bran Allow a Differentiated Distribution) ซึ่งการเลียนแบบจะทำให้ ความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการค้าของตราสินค้าและนวัตกรรมใหม่หมดไป

Schonwald (2000 : unpagged) ได้วิจัยกลยุทธ์ทางการตลาด ผลการวิจัย พบว่ามุมมองของการขายและการตลาดของธนาคารชุมชนในอเมริกาว่า นักการตลาดที่มีประสบการณ์ จากธุรกิจการขาย เพื่อที่จะให้ผลกำไรนั้นต้องเป็นระบบตลาดเชิงรุก และกลยุทธ์ทางการตลาด จึงต้องครอบคลุมถึงการสร้างวัฒนธรรมการขาย การกำหนดสิ่งแวดล้อมของตลาดการสร้างตราหรือ ยี่ห้อและการกำหนดลูกค้าเป้าหมาย



Pang Lo Liu, Wen Chin Chen และ Chih Hung Tsau (2005 : 585-594) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับยุทธศาสตร์การพัฒนาในการอุตสาหกรรมของไต้หวัน พบว่า ความเจริญก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เป็นไปอย่างรวดเร็ว ในตลาดการค้าวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์จึงสั้นลงกว่าแต่ก่อนมาก บริษัทต้องปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงกลวิธีอย่างรวดเร็วและทำการวิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น เลือกผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ให้เหมาะสมกับเทคโนโลยี รู้ถึงความต้องการของลูกค้าและการคุกคามของคู่แข่งรายใหม่ ๆ ยุทธวิธีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยบริษัทให้อยู่รอด และควรปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง งานวิจัยชิ้นนี้ได้วิเคราะห์ถึงเทคโนโลยีขั้นสูงของบริษัทในไต้หวันเกี่ยวกับการใช้ความรู้เป็นเครื่องมือในการจัดการและวิธีพัฒนาผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ ซึ่งพบว่าเป็นผลดีกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับบริษัทที่ใช้ความรู้ในการจัดการ กลวิธีพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่างออกไปของบริษัทนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรมใหม่ ๆ จะมีประสิทธิภาพมากกว่าวิธีการลอกเลียนแบบ บริษัทที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงที่ใช้ความรู้ในการจัดการเพื่อใช้กลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จะพบกับความสำเร็จ

Choi และ Cheung (2007 : 438-452) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพื้นฐานสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีเศรษฐกิจ และการศึกษาของโลก มีการเปลี่ยนแปลง ทำให้เกิดความสนใจศึกษาผลกระทบถึงคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน เพื่อสร้างความมั่นใจ สร้างความเชื่อมั่นในความสามารถของคนในสังคมชุมชน ใช้ภูมิปัญญาในการปรับตัวสัมพันธ์ในสภาพแวดล้อมหรือระบบนิเวศของชุมชน พบวิธีสร้างคุณภาพให้บรรลุวัตถุประสงค์และปรับปรุงชีวิตให้ดีขึ้น คือ ต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการคิดผลิตนโยบาย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญา ประสบการณ์ และเสียงของคนในชุมชน เป็นยุทธศาสตร์การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตโดยกระบวนการ นโยบาย ซึ่งสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง

สรุป ที่ผ่านมามีงานวิจัยในประเทศเกี่ยวกับหัตถกรรมพื้นบ้านและการพัฒนาชุมชนเกี่ยวกับการศึกษากลยุทธ์ในการพัฒนาเพื่อพึ่งพาตนเองและการพัฒนาชนบทของชาวเกาหลี การขยายช่องทางตลาดของแบรนด์สินค้าเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ การเลียนแบบที่มีผลกระทบกับการสร้างนวัตกรรมใหม่และการแข่งขัน กลยุทธ์ทางการตลาดของธนาคารชุมชนในอเมริกา ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เป็นยุทธศาสตร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับยุทธศาสตร์การพัฒนาในการอุตสาหกรรมของไต้หวัน และพื้นฐานสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีเศรษฐกิจและการศึกษาของโลก ไม่มีการศึกษาในมิติการพัฒนาวัฒนธรรมชุมชนในฐานะทุนทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะ

2.2 งานวิจัยในปัจจุบัน

Cafarelli (2011 : 925-A) ได้พบว่าภายในองค์กรหนึ่งๆ ถ้าได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง องค์กรประกอบที่ส่งผลการแก้ไขปัญหานั้นที่เอื้อและไม่เอื้อประโยชน์ การวิเคราะห์ได้แบ่งเป็น 3 กลุ่มย่อยๆ คือ อุตสาหกรรมเทคโนโลยี และภาระหน้าที่ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตลาดทางอุตสาหกรรมนั้น องค์กรประกอบที่เอื้อต่อการแก้ปัญหาีมีมากแต่ทางด้านเทคโนโลยีนั้นมีไม่มาก

Seibert (2010 : 1320 - A) ได้พบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ล้วนต้องบูรณาการจากหลายๆฝ่าย ฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิต หรือนวัตกรรมการผลิต และยังพบว่าผู้ผลิตแต่ละคนหรือผลการปฏิบัติงานของแต่ละคน แม้จะเป็นภายใต้กรอบงานเดียวกัน ก็น่าจะผสมผสานกันได้



Chalor (2009 : 398-400) ได้ศึกษาวิจัยการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทำงานโลหะเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ผลการวิจัยพบว่างานศิลปหัตถกรรมมีความสำคัญทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนอีสานในประเทศไทย แต่ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทำงานโลหะไม่ได้รับความสนใจจากชุมชน การทำงานโลหะเป็นการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งสะดวกและบูรณาการเกี่ยวกับเครื่องมือ อุปกรณ์การผลิตและผลิตภัณฑ์นโยบายของรัฐเน้นปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้มีการทำงานโลหะต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน สำหรับงานศิลปหัตถกรรมนั้นผลิตขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอย

Jung, Wong และ Yong (2009 : 1001-1015) ได้ศึกษาวิจัยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เป็นยุทธศาสตร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ พบว่าประสิทธิภาพในการวางแผนกระบวนการต่างๆส่งผลให้การดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างเต็มที่ เช่นการตลาดและเทคนิคสำหรับโครงการสินค้าหลักเปรียบเทียบกับบริษัทที่ทุ่มเทให้กับผลิตภัณฑ์ในระดับต่ำ อย่างไรก็ตามเพียงการดำเนินงานที่ดีเยี่ยมทางการตลาดของโครงการที่ได้รับการพัฒนาเพื่อสนับสนุนสินค้าที่มีอยู่เท่านั้น ผลการวิจัยพบว่าความสามารถทางด้านการตลาดที่ดีสัมพันธ์กับการวางแผนกระบวนการและประสิทธิภาพทางเทคนิคต่างๆในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในระดับสูงมีความสัมพันธ์กัน ในระดับต่ำกับความสำเร็จทางการค้าของผลิตภัณฑ์

Ilori, Oke และ Sanni (2000 : 333 – 342) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในบริษัทคัดเลือกอาหารในประเทศไนจีเรียพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่เป็นไปได้ระยะยาวในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ถ้าบริหารจัดการได้อย่างถูกต้อง การวิจัยครั้งนี้เพื่อประเมินการวางแผนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ในอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไนจีเรีย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลชี้ให้เห็นว่าบริษัทเหล่านี้ลงทุนระหว่าง 0 ถึงร้อยละ 25 ของการหมุนเวียนประจำปีในการวิจัยและพัฒนา (Research and Development : R&D) จำนวน 4 บริษัทใช้ 7 ขั้นตอนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ 1.การสร้างแนวคิด 2.การกลั่นกรองแนวคิด 3.การพัฒนาความคิดและการทดสอบ 4.การพัฒนากลยุทธ์การตลาด 5.การวิเคราะห์ทางธุรกิจ 6.การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 7.การทดสอบการตลาดของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ บริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยทีมผู้เชี่ยวชาญและหัวหน้าแผนกวิจัยและพัฒนา สิ่งที่บริษัทต้องการคือเงินลงทุนในการวิจัยและพัฒนาอย่างเพียงพอและต้องการความรวดเร็วในขั้นตอนของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

Cory (2009 : 4394 – A) ได้ศึกษาประสิทธิภาพของการจัดการในยุคเทคโนโลยี พบว่าความสำเร็จของแต่ละองค์กรจะมาจากองค์ประกอบที่หลากหลายมีทั้งความสำเร็จและความล้มเหลว ในกรณีที่บริษัทที่ลงทุนน้อยผู้จัดการมักจะไม่นำถึงความต้องการของลูกค้าหนทางของการลงทุน ในกรณีที่มีการลงทุนสูง บริษัทมักจะคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าและกลไกทางเทคโนโลยี ถ้าหากไม่พบว่ามีความต้องการของตลาด ฝ่ายวิจัยจะเข้าหาลูกค้าเพื่อนำเอาข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาผลผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

Kanno (2011 : 156) ได้ศึกษาวิถีชุมชนที่สามารถลดต้นทุนการบริหารจัดการของกลุ่มธุรกิจชุมชนได้ กลุ่มชุมชนที่มีขนาดใหญ่เกินไปจนวิถีชุมชนไม่มีผลต่อสมาชิกหรือการดำเนินกิจกรรมอยู่ภายนอกขอบเขตวิถีชุมชน มีต้นทุนการบริหารจัดการสูงอาจทำให้ไม่สามารถดำเนินอยู่ได้ในเชิงการค้า จากการศึกษาเปรียบเทียบกับกลุ่มทอผ้า 2 กลุ่ม จังหวัดขอนแก่น พบว่ากลุ่มแรกเป็น



สมาชิกศูนย์ศิลปหัตถกรรมพัฒนาสตรีอีสานซึ่งเป็นองค์กรพัฒนาเอกชนช่วยจัดการตลาดให้การดำเนินงานของกลุ่มอาศัยกลไกนอกวิถีชุมชนมากทำให้การดำรงอยู่ของกลุ่มต้องพึ่งพาอาศัยองค์กรภายนอกเป็นสำคัญ ขณะที่กลุ่มหลังนั้นดำเนินงานโดยชุมชนเองทั้งหมดและสามารถดำรงอยู่ได้ในเชิงการค้า และมีต้นทุนการบริหารจัดการต่ำ เป็นผลของ 2 ปัจจัยที่สืบเนื่องจากวิถีชุมชน คือ 1) ผู้นำที่ไม่เห็นประโยชน์ส่วนตนซึ่งเป็นผลจากค่านิยมที่ต้องการรักษาชื่อเสียงของตนในชุมชนไว้และ 2) ผู้ประสานงานด้านการตลาดซึ่งได้ส่วนแบ่งจากกำไรของผลผลิตเป็นรายชิ้นทำให้มีแรงจูงใจที่จะขายผลผลิตและกระตุ้นสมาชิกทำการผลิตให้ได้มากที่สุดจึงเป็นแรงผลิตในการดำเนินกิจกรรมการผลิตและการค้าร่วมกันของกลุ่ม

สรุป งานวิจัยต่างประเทศในเงื่อนไขปัจจุบัน คือปี ค.ศ. 2009 เป็นต้นมาในพื้นที่ต่างประเทศและในมิติการพัฒนาโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมโดยตรงมีการวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับ องค์กรได้รับการสนับสนุนระดับสูงส่งผลให้การแก้ไขปัญหาได้ทั้งที่เอื้อประโยชน์และไม่เอื้อประโยชน์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ต้องบูรณาการจากหลายฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทำโลหะเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เป็นยุทธศาสตร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ทักษะและความสามารถเป็นเครื่องผลักดันความได้เปรียบในการแข่งขันในการตลาด การบริหารการจัดการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในบริษัทคัดเลือกอาหารในประเทศในจีเรีย ประสิทธิภาพของการจัดการในยุคเทคโนโลยีแต่ละองค์กรจะประสบความสำเร็จได้มาจากองค์ประกอบที่หลากหลายมีทั้งความสำเร็จและความล้มเหลว วิถีชุมชนสามารถลดต้นทุนการบริหารจัดการของกลุ่มธุรกิจชุมชนได้

สรุป จากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาในข้างต้น ทั้งอดีตและปัจจุบัน มีการศึกษาเกี่ยวกับหัตถกรรมพื้นบ้าน หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเศรษฐกิจ การใช้แนวคิดเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดวิถีพุทธ เป็นการศึกษาหัตถกรรมพื้นบ้านในฐานะภูมิปัญญา ที่ เป็นความสามารถทางพฤติกรรมและความสามารถในการแก้ไขปัญหาของมนุษย์เกิดขึ้นดำรงอยู่กับสังคมมนุษย์ การสั่งสม สืบทอดทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นกระบวนการสืบทอดถ่ายทอดองค์ความรู้ ทักษะ ความเชื่อ และพฤติกรรมที่มีอยู่เดิมในชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ แล้วพัฒนาเลือกสรรปรับปรุงองค์ความรู้ให้เหมาะสม สัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติให้เข้ากับยุคสมัย งานศิลปะพื้นบ้านเป็นผลงานสร้างสรรค์ขึ้นจากฝีมือของชาวบ้านในชุมชน โดยใช้วัสดุท้องถิ่นสร้างขึ้นเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน แลกเปลี่ยนซื้อขาย โดยมีพัฒนาการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ซึ่งในสมัยปัจจุบันวัสดุในท้องถิ่นมีน้อยลงหรือมีการผลิตเพื่อการขายเพิ่มมากขึ้น อาจมีการนำวัสดุอย่างอื่นเข้ามาเสริมตกแต่งมากยิ่งขึ้น สร้างโดยช่างนิรนามเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน ผลิตขึ้นในครัวเรือน รูปแบบเรียบง่ายเพื่อการใช้สอย ใช้วัสดุเท่าที่หาได้ในท้องถิ่น มีลักษณะเฉพาะถิ่นและสร้างขึ้นด้วยมือ ทั้งประเภทเครื่องปั้นดินเผาการทอผ้า การแกะสลัก หัตถกรรมโลหะ การก่อสร้างงานสถาปัตยกรรมพื้นบ้านทั่วไป ภาพเขียน การปั้นลวดลายประดับ ฯลฯ โดยที่เครื่องปั้นดินเผาเป็นส่วนหนึ่งของศิลปหัตถกรรมอย่างหนึ่ง ที่ชาวบ้านสร้างขึ้น โดยใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นเป็นงานที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและมีเอกลักษณ์ ปัจจุบันวัตถุดิบในการสืบทอดภูมิปัญญามีลดน้อยลง ประกอบกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือใช้ทุนทางวัฒนธรรมในการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างบูรณาการที่เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ จำเป็นต้องมีการนำหัตถกรรมพื้นบ้านเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญที่มีเอกลักษณ์มาใช้เป็นทุนในการพัฒนาตามแนวทางคิดเศรษฐกิจ



สร้างสรรค์ ซึ่งจะเริ่มจากการศึกษาภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญ ศึกษาปัญหาผลิตภัณฑ์ทั้งรูปแบบ คุณภาพและปริมาณ ปัจจัยการผลิต ปัญหาการผลิตและการตลาดและด้านข้อมูลข่าวสาร พร้อมกับคัดสรรภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์ เพื่อสร้างสรรค์ สร้างคุณค่า สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ดำเนินการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณค่าและราคามากขึ้น โดยใช้ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการการสร้างคุณค่าตามความต้องการของผู้ใช้ ความรู้ในการจัดการผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะการจัดการด้านการตลาดตามมาตรการ 4P และใช้ฐานความคิดจากทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ ทฤษฎีแพร่กระจาย ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ และทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์ เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม ฐานการใช้องค์ความรู้ในสังคมตามสภาพจริง ที่จะช่วยให้ผลการวิจัยมีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ สร้างสรรค์สอดคล้องกับสภาพวิถีการดำเนินชีวิตหรือวัฒนธรรมในชุมชน และชุมชนซึ่งเป็นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมทั้งเพื่อการสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับสถานการณ์การพัฒนาในปัจจุบัน



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคสนาม กำหนดขอบเขตของการวิจัยและวิธีดำเนินการวิจัย ตามลำดับ ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย
 - 1.1 ขอบเขตเนื้อหา
 - 1.2 ขอบเขตวิธีวิจัย
 - 1.3 ขอบเขตระยะเวลา
 - 1.4 ขอบเขตพื้นที่ในการวิจัย
 - 1.5 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. วิธีดำเนินการวิจัย
 - 2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 2.3 การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
 - 2.4 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยเรื่อง ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กำหนดขอบเขตเนื้อหาของการวิจัยในแต่ละความมุ่งหมายของการวิจัย ดังนี้

1.1 ศึกษาภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเกี่ยวกับองค์ความรู้ ความสามารถในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชาวไทยรามัญภาคกลาง เกี่ยวกับความเป็นมา ชนิดผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบ ขั้นตอนการผลิต เครื่องมือและอุปกรณ์ การประเมินคุณภาพและการกำหนดราคา

1.2 ศึกษาสภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งปัญหาและแนวทางพัฒนาการผลิตเกี่ยวกับ ชนิดผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์และขั้นตอนการผลิต และปัญหาและแนวทางการจัดการเกี่ยวกับ การจัดการการผลิต การกำหนดราคา สถานที่จำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์



1.3 ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทย
รามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เกี่ยวกับ

- 1) การคิดสรรผลิตภัณฑ์
- 2) การออกแบบ
- 3) การพัฒนาและการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อ
ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 4) การจัดการ 4p ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริม
การตลาด

2. ขอบเขตวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษา
ข้อมูลทุติยภูมิจาก หนังสือ เอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้
เช่น ห้องสมุดศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร ห้องสมุดมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ หอสมุดแห่งชาติ
ห้องสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ท่าพระจันทร์ และห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นต้น และ
การศึกษาในภาคสนาม (Field Research) โดยใช้แบบการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและไม่มี
โครงสร้าง แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสนทนากลุ่ม และการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)
ทั้งนี้ ก็เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพและมาจากแหล่งข้อมูลจริง จากนั้น ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มากำหนด
แนวทางพัฒนาการผลิตและการจัดการ ปฏิบัติการผลิตและจัดการผลิตภัณฑ์คิดสรร พร้อมกับสร้าง
ข้อสรุปเกี่ยวกับการพัฒนาและการจัดการจากการปฏิบัติจริงตามลำดับ

3. ขอบเขตระยะเวลา

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยพร้อมกับจัดทำรายงานดัชนี
นิพนธ์ไว้เป็นระยะเวลาประมาณ 12 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนตุลาคม
พ.ศ. 2557 โดยมีการแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร รายงานการวิจัย และบทความต่าง ๆ
ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางตามที่มีผู้ได้ทำการศึกษาวิจัยไว้ก่อนแล้ว
ทั้งนี้ ก็เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานและแนวทางในการกำหนดหัวข้องานวิจัย เพื่อนำเสนอต่ออาจารย์
ที่ปรึกษาต่อไป

ขั้นที่ 2 เป็นการศึกษาค้นคว้าในภาคสนามและการจัดทำรายงานดัชนีนิพนธ์
โดยเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2555 ไปจนถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2557

4. ขอบเขตพื้นที่ในการวิจัย

ผู้วิจัย มีเกณฑ์กำหนดในการเลือกพื้นที่วิจัย ดังนี้

- 4.1 เป็นชุมชนไทยรามัญที่ยังคงรักษาวัฒนธรรมด้านบริบทวิถีชีวิตของไทยรามัญไว้
- 4.2 มีการอนุรักษ์สืบสานถ่ายทอดภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาแก่เยาวชนรุ่นหลัง
- 4.3 ในชุมชนมีการรวมกลุ่มผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่ยังคงอัตลักษณ์รูปแบบเดิมที่เป็น
เอกลักษณ์ของไทยรามัญ

4.4 ชุมชนไทยรามัญมีอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผาตั้งแต่ในอดีต ต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน
จากเกณฑ์ดังกล่าวผู้วิจัยได้นำมาพิจารณาเลือกพื้นที่ได้ 3 พื้นที่ ดังนี้



- 1) กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
- 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านสามโคก อำเภอสสามโคก จังหวัดปทุมธานี
- 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

5. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.1 ประชากร

ประชากรที่ศึกษา ประกอบด้วยกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญจำนวน 3 กลุ่ม ใน 3 จังหวัดภาคกลาง ดังนี้

- 1) ผู้รู้ ได้แก่ ประธานกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา เจ้าหน้าที่จากส่วนราชการและผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ
- 2) ผู้ปฏิบัติ ได้แก่ ช่างปั้นและสมาชิกกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา
- 3) ผู้ให้ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ผู้ซื้อ ผู้ขาย ผู้ใช้งานเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญ

5.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูลจากชุมชนที่ได้จากการคัดเลือกเครื่องปั้นดินเผา 3 กลุ่ม จำนวน 105 คน ดังนี้

- 1) กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และประชุมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 15 คน ได้แก่ ประธานกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา เจ้าหน้าที่จากส่วนราชการและผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ
- 2) ผู้ปฏิบัติ (Casual Informants) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสังเกต การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การประชุมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 45 คน ได้แก่ ช่างปั้นและสมาชิกกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา
- 3) ผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Informants) ใช้วิธีการสัมภาษณ์ สังเกตจากผู้ซื้อ ผู้ขายและผู้ใช้งานเครื่องปั้นดินเผา จำนวน 45 คน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการดำเนินการวิจัย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลการเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การลงพื้นที่เก็บข้อมูลในภาคสนาม เพื่อการศึกษาวิจัยเรื่อง ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้มีการใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย

1.1 แบบสังเกต แบ่งได้ 2 ประเภท คือ

- 1) แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation Guideline) ใช้สังเกตในช่วงของการร่วมในการพัฒนาการผลิตและการจัดการผลิตภัณฑ์กับกลุ่มหัตถกรรม



เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญ บ้านเกาะเกร็ด กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญ บ้านแก่งและกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญ บ้านสามโคก

2) แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non – Participant Guideline)

เป็นแบบสังเกตทั่วไปในการลงพื้นที่ศึกษาในภาคสนาม ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจสภาพพื้นที่ โดยรวมของชุมชนที่จะเข้าไปศึกษาในภาคสนาม พร้อมทั้งสังเกตถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การแต่งกาย การประกอบอาชีพ รวมทั้งสิ่งต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัย และใช้เป็นแนวทางในการสร้างบทสัมภาษณ์ เพื่อเก็บข้อมูลในเชิงลึกต่อไปโดยการสังเกตดังกล่าวนี้ ผู้วิจัย ได้ทำในช่วงเวลาเดียวกันกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม

1.2 แบบสัมภาษณ์ แบ่งได้ 2 ประเภท คือ

1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview Guideline)

ใช้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 3 กลุ่มเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนตามความมุ่งหมายของการวิจัย ในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนามผู้วิจัยได้มีการเตรียมตัว โดยการกำหนดคำถามสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญ ในด้านต่างๆ ผู้วิจัยจะเน้นการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มปราชญ์ชาวบ้าน ช่างปั้นและลูกค้า ข้อมูลที่จะสัมภาษณ์มีดังนี้

(1) ข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ชื่อ – นามสกุล เพศ อายุ ที่อยู่เบอร์โทรศัพท์ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกกลุ่มและรายได้ต่อเดือน

(2) บริบททางสังคม วัฒนธรรม และพื้นที่ ได้แก่ ประวัติความเป็นมาของชุมชน ประเพณีความเชื่อละวัฒนธรรมของชุมชนและวิถีชีวิตความเป็นอยู่

(3) ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

(4) การผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์และการจัดการ ได้แก่ การวางแผนการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์และจำหน่ายในด้านต่างๆของกลุ่ม

(5) ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาแต่ด้านการผลิตและการตลาด

(6) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคการผลิตและการตลาด

(7) ความต้องการและแนวทางการพัฒนาการผลิตและการจัดการ

(8) สรุปแนวทางการพัฒนาการผลิตและการจัดการ

2) แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview Guideline) เป็นการสัมภาษณ์แบบปลายเปิดไม่จำกัดคำตอบใช้สัมภาษณ์เชิงลึก

1.3 แบบสนทนากลุ่ม (Focused Group Worksheet) ใช้ในการจัดสนทนากลุ่มทั้งกลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติ และกลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั่วไป เพื่ออภิปรายสร้างข้อสรุปเกี่ยวกับปัญหาแนวทางในการผลิตและการจัดการ ความต้องการและแนวทางการพัฒนาการผลิตและการจัดการ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การคัดสรรผลิตภัณฑ์

1.4 แบบประชุมปฏิบัติการ (Workshop Worksheet) เป็นแบบสำหรับใช้จัดประชุมปฏิบัติการสร้างข้อสรุปเกี่ยวกับภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการผลิตและการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ความต้องการร่วมและแนวทางการพัฒนาการผลิตและการจัดการ การสร้างข้อสรุปการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการพัฒนาการจัดการ และการประเมินการผลิตคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์



2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้รวบรวมเพื่อนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยและเรียบเรียงเป็นวิทยานิพนธ์เรื่อง ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

2.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากภาคสนาม โดยใช้วิธีการสังเกต (Observation) ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ทั่วไปโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และสัมภาษณ์เชิงลึกสร้างข้อสรุปการพัฒนาการผลิตและการจัดการ การสัมภาษณ์ที่ไม่เป็นทางการ (Informal Interview) และการสัมภาษณ์ที่เป็นทางการ (Formal Interview) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focused Group) และการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ตามขั้นตอนดังนี้

1) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non – Participant Observation) สังเกตสภาพชุมชนที่ก่อให้เกิดภูมิปัญญา สภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เป็นการสังเกตการณ์ร่วมปฏิบัติการในการพัฒนาการผลิตและการจัดการ รวมทั้งการสนทนากลุ่มและการประชุมปฏิบัติการที่ผู้วิจัยมีส่วนร่วมในการดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3) แบบสัมภาษณ์เป็นทางการ (Formal Interview) ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มผู้รู้ ผู้ปฏิบัติ และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง รวบรวมข้อมูลส่วนใหญ่ของการวิจัยตามแบบสัมภาษณ์ที่กำหนด

4) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth Interview) ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มผู้รู้และกลุ่มผู้ปฏิบัติในประเด็นของภูมิปัญญา และการพัฒนาการผลิตและการจัดการผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

5) การสนทนากลุ่ม (Focused Group) ดำเนินการสนทนาแยกเป็นกลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติและกลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั่วไปในแต่ละพื้นที่ กลุ่มละ 5 – 6 คนเพื่ออภิปรายหาข้อสรุปร่วมกันเกี่ยวกับภูมิปัญญา ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหา สภาพแวดล้อมการผลิตและการจัดการกำหนดผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์และผลิตภัณฑ์คัดสรรเพื่อการดำเนินการพัฒนาการผลิตและการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

6) การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) โดยจัดประชุมเชิงปฏิบัติการรวมทั้งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นตัวแทนกลุ่มผู้รู้ (Key Informants) กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informants) และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Informants) จำนวน 20 คนเป็นตัวแทนกลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติและผู้เกี่ยวข้องทั่วไป รวมจำนวน 20 คน เพื่อหาข้อสรุปร่วมกันจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกตและการสนทนากลุ่ม รวมทั้งสร้างข้อสรุปร่วมกันเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมทั้งยืนยันข้อมูลจากข้อค้นพบจากการวิจัย



3. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ทั้งหมดมาจัดหมวดหมู่ของข้อมูล เริ่มตั้งแต่นำข้อมูลที่ได้จากเอกสารต่าง ๆ มาจัดให้เป็นหมวดหมู่ และนำข้อมูลที่ได้จากภาคสนาม โดยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ แบบสัมภาษณ์ที่ไม่เป็นทางการ แบบสัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่มและการประชุมเชิงปฏิบัติการที่ได้จัดบันทึกเสียงเอาไว้ นำมาถอดความ โดยแยกเป็นหมวดหมู่และทำการสรุปให้ตรงตามหัวข้อที่วิจัย แล้วดำเนินการตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.1 นำข้อมูลที่ได้มาทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) คือ การตรวจสอบข้อมูลให้มีความน่าเชื่อถือ และทำการวิเคราะห์ข้อมูล (สุภางค์ จันทวานิช. 2553 : 128 – 130) ซึ่งมีวิธีการตรวจสอบ 4 วิธี คือ

1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบ คือการตรวจสอบแหล่งของข้อมูล แหล่งที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งเวลา หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่และแหล่งบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ หรือเปลี่ยนจากปัจเจกบุคคลเป็นกลุ่มบุคคลหรือกลุ่มสังคม

2) การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) คือ ตรวจสอบว่า ผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลแตกต่างกันอย่างไร โดยเปลี่ยนบนตัวผู้สังเกต แทนที่จะใช้ผู้วิจัยคนเดียวกันสังเกตโดยตลอด ในกรณีที่ไม่แน่ใจในคุณภาพของผู้รวบรวมข้อมูลภาคสนาม ควรเปลี่ยนให้มีผู้วิจัยหลายคน

3) การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การตรวจสอบว่า ถ้าผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความต่างกันมากน้อยเพียงใด อาจทำได้ง่ายกว่าในระดับสมมติฐานชั่วคราว (Working Hypothesis) และแนวคิดขณะที่ยังมือตีความสร้างข้อสรุปเหตุการณ์ ปกตินักวิจัยจะตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎีได้ยากกว่าตรวจสอบด้านอื่นข้อมูล

4) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือ การใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถามพร้อมกันนั้นก็ศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วย

3.2 ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์แบบอุปนัย (Inductive Analysis) สร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่รวบรวมมา หาฉันทามติความตรงและความเป็นไปได้ของข้อสรุปจากการประชุมปฏิบัติการหลังจากนั้นสรุปผลการวิจัยเรื่อง ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สุดท้าย ผู้วิจัยจึงทำการนำเสนอรายงานผลการวิจัย โดยการเขียนบรรยายในลักษณะเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เพื่อนำเสนอต่อไป



4. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล โดยอธิบายประวัติของกลุ่มชุมชนหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญ ชนิดผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบ ขั้นตอนการผลิต เครื่องมือและอุปกรณ์ การประเมินคุณภาพ และการกำหนดราคา ปัญหาการผลิต ชนิดผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ ขั้นตอนการผลิต ปัญหาการจัดการ 4p ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด การพัฒนาและการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยศิลปหัตถกรรมจากเครื่องปั้นดินเผา และบรรยายในลักษณะเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ให้มีความสอดคล้องกับความมุ่งหมายของการวิจัย



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์” นี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาพื้นที่ชุมชนใน 3 จังหวัดภาคกลาง คือ ชุมชนไทยรามัญบ้านเกาะเกร็ด ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอจังหวัดนนทบุรี ชุมชนบ้านสามโคก ตำบลสามโคก อำเภอสสามโคก จังหวัดปทุมธานี และชุมชนบ้านแก่ง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายของการวิจัย 3 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ตอนที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ตอนที่ 1 ภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง

จากการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม กับผู้รู้ที่ประกอบด้วย ประธานกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา เจ้าหน้าที่ส่วนราชการที่มีหน้าที่ในการส่งเสริมและผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบเครื่องปั้นดินเผา กลุ่มผู้ปฏิบัติที่เป็นช่างปั้นและกลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั่วไปที่เป็นประชาชนและผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา รวมทั้งการสังเกตและศึกษาข้อมูลเชิงลึกในพื้นที่ ได้ข้อสรุปที่สอดคล้องกันเกี่ยวกับภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง บ้านเกาะเกร็ด บ้านสามโคก และบ้านแก่ง ตามลำดับ ดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของบ้านเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

1.1 สภาพทั่วไป

ชุมชนเกาะเกร็ดตั้งอยู่ในเกาะเกร็ดซึ่งเป็นเกาะขนาดใหญ่กลางลำน้ำเจ้าพระยา จัดเป็นตำบลหนึ่งของอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ชาวบ้านส่วนใหญ่บนเกาะนี้เป็นชาวมอญที่สืบเชื้อสาย มาจากบรรพบุรุษที่ได้อพยพหนีภัยสงครามจากการรุกรานเข้ายึดประเทศของพม่า และได้เข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภารในพระราชอาณาจักรไทย ตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนปลาย สมัยกรุงธนบุรีและต้นสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ชาวมอญที่อพยพมาอยู่ในพื้นที่แห่งนี้ เป็นชาวมอญจากบ้านกวนอาม่านหรือกวนเลี้ยมะอาน เมืองมะละแหม่งเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนั้นยังอพยพจากเมืองมะตะมะ เมืองหงสาวดี และเมืองพะสิม และมีอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผาในเมืองมอญมาก่อน เมื่อได้เข้ามาอยู่ในประเทศไทยที่ปากเกร็ดได้เห็นสภาพของดิน บริเวณเกาะเกร็ดเหมาะสมในการทำเครื่องปั้นดินเผา จึงได้ประกอบอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผาเช่นที่เคยทำที่เมืองมอญ ลูกหลานคนมอญเหล่านั้นได้ทำเครื่องปั้นดินเผาสืบต่อมาจนถึงปัจจุบัน





ภาพประกอบ 7 สภาพทั่วไปของบ้านเกาะเกร็ด ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

1) บริบทพื้นที่ จังหวัดนนทบุรี

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพื้นที่ในจังหวัดนนทบุรี เกี่ยวกับประวัติ เขตการปกครอง สภาพภูมิประเทศและเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม ดังนี้

ประวัติจังหวัดนนทบุรี

จังหวัดนนทบุรี นนทบุรีเดิมชื่อตลาดขวัญ ที่ตั้งที่ทำการของอำเภอได้ย้ายหลายครั้ง ต่อมาใน พ.ศ. 2471 ทางราชการได้ย้ายที่ตั้งศาลากลางจังหวัดไปตั้งที่บ้านบางขวาง จึงย้ายที่ตั้งที่ทำการของอำเภอตลาดขวัญตามลงมาด้วย และได้เปลี่ยนชื่อเป็นอำเภอเมือง เมื่อจังหวัดนนทบุรีถูกยุบรวมกับกรุงเทพมหานครและธนบุรี จึงเปลี่ยนชื่อใหม่เป็นอำเภอนนทบุรี ต่อมาเมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม พ.ศ. 2489 ทางราชการได้แยกพื้นที่ของอำเภอนนทบุรีมาจัดตั้งเป็นจังหวัดนนทบุรีอีกครั้งหนึ่ง อำเภอนนทบุรีจึงเปลี่ยนชื่อเป็นอำเภอเมืองนนทบุรี

คำขวัญนนทบุรี

พระตำหนักสง่างาม	ลือนามสวนสมเด็จ
เกาะเกร็ดแหล่งดินเผา	วัดเก่านามระบือ
เลื่องลือทุเรียนนนท์	งามน่ายลศูนย์ราชการ
ตราประจำจังหวัดนนทบุรี	หมอน้ำลายวิจิตร

เขตการปกครอง แบ่งการปกครองออกเป็น 6 อำเภอ ได้แก่

1. เมืองนนทบุรี 2. บางกรวย 3. ปากเกร็ด 4. บางบัวทอง 5. บางใหญ่ 6. ไทรน้อย

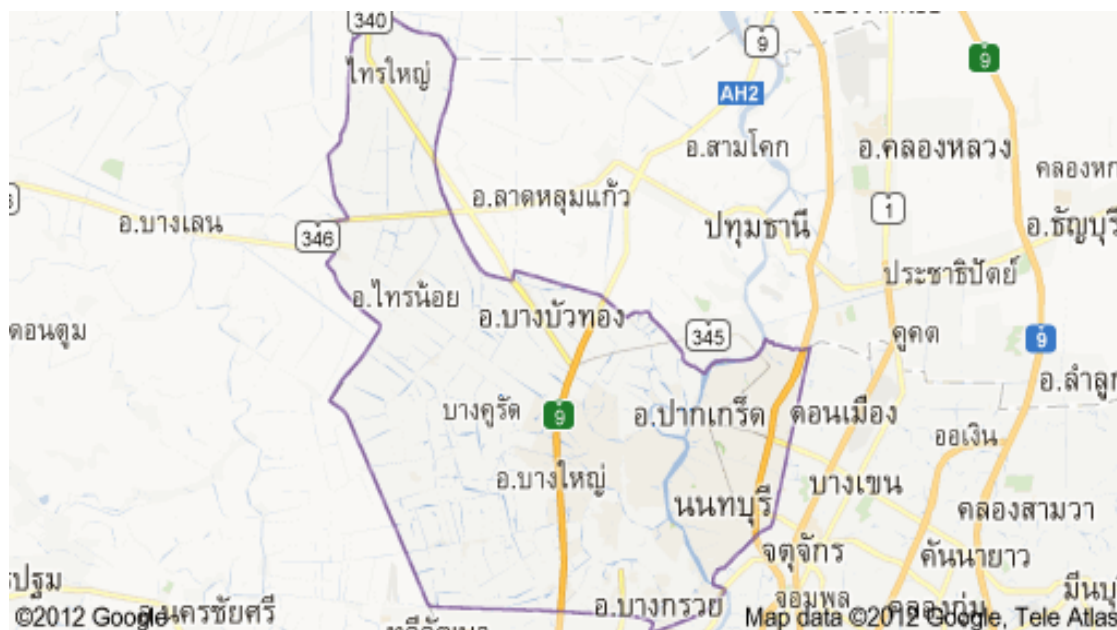
พื้นที่ 622,303 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 388,939 ไร่ จำนวนประชากร 65,802 คน ชาย 31,744 คน หญิง 34,028 คน ประชากรไทยเชื้อสายจีนมาเป็นอันดับสองของจังหวัดนนทบุรี กลุ่มชาวไทยรามัญมีประชากรมากเป็นอันดับสามของจังหวัดนนทบุรี



และกลุ่มชาวไทยอิสลามมีจำนวนมากเป็นอันดับสี่ของจังหวัดนนทบุรี นอกนั้นเป็นศาสนาอื่น ๆ สีนค้ำ
พื้นเมือง สวนผลไม้ ไม้ประดับ เครื่องปั้นดินเผา

สภาพภูมิประเทศ จังหวัดนนทบุรีมีลักษณะภูมิประเทศ รูปร่างพื้นที่ตั้ง
จังหวัดมีรูปร่างคล้ายลูกเปิดลำตัวใหญ่โครงสร้างทางธรณีวิทยาเป็นที่ราบลุ่มดินดอนสามเหลี่ยมปาก
แม่น้ำเจ้าพระยา ไม่มีพื้นที่ส่วนที่เป็นภูเขา กลุ่มหิน ชั้นหินและหินปูนจึงไม่มี ส่วนมากจะเป็นทรายมี
ทั้งทรายบกและทรายแม่น้ำซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบสำหรับใช้ในการก่อสร้าง นอกจากนั้นยังมีดินเหนียวที่
ใช้ในการทำอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาที่ขึ้นชื่อของจังหวัดนนทบุรี

เอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม ของชาวนนนทบุรีมีอยู่หลายอย่าง คือ การทำ
เครื่องปั้นดินเผา ซึ่งเป็นหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงที่สุดของนนทบุรี การทำสวนทุเรียน มีชื่อเสียงพอ ๆ
กับเครื่องปั้นดินเผา โดยเฉพาะทุเรียนที่ทางราชการสนับสนุนให้ปลูกเป็นเชิงพาณิชย์ เป็นที่ต้องการ
ของลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผลไม้ เช่น กระท้อน มังคุด มะม่วง กล้วยหอม มะปราง
ผลไม้เหล่านี้ได้รับการยกย่องจากผู้นิยมบริโภคว่ามีรสชาติอร่อย



ภาพประกอบ 8 แผนที่จังหวัดนนทบุรี

1.2 ประวัติความเป็นมาของกลุ่มผู้ผลิต

กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด บ้านเกาะเกร็ด หรือบ้านโอ่งอ่าง
หมู่ที่ 1, 6, 7 ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี รวมตัวก่อตั้งกลุ่มหัตถกรรม
เครื่องปั้นดินเผา เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม พ.ศ. 2540 ที่หมู่ 1 มีสมาชิก จำนวน 21 คน
คณะกรรมการบริหารกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา จำนวน 7 คน มี นางยุพิน จันทรหอมกุล
เป็นผู้นำการจัดตั้งกลุ่ม มีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่มเพื่อส่งเสริมพัฒนาฝีมือสมาชิกผลิตงานให้มี
คุณภาพทันสมัย และเปิดศูนย์การเรียนรู้ การผลิต การจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาในชุมชน พร้อมทั้ง
ควบคุมราคาให้มีราคายุติธรรมต่อผู้บริโภค ตามนโยบายเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง



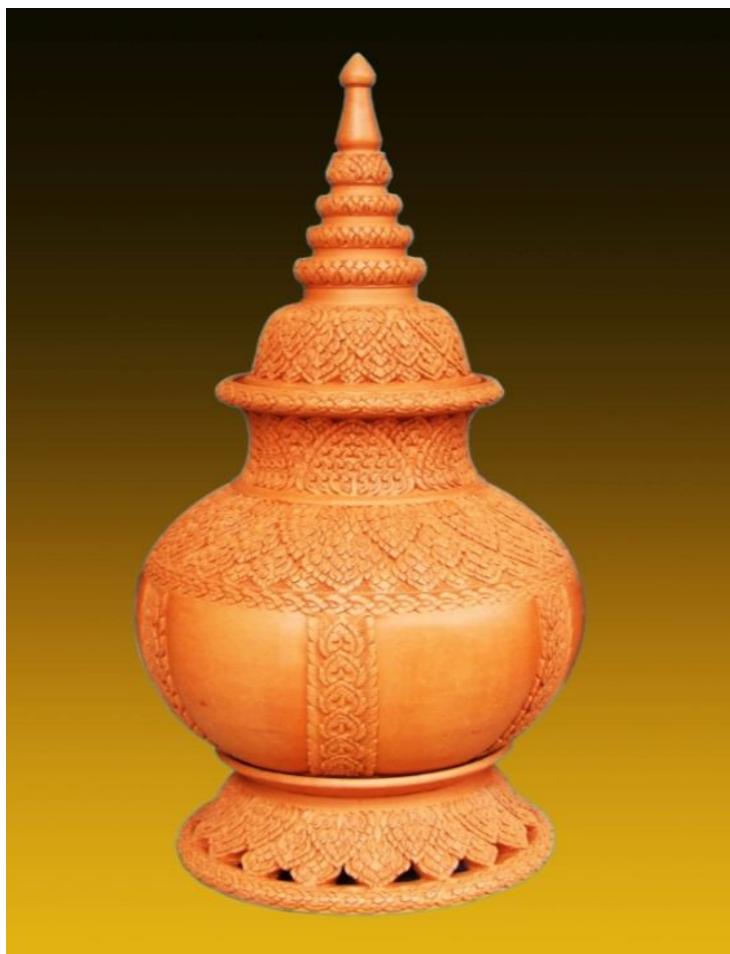
ปี พ.ศ. 2541 ตำบลเกาะเกร็ด ทางราชการประกาศให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ทางด้านวัฒนธรรม ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานพัฒนาชุมชน อำเภอปากเกร็ด โดยมี นางอรรณ อภินาวิน เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน เป็นผู้เข้ามาดำเนินการส่งเสริมหัตถกรรม เครื่องปั้นดินเผาของเกาะเกร็ด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว



ภาพประกอบ 9 ป้ายประชาสัมพันธ์กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา บ้านเกาะเกร็ด

สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตบ้านเกาะเกร็ด ได้ส่งหมอน้ำสาลักลายวิจิตร ทรงกลม คอต้า ขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในปี พ.ศ. 2553 ลักษณะเครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ที่ผลิตขึ้นในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นแบบพื้นบ้านชนิดไม่เคลือบ มีลักษณะ เฉพาะถิ่นที่โดดเด่นทั้งกระบวนการผลิตและการสลัก หรือฉลุลายอย่างวิจิตรบรรจง ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนฐาน ส่วนตัว และส่วนฝา ได้รับการยกย่องเป็นตราจังหวัดนนทบุรี





ภาพประกอบ 10 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์หม้อน้ำสั้กลายวิจิตร ขึ้นทะเบียน ทรัพย์สินทางปัญญา
สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จังหวัดนนทบุรี ปี พ.ศ. 2553

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอปากเกร็ด เข้ามาดำเนินการช่วยเหลือและส่งเสริม
กลุ่มบ้านเกาะเกร็ด ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เมื่อปี พ.ศ. 2547 จนได้รับรางวัลหนึ่ง
ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ระดับ ห้าดาว และได้รับรองคุณภาพโดยมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
(มผช.) คือ ผลิตภัณฑ์หม้อน้ำลายวิจิตรสีดำ เกิดจากการเผาด้วยความร้อนที่มีอุณหภูมิสูง





ภาพประกอบ 11 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาหม้อน้ำลายวิจิตรสีดำ OTOP
ปี พ.ศ. 2547 ระดับ ห้าดาว บ้านเกาะเกร็ด

1.2 ภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผา บ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

1.2.1 ชนิดผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาในพื้นที่ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาในอดีตมี 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์ประเภทสวยงาม และได้ผลิตต่อเนื่องถึงปัจจุบัน เครื่องปั้นดินเผาของใช้ในครัวเรือน ได้แก่ อ่าง โอ่ง กระถางต้นไม้ ครก จำหน่ายในชุมชนและตลาดทั่วไป เครื่องปั้นดินเผาประเภทสวยงาม หรือเครื่องบรรณาการทำขึ้นเป็นพิเศษ เพื่อมอบให้บุคคลสำคัญในโอกาสต่าง ๆ หรือไว้ใช้เองในโอกาสพิเศษ เครื่องปั้นประเภทนี้วางจำหน่ายในชุมชน และตามสถานที่ราชการทั่วไป เครื่องปั้นเหล่านี้เป็นเครื่องปั้นชนิดไม่เคลือบ (Earthenware) ได้แก่ หม้อน้ำลายวิจิตร กระปุกกำยาน เป็นต้น

สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอบางกรัณท์ เข้ามาดูแลในเรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาของกลุ่มผู้ผลิตบ้านเกาะกรัณท์ ในปี พ.ศ. 2540 ต่อมาทางกลุ่มผู้ผลิตมีการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยสังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภค จึงได้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาออกมา 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทตกแต่งสวยงาม และประเภทของใช้ที่ระลึก ประกอบด้วย ดังนี้

1.2.1.1 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทตกแต่งสวยงาม

1) หม้อน้ำโองทรงสูง แกะสลักลายวิจิตรตราประจำจังหวัดนนทบุรีไว้ตรงส่วนกลางของหม้อน้ำ ส่วนฝาและขารองแกะสลักใส่ลายราศีประจำปีมะโรงใหญ่ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ได้รับการคัดสรรในด้านการพัฒนาของปี พ.ศ. 2555



ภาพประกอบ 12 ผลิตภัณฑ์หม้อน้ำโองทรงสูงได้รับการคัดสรรในด้านการพัฒนา ปี พ.ศ. 2555

2) ผลิตภัณฑ์หม้อน้ำทรงกลมแกะสลักรูปหงส์ลายเครือเถาฉลุโปร่ง ได้รับการคัดสรรผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับสี่ดาว ปี พ.ศ. 2555





ภาพประกอบ 13 ผลิตภัณฑ์หม้อน้ำทรงกลมแกะสลักรูปหงส์ได้รับการคัดสรร เป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับ สี่ดาว ปี พ.ศ. 2555

3) ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ภาชนะชั้นน้ำพานรอง แกะสลักลายนูน
บัวคว่ำบัวหงายพร้อมพานรอง





ภาพประกอบ 14 ผลิตภัณฑ์ภาชนะชั้นน้ำพานรองแกะสลักลายนูนบัวคว่ำบัวหงาย

4) ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาหม้อน้ำทรงกลมลักษณะผลฟักทอง แต่งเป็นพุดลายลูกฟักทอง ส่วนมากปั้นเพื่อใช้เองหรือสำหรับถวายพระสงฆ์ระดับชั้นผู้ใหญ่ในงานพิธีต่าง ๆ สำหรับใส่ข้าวแช่





ภาพประกอบ 15 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาหม้อน้ำทรงกลมลักษณะผลฟักทอง

5) ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาโคมไฟหม้อน้ำโองทรงสูงแกะสลักลาย บัว
คว่ำบัวหงายนำมาเลียนแบบโคมไฟทั่วไป





ภาพประกอบ 16 ผลิตภัณฑ์โคมไฟหม้อน้ำโองทรงสูงแกะสลักลายฉลุโปร่งบัวคว่ำบัวหงาย

6) โคมไฟดินเผาทรงโอง ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาแกะสลักลวดลาย
ไทย เข้าคัดสรร OTOP ได้ระดับสี่ดาว ปี พ.ศ. 2546





ภาพประกอบ 17 ผลิตภัณฑ์โคมไฟหม้อน้ำทรงโอ่งฉลุโปร่งทรงสูงลายบัวคว่ำบัวหงาย

1.2.1.2 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทใช้สอยและสำหรับเป็นของที่ระลึก

1) ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผากระปุกก่ายาน แกะสลักลายบัวคว่ำบัวหงายฉลุโปร่ง สำหรับจุดเทียนหอม หรือจุดก่ายานหอมช่วยในการผ่อนคลาย





ภาพประกอบ 18 ผลิตภัณฑ์กระปุกกำยานใส่เครื่องหอมแกะสลักลายบัวคว่ำบัวหงายฉลุโปร่ง

2) ผลิตภัณฑ์กระปุกใส่เครื่องหอม ฉลุลายฟันปลาด้านบนของฝา
กระปุกฉลุโปร่งลายเครือเถา เป็นภาชนะใส่เครื่องหอม หรือใส่สิ่งของต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้





ภาพประกอบ 19 ผลิตภัณฑ์กระปุกใส่เครื่องหอมลายพื้นปลา

3) ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โคมเทียน เชิงเทียนแกะสลักลายบัวคว่ำ
บัวหงาย ประโยชน์ใช้สอยในด้านต่าง ๆ เช่นจุดเทียนบูชาพระ





ภาพประกอบ 20 ผลิตภัณฑ์โคมเทียน หรือเซียงเทียนแกะสลักลายบัวคว่ำบัวหงาย

4) ภาชนะชุดแก้วกาแฟพร้อมฝา ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา แกะสลัก ลวดลายบัวคว่ำบัวหงาย ตัวฐานเป็นการเลียนแบบแก้วกาแฟทั่ว ๆ ไป คุณสมบัติพิเศษของแก้วกาแฟ ดินเผาเกาะเกร็ด คือ เมื่อโดนความร้อนทำให้เอดินเผาผสมกับกลี้นกาแฟ มีกลิ่นหอมชวนรับประทาน



ภาพประกอบ 21 ผลิตภัณฑ์ชุดแก้วกาแฟพร้อมฝาและสลักลายบัวคว่ำบัวหงาย

นอกจากนี้ บ้านเกาะเกร็ดยังมีผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อีกมากมายเช่น
กลองทึบซุสลักลายวิจิตร เครื่องปั้นลอยตัว รูปคน รูปสัตว์ และเครื่องปั้นดินเผาใช้เป็นของตกแต่ง
สวน และแต่งตู้ปลา สิ่งเหล่านี้เป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ ผลิตภัณฑ์ที่
ได้รับความนิยมใช้กันมากแต่ละปีจะไม่เหมือนกัน ในปัจจุบันมี 3 ชนิด คือ ชุดกาแฟพร้อมจานรอง
กระปุกใส่เครื่องหอม
เป็นต้น

1.2.1.3 ลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

ลวดลายการแกะสลักเครื่องปั้นดินเผา ได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาจาก
บรรพบุรุษ สัมผัสประสบการณ์ และเรียนรู้จากผู้รู้ทั้งในชุมชนและหน่วยงานราชการ เข้ามาถ่ายทอด
ความรู้ ทำให้การสร้างสรรค์งานภูมิปัญญาทางศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผามีลวดลาย 4 ลวดลาย
เช่น ลายที่เกิดจากการขีดหรือแกะสลัก ลายฉลุโปร่ง ลายเกิดจากการกดหรือตีหุ่นต่ำและเกิดจากการ
แปะติดหรือกระหนะ ซึ่งมีวิธีการตกแต่งลวดลาย ดังนี้

1) ลายที่เกิดจากการขีดหรือสลัก ลายบัวคว่ำบัวหงาย เกิดจากการ
ขีดหรือสลักลายบนเครื่องปั้นภาชนะชั้นน้ำพานรองมีลักษณะคล้ายกับลายกลีบบัวแต่ต่างตรงที่การจัด
วางลายบนรูปแบบเครื่องปั้น



ภาพประกอบ 22 ผลิตภัณฑ์ชั้นน้ำพานรอง ลายบัวคว่ำบัวหงาย

2) ลายฉลุโปร่ง ลักษณะลายที่เกิดจากการตัดดินเพื่อให้ฉลุโปร่งบนเครื่องปั้นดินเผา ผลิตภัณฑ์หม้อน้ำทรงกลมคอต่ำพร้อมขารอง เป็นลายกลีบบัวที่เกิดจากการตัดเนื้อดินฉลุโปร่งนูนหรือต่ำตามแบบของลาย



ภาพประกอบ 23 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาหม้อน้ำทรงกลมคอต่ำพร้อมขารองลายกลีบบัวฉลุโปร่ง



3) ลายที่เกิดจากการกด หรือตีให้เนื้อดินนูนหรือต่ำลงตามแบบของลายบนเครื่องปั้นดินเผา เช่น ภาชนะชั้นน้ำ ลายเครือเถา



ภาพประกอบ 24 ชั้นน้ำลายเครือเถาเกิดจากการกดหรือตีให้เนื้อดินนูนหรือต่ำ

4) ลายที่เกิดจากการแปะติด หรือกระหนะ ใช้แม่พิมพ์กดดินให้เป็นลาย แล้วนำไปแปะติดตัวภาชนะเครื่องปั้นด้วยน้ำสลิป จะเห็นลายนูนขึ้น นิยมใช้ลายแปะตกแต่งส่วนมากเป็นฝาน้ำทรงโองคอสอง และไหลโองน้ำใบใหญ่ หรือฐานหม้อน้ำ



ภาพประกอบ 25 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ลายแปะหรือกระหนะ

1.3 วัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญใช้ในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา คือ ดินเหนียว ดินทราย และฟืน ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1.3.1 ดิน เป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา บ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ลักษณะดินเหนียวที่ดี คือ มีความเหนียวจัด เพราะมีอินทรีย์สาร กรวด ทราย หิน คาร์บอนของพวกต้นไม้ ใบไม้ ทับถมกันมาเป็นเวลานานจนสลายตัวและเปลี่ยนรูปไป ดินจึงมีลักษณะที่ผสมกันอยู่แล้วตามธรรมชาติ สีไม่ดำเกินไป มีสีนวลหรือปนเหลือง เนื้อดินจับกันเป็นก้อนแน่นไม่ร่วนซุยและไม่มีเศษวัชพืช กรวดทราย ความเหนียวของดินเมื่อนำมาผสมกับน้ำอย่างพอเหมาะสมควรแล้วสามารถนำมาปั้นหรือขึ้นรูปตามต้องการได้ โดยธรรมชาติดินเหนียวที่มีความเหนียวมาก สังเกตได้จากเนื้อดินเหนียวมักจะละเอียด เมื่อจับต้องจะนุ่มมือและเมื่อถูกน้ำจะลื่นมือ เนื้อดินเหนียวเมื่อผสมน้ำและนวดจะมีความนุ่มและเหนียวมากเหมาะในการใช้ปั้น ในเนื้อดินจะมีธาตุเหล็กผสมอยู่เล็กน้อย เมื่อเผาแล้วจึงมีสีแดง แต่ถ้าเผาในอุณหภูมิสูงแร่เหล็กในดินจะหลอมละลายเป็นน้ำเคลือบ (Iron Oxide) โดยจะเคลือบเครื่องปั้นที่เผาให้มีสีเข้ม ดังที่ นายธวัชชัย เชื้อเต็ง กล่าวไว้

“...ดินเกาะเกร็ดเป็นดินท้องถิ่นที่ลุ่มแม่น้ำ มีคุณสมบัติพิเศษอยู่ในตัวของมันนี้แหละทำให้เครื่องปั้นที่มีเนื้อดินละเอียดเนียนสีสวยขึ้นเงามัน นี่คือจุดเด่นของเครื่องปั้นบ้านเกาะเกร็ด...”

(ธวัชชัย เชื้อเต็ง. 2556 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 26 แหล่งวัตถุดิบดินเหนียวท้องถิ่น บ้านเกาะเกร็ด

1.3.2 ดินทราย เป็นวัตถุดิบอีกชนิดหนึ่งที่มีส่วนในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา บ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ลักษณะของดินทรายเป็นทรายละเอียด โดยวิธีการกรอง หรือร่อนทรายให้เหลือทรายละเอียด แหล่งของดินทรายที่ดี ทรายที่นำมาจากแม่น้ำเจ้าพระยา บริเวณ



ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และอัตราส่วนในการผสมดินทรายกับดินเหนียวในการทำเครื่องปั้นดินเผา คือ ดินเหนียว 3 ส่วน ต่อ ดินทราย 1 ส่วน ประโยชน์ของดินทรายเพิ่มความแข็งแรงของเครื่องปั้น และลดการหดตัวของดิน การผสมทรายกับดินเหนียวใช้ได้เฉพาะเครื่องปั้นที่ไม่ต้องการแกะสลักลาย เช่น กระถางต้นไม้ ส่วนเครื่องปั้นดินเผาที่ต้องการแกะสลักลายละเอียดประณีต ไม่ต้องผสมดินทราย เพราะเนื้อดินที่ผสมดินทรายจะทำลวดลายได้ยาก เช่น หม้อน้ำ คนโทน้ำ ดังคำสัมภาษณ์ของ นายสุรัตน์ บัวหิรัญ ที่ว่า

“...การทำเครื่องปั้นดินเผาประเภทใช้งาน ใช้ดินเหนียวล้วนๆไม่ได้จะต้องเอาทรายละเอียดผสมเนื้อดินเหนียวเพื่อเพิ่มความแกร่งของเครื่องปั้นให้ทนไฟดีขึ้น...”

(สุรัตน์ บัวหิรัญ. 2556 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 27 ทราย วัตถุดิบที่ใช้ผสมกับดินเหนียวเพื่อให้เครื่องปั้นดินเผามีความแข็งแรง

1.3.3 ฟืน เป็นวัตถุดิบ ที่สำหรับใช้เผาเครื่องปั้นในขั้นตอนสุดท้าย ลักษณะฟืนที่มีคุณภาพในการใช้เผาเครื่องปั้น เช่น ฟืนไม้ตาตุ่ม ฟืนเศษไม้จากโรงเลื่อย หรือที่เรียกว่าฟืนหลา และฟืนก้านมะพร้าว แหล่งของฟืนเหล่านี้หาได้แถบบริเวณชายทะเลจังหวัดสมุทรสาคร และบ้านบางกระดี เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ส่วนด้านประโยชน์ของฟืนแต่ละชนิดไม่เหมือนกัน เช่น ฟืนไม้ตาตุ่ม ใช้เมื่อต้องการแรงไฟแรง ส่วนฟืนก้านมะพร้าวใส่ในช่วงที่เครื่องปั้นดินเผาในเตาใกล้จะสุก เพราะน้ำมันทางมะพร้าวออกมาเคลือบภาชนะเครื่องปั้นสีสดสวย ดังที่ นางมะลิ วงศ์จำนงค์ กล่าวว่า

“...ฉันเผาเตาชอบใช้ฟืนก้านมะพร้าวเผา ทำให้ผิวดินสีสวย การลูกไหม้ดีกว่าไม้ธรรมดาและทำให้สีเครื่องปั้นมีสีสวยสัมผัสเป็นธรรมชาติดีเครื่องปั้นมีราคาดีด้วย...”

(มะลิ วงศ์จำนงค์. 2556 : สัมภาษณ์)





ภาพประกอบ 28 ฟืน วัสดุสำหรับใช้เผาเครื่องปั้น บ้านเกาะเกร็ด

1.4 ขั้นตอนการผลิต

การผลิตงานศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด พบว่ามีขั้นตอนการผลิต 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการเตรียมดิน ขั้นตอนการปั้นหรือการขึ้นรูป ขั้นตอนการตกแต่งเครื่องปั้นดินเผา และขั้นตอนการเผาเครื่องปั้นดินเผา ดังนี้

1.4.1 ขั้นตอนการเตรียมดิน กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด เตรียมดินด้วยวิธีการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น และได้รับประสบการณ์มาจากการเรียนรู้ด้วยตนเอง ขั้นตอนการเตรียมดินมี เตรียมดินแบบโบราณ ในอดีตกลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้น เตรียมดินด้วยการใช้ควายนวดดินเป็นเวลานานถึง 5-7 วัน แต่ปัจจุบันนี้มีเทคโนโลยีเข้ามามีความเจริญก้าวหน้าการเตรียมดินใช้ควายนวดไป และการเตรียมดิน ดังนี้

การเตรียมดิน กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด นำเอาความรู้ที่ได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นมาพัฒนาเป็นองค์ความรู้ใหม่ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในปัจจุบันมีวิธีการ ดังนี้

1) การย่อยดินหรือผสมดิน ผู้ทำหน้าที่จะเริ่มต้นด้วยการย่อยดินแผ่นบาง ๆ แซะดินจากบ่อหมักนำมาตากไว้ให้แห้ง



ภาพประกอบ 29 การย่อดินตากไว้ให้แห้งเพื่อนำไปหมัก

2) การหมักดิน นำดินที่ตากแห้งได้ที่นำมาหมักแช่น้ำไว้ประมาณ 4-5 วัน หลังจากนั้นนำดินที่หมักได้ที่นำมาเข้าเครื่องปั่นเพื่อให้ดินแตกตัวเข้ากับน้ำจนเป็นน้ำโคลน ผู้ทำหน้าที่นำน้ำดินที่ปั่นได้ที่มากรองเพื่อคัดแยกเอากรวดทรายและรากไม้ออกโดยใช้ตะแกรงลวด นำน้ำดินที่ผ่านการกรองแล้วมาเข้าเครื่องรีดน้ำดินประมาณ 7- 8 ชั่วโมง ดินที่ผ่านการรีดน้ำแล้วจะมีความแห้งหมาดที่พอเหมาะในการปั้นขึ้นรูป



ภาพประกอบ 30 เครื่องกรองน้ำดินเพื่อคัดแยกกรวดทรายและรากไม้โดยใช้ตะแกรงลวด

3) การนวดดิน หรือการโม่ดิน ผู้ทำหน้าที่นำดินไปใส่เครื่องนวดดินผสมทรายละเอียดประมาณ 2 กำมือและน้ำเล็กน้อย เครื่องนวดดินคลุกเคล้าดินให้มีความชื้นเท่า ๆ กัน และเพิ่มความเหนียวของเนื้อดิน ริดออกมาเป็นแท่งและตัดดินเป็นท่อนเล็กๆ ตามขนาดที่เหมาะสมกับการปั้น ผู้ทำหน้าที่นำดินที่นวดได้ที่มาปั้นตามแบบที่ต้องการด้วยแป้นหมุนไฟฟ้า



ภาพประกอบ 31 เครื่องนวดดินเพื่อเพิ่มความเหนียวของดิน บ้านเกาะเกร็ด

1.4.2 ขั้นตอนการปั้นหรือการขึ้นรูป ของบ้านเกาะเกร็ด ผู้ปั้นต้องอาศัยความชำนาญพิเศษจึงจะปั้นรูปภาชนะหรือเครื่องปั้นที่ต้องการได้อย่างสวยงาม และยังขึ้นกับความสามารถเชิงศิลป์ของแต่ละบุคคลด้วย การปั้นรูปภาชนะของบ้านเกาะเกร็ดใช้วิธีปั้นหลายวิธี มีวิธีการดังนี้

1) การปั้นแบบมอญ (ปั้นนิ้ว) ปั้นบนแป้นหมุนการปั้นลักษณะนี้สำหรับเครื่องปั้นที่ต้องการประณีตใส่ลวดลาย ผู้ปั้นใช้วิธีการหยิบดินมาเพิ่มบนแป้นที่ละเอียดกละน้อย พร้อมกับกดดินนวดดินเสริมให้เป็นเนื้อเดียวกันเป็นรูปร่างที่ต้องการเสียก่อนจึงจะเพิ่มความหนาบางของภาชนะตามต้องการ แล้วนำผ้าชุบน้ำประคองแต่งผิว เรียกกันว่าขึ้นรูปด้วยผ้า ดังที่นายสมเกียรติ สุขทองกล่าวว่า

“...ชาวมอญนิยมการปั้นด้วยการกดดินเป็นท่อนยาว ๆ ตามขนาดของภาชนะที่ปั้นแล้ววางบนแป้นและเสริมดินที่ละเอียดกละน้อยใช้นิ้วหัวแม่มือเจาะกลางท่อนดิน เรียกกันว่า “ปั้นนิ้ว” เป็นลักษณะงานปั้นที่ละเอียด...”

(สมเกียรติ สุขทอง. 2556 : สัมภาษณ์)



2) การปั้นพุ่ม

- (1) พุ่มดินบนแป้นหมุนไฟฟ้า ช่างปั้นนำดินที่ผ่านการนวดแล้ว แบ่งเป็นก้อนพอใช้ปั้นภาชนะได้ครึ่งละหนึ่งใบ พุ่มลงบนศูนย์กลางแป้นแรง ๆ จนดินเกาะติดกับแป้น
- (2) ทำก้อนดินให้ได้ศูนย์กลาง ช่างปั้นใช้อุ้งมือทั้งสองที่ชุบน้ำไว้พุ่มดี โอบดินทั้งก้อนใช้กำลังแขนทั้งสองกดดินให้แน่นจนก้อนดินนั้นได้ศูนย์กลางตั้งอยู่หนึ่งไม่ส่ายไปมา
- (3) รีดดินขึ้นเป็นรูปภาชนะ ใช้นิ้วหัวแม่มือทั้งสองกดไปที่ตรงกลางก้อนดิน ดึงดินให้เป็นวงกลมกว้างตามขนาดของเครื่องปั้นที่ต้องการ จากนั้นใช้ฝ่ามือทั้งสองกดประคองรีดดินให้สูงขึ้น และจับดินให้เป็นรูปภาชนะที่ต้องการ
- (4) นำเครื่องปั้นออกจากแป้น ใช้ลวดหรือด้ายเส้นเล็กตัดส่วนล่างของเครื่องปั้นออกจากแป้นวางบนกระดานรอง ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า

“...สมัยนี้มีเครื่องทุ่นแรงเข้ามาช่วยแป้นหมุนไฟฟ้าทำให้งานปั้นเร็วขึ้นสะดวกสบายกว่าเมื่อก่อนมาก...”

(ทองหล่อ จิวออก. 2556 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 32 การปั้นพุ่ม หลังจากพุ่มดินลงบนแป้นหมุนใช้นิ้วหัวแม่มือกดก้อนดินเพื่อดึงดินขึ้นเป็นรูปภาชนะตามต้องการ

1.4.3 การตกแต่งเครื่องปั้นขั้นต้น การตกแต่งเครื่องปั้นดินเผา หลังปั้นมี

3 ขั้นตอน คือ

- 1) การขูดแต่ง นำภาชนะเครื่องปั้นที่ยังหมาดนั้นมาขูดผนัง ขูดกันบนแป้นหมุน ใช้ไม้ขูดหรือเหล็กแบนคล้ายใบมีดขูดจนผิวเรียบ



2) การขัดบนแป้น เมื่อชุดภาชนะเครื่องปั้นแล้ว นำก้อนดินมีลักษณะกลม ผิวมันนำมาถูรอบ ๆ ภาชนะเครื่องปั้นขณะแป้นกำลังหมุน หรือจะใช้ไม้ขูด และเหล็กแบนคล้าย ไขมีดขูดจนผิวเรียบ

3) การขัดขั้นตอนสุดท้าย ภาชนะเครื่องปั้นบางประเภทต้องทำให้ผิว เครื่องปั้น เป็นมันงาม จึงต้องขัดอีกครั้ง หลังจากผ่านการขัดบนแป้นแล้ว เช่น หม้อน้ำ อ่างค่อม เมื่อชุดแต่งเรียบร้อยแล้วนำเครื่องปั้นก่อนเผาไปตากหรือผึ่งเครื่องปั้นให้แห้งสนิทจึงนำไปเผาต่อไป



ภาพประกอบ 33 การตกแต่งภาชนะเครื่องปั้นบนแป้นหมุน

1.4.4 การเผาเครื่องปั้น วิธีการการเผเครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด เรียกว่าเป็นการเผาดิบ (Biscuit firing) เนื่องจากไม่มีการเคลือบน้ำยาหรือสีแต่อย่างใด บ้านเกาะเกร็ดใช้เตาเผาเครื่องปั้น มีลักษณะเป็นรูปถังสี่เหลี่ยมจัตุรัส ทรงสูง กว้างประมาณ 1.50 เมตร สูงประมาณ 2.50 เมตร ด้านล่างเหนือพื้นดินประมาณ 50 เซนติเมตร ยกพื้นโปรงภายในเตาใช้อิฐปู มีช่องให้ไฟผ่านได้ ด้านบนเปิดโล่งคล้ายปล่องเตา ด้านหน้าก่ออิฐทำเป็นรูปประทุนหลังคาโค้งต่อจากตัวเตา ที่ผนังเตาด้านหน้าเปิดไว้เหมือนประตูที่มีหลังคาประทุนโค้งนี้มาเชื่อมติดกัน ประทุนโค้งนี้สูงประมาณ 80 เซนติเมตร ยื่นยาวจากตัวเตาประมาณ 1.50 เมตร ด้านหน้าสุดของประทุนโค้งนี้เป็นที่ใส่เชื้อเพลิงหรือเรือนไฟ ความร้อนจากห้องเผาเชื้อเพลิงหรือเรือนไฟด้านหน้าจะผ่านเข้าไปภายในเตา ไปสู่ด้านบนที่เหมือนปล่องเตาเผาชนิดนี้เป็นเตาเผาชนิดระบายความร้อนขึ้น ตรงผนังเตาด้านซ้าย ขวา และด้านหลัง ทำเป็นช่องสี่เหลี่ยมเล็ก ๆ เหนือจากระดับพื้นภายในเตาประมาณ 80 เซนติเมตร เพื่อเป็นช่องใส่ฟืนเมื่อใกล้ปิดเตา





ภาพประกอบ 34 เตาเผาเครื่องปั้นดินเผา บ้านเกาะเกร็ด

ขั้นตอนการเผาเครื่องปั้นบ้านเกาะเกร็ด มีการเรียงเครื่องปั้นภายในเตา การปิดปากเตาและพิธีกรรมบูชาเตา มีรายละเอียดดังนี้

1) การเรียงเครื่องปั้นภายในเตา เครื่องปั้นขนาดใหญ่อยู่ด้านล่างนำมาเรียงให้เต็มแต่ละชั้นเป็นแถวตามแนวนอนจากพื้นภายในเตา และเรียงซ้อนเป็นชั้น ๆ ขึ้นไปจนเต็มเตา ด้านบนเป็นเครื่องปั้นขนาดเล็ก ตามซอกหรือที่ว่างใช้วางชิ้นส่วนภาชนะเครื่องปั้นชิ้นเล็ก ๆ แต่ต้องให้มีช่องไฟให้ไฟผ่านได้ อย่าใส่เครื่องปั้นแน่นเกินไป ตอนบนสุดใช้ภาชนะที่เสียหรือแผ่นกระเบื้องแตกมาปิด แล้วใช้แผ่นสังกะสีปิดทับชั้นบนสุด ดังที่นายทองห่อ จีวออก พูดถึงความสามารถในการเรียงเครื่องปั้นเข้าเตาเผาของลูกชายว่า

“...ตอนแรกลูกชายผมก็เรียงเครื่องปั้นเข้าเตาไม่เป็น พอผมเรียกมาช่วยบ่อย ๆ เข้าก็รู้จักวิธีการจัดเรียงเพื่อให้ไฟเผาเครื่องปั้นได้เสมอกัน ตอนนั้นเขาก็สามารถจัดเรียงเครื่องปั้นเข้าเตาได้เก่งมีฝีมือเครื่องปั้นออกมามีสีสวยเสมอกันแทบทุกชิ้น...”

(ทองห่อ จีวออก. 2556 : สัมภาษณ์)

2) การปิดปากเตา ผู้ทำหน้าที่เรียงเครื่องปั้นภายในเตาเสร็จเรียบร้อยแล้ว นำอิฐมาวางเรียงซ้อนกันเป็นชั้นจากพื้นเตาตามรูปโค้งของปากเตา หลังจากนั้นใช้โคลนผสมทรายพอกปิดและเป็นตัวเชื่อมในการเรียงอิฐปิดปากเตา โบกทับจนทั่ว ต้องทำช่องใส่ฟืนเป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัส ขนาด ความกว้าง 40 เซนติเมตร ยาว 40 เซนติเมตร ไม้ตรงกลางประตู 2 ช่อง เหนือช่องใส่ไฟช่องบน นำดินมาพอกเป็นสันนูนรูปสามเหลี่ยมขนาดเดียวกับช่องใส่ไฟหรือเล็กกว่าเล็กน้อย สำหรับเป็นที่ปักรูปเทียนเมื่อทำพิธีเซ่นไหว้เตา

3) พิธีกรรมการบูชาเตา ในวันเช้าเตาเมื่อปิดปากเตาแล้ว พอเริ่มใส่ไฟต้องทำพิธีไหว้เตาด้วยการนำดอกไม้ธูปเทียน ทองคำเปลวมาไหว้เตา และปักธูปเทียน บนที่บริเวณเหนือช่องใส่ไฟชั้นบน ทุกเย็นต้องจุดธูปเทียนไหว้เตาเป็นประจำทุกวัน ประเพณีนี้สืบเนื่องมาจากธรรมเนียมคนมอญที่เคารพนับถือและกตัญญูต่อบรรพบุรุษมาก การเชิญเสื้อผ้าของบรรพบุรุษมาทำพิธีไหว้เตาเป็นการรำลึกถึงบรรพบุรุษที่ตนเคารพนับถือ อีกทั้งยังเป็นการขอขมาโทษต่อแม่พระธรณี เพราะการทำเครื่องปั้นต้องนำดินซึ่งนับถือกันว่า มีพระแม่ธรณีอยู่นั้นมาเผา จึงควรที่จะต้องขอโทษต่อท่าน และให้ท่านบันดาลความเป็นสิริมงคลให้ด้วย ดังคำสัมภาษณ์ของ นายพิศาล บุญผูก ที่ว่า

“...การทำเครื่องปั้นดินเผาเป็นอาชีพหลักของชาวมอญบ้านเกาะเกร็ด สร้างความมั่นคงให้กับครอบครัวและการทำเครื่องปั้นดินเผาของบ้านเกาะเกร็ด ได้สอดแทรกคติความเชื่อและด้านวัฒนธรรมของสังคมกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาในชุมชนได้ด้วย...”

(พิศาล บุญผูก. 2556 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 35 การบูชาเตา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา บ้านเกาะเกร็ด

4) การเผาเครื่องปั้น ใช้เวลาประมาณ 24 ชั่วโมง เริ่มเผาด้วยการรุมด้วยความร้อนน้อย ๆ ก่อนประมาณ 12 ชั่วโมง จากนั้นจึงเร่งไฟจนมีเปลวไฟลุกพลุ่งขึ้นส่วนบนของเตา และใส่ฟืนตามช่องข้างผนังเตา เครื่องปั้นที่เผามีสีแดงจัดจึงหยุดการเผา อุณหภูมิที่ใช้ในการเผาประมาณ 800 – 900 องศาเซลเซียส จากนั้นปล่อยให้เย็นประมาณ 10 ชั่วโมง จึงนำเครื่องปั้นออกจากเตาได้





ภาพประกอบ 36 การเผาเตาเครื่องปั้น บ้านเกาะเกร็ด

1.5 เครื่องมือ และอุปกรณ์

กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด ได้พัฒนาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่สำคัญใช้ในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ด้วยการอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามามีส่วนในการผลิต อุปกรณ์เครื่องมือที่สำคัญ มี 3 ชนิด มีรายละเอียดดังนี้

1.5.1 แป้นหมุน มอญเรียกว่า “เป็งโม” เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับขึ้นรูปทรงภาชนะดินเผาต่าง ๆ ลักษณะเป็นแป้นเหล็กกลมบาง มีแกนเหล็กเชื่อมติดอยู่ด้านล่างสวมในแท่นปั้นซึ่งบนแท่นปั้นมีเพลยาวที่หมุนด้วยมอเตอร์ไฟฟ้า มีสายพานหมุนแป้น



ภาพประกอบ 37 แป้นหมุน เครื่องมืออุปกรณ์การผลิต การปั้นหรือการขึ้นรูปเครื่องปั้นดินเผา

1.5.2 เครื่องนวดดิน หรือเครื่องโม่ดินของบ้านเกาะเกร็ด ที่ใช้ทำงานด้วยกำลังไฟฟ้ามีช่องสำหรับใส่ดินด้านบนและมีเพลาหมุนอยู่ภายใน ผสมดินและทรายให้เข้ากันเพื่อเพิ่มความเหนียวของดินและรีดออกมาเป็นแท่งดินกลม



ภาพประกอบ 38 เครื่องนวดดินหรือเครื่องโม่ดิน เครื่องมืออุปกรณ์ในการเพิ่มความเหนียวของดิน

1.5.3 เครื่องมือการแกะสลักลวดลาย ประกอบด้วยอุปกรณ์หลายอย่าง อุปกรณ์เหล่านี้ช่างแต่ละคนใช้เป็นเครื่องมือในการแกะสลักลวดลายไม่เหมือนกัน ส่วนมากจะหาวัสดุอุปกรณ์ที่ใกล้ตัวนำมาประดิษฐ์ดัดแปลงเป็นเครื่องมือ สะดวกในการทำงานของแต่ละคน เช่น ไม้ไผ่ปลายแหลมและเหล็กแหลม ลูกกลิ้งกตลาย เป็นต้น



ภาพประกอบ 39 เครื่องมืออุปกรณ์ตกแต่งและแกะสลักลายภาชนะเครื่องปั้นดินเผา บ้านเกาะเกร็ด

1.6 การประเมินคุณภาพ

การทำผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ดนั้น มีการประเมินผลเกือบทุกขั้นตอน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ การประเมินด้านลักษณะของผลิตภัณฑ์ จากกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา ควบคุมดูแลในการประเมินผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด ได้รับรอง มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช 46 / 2546) การประเมินผลคุณภาพผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด ต้องผ่านตัวชี้วัดคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเครื่องปั้นดินเผาในชุมชนไทยรามัญภาคกลาง ประกอบด้วยดังนี้

1.6.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ดีมีลักษณะดังนี้

- 1) เนื้อดินละเอียดมีความแข็งแรงสูงคงรูปทนทานและมีความเหนียว สามารถเก็บน้ำได้ดี
 - 2) มีขนาดใหญ่ถึงขนาดเล็ก
 - 3) มีสีส้มอ่อนจนถึงสีแดงอมส้ม เมื่อเผาอุณหภูมิสูงขึ้นจะมีสีเข้มคล้ายเนื้อเหล็ก
 - 4) ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดเป็นประเภทไม่เคลือบเนื้อดิน
 - 5) ลวดลายที่ตกแต่งเครื่องปั้น จากการขีดหรือสลัก การตัดดินให้ลายเด่นชัด การกดหรือตีให้ลายนูนหรือต่ำลง การติดหรือกระหนะ การฉลุโปร่ง
- เครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด เป็นเครื่องปั้นประเภทชนิดไม่เคลือบ กลุ่มเครื่องปั้นมีวิธีการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ของตนเองที่ได้เรียนรู้จากประสบการณ์มา ดังที่ นายพิศาล บุญผูก กล่าวว่

“...หลังจากเครื่องปั้นออกจากเตาเผาเตรียมจะนำไปขายตลาด เจ้าของเครื่องปั้นมีวิธีการคัดแยกเครื่องปั้นที่มีคุณภาพ โดยการฟังเสียงจากการเคาะเครื่องปั้น ใช้ชิ้นกระเบื้องหรือชิ้นเหล็กเล็กๆ เคาะเมื่อมีเสียงดังก้องกังวานไพเราะ ก็แสดงว่าเครื่องปั้นชิ้นนี้มีคุณภาพดี เครื่องปั้นก็มีราคาสูงแต่ถ้าฟังเสียงคล้ายกับของแตกกร้าว เครื่องปั้นไม่มีคุณภาพ ราคาต่ำ...”

(พิศาล บุญผูก. 2556 : สัมภาษณ์)

1.7 การกำหนดราคา

ราคาเป็นเครื่องกำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนซื้อ ขายสินค้าและบริการ การกำหนดราคาเครื่องปั้นดินเผานั้นเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลายด้าน เครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด เป็นผลิตภัณฑ์มีราคาแพง ราคาไม่ตก และราคาจะแพงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากกรรมวิธีการผลิตที่ยุ่งยาก ซับซ้อนและค่าใช้จ่ายในการขนส่งวัตถุดิบสูง การกำหนดราคาจำหน่ายได้ตั้งราคาผลิตภัณฑ์เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยคำนวณจากราคาต้นทุนการผลิต บวกกับความยากง่ายของลวดลายที่ใช้ และบนภาชนะเครื่องปั้นดินเผา แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้น ผลิตออกมาแล้วต้องมีความประณีตสวยงามด้วยกระปุกขนาดใหญ่ ราคา 150 บาท ขายให้พ่อค้าคนกลางในหมู่บ้านขึ้นละราคา 200 บาท



กลุ่มบ้านเกาะเกร็ดมีแนวทางในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ได้กำหนดราคาสูงกว่าตามท้องตลาดทั่วไปนิดหน่อย เพื่อให้ไม่ทำให้ราคาแตกต่างจากคู่แข่งกันมาก ซึ่งลูกค้าหรือผู้บริโภคจะเห็นว่าสินค้ามีการรับรองคุณภาพมาตรฐานแล้ว ราคายังไม่สูงมากนักตามท้องตลาด ลูกค้าอาจจะให้ความสนใจพอสมควรหรือมีกำหนดตั้งราคาที่แน่นอน มีทั้งราคาขายปลีกกับราคาขายส่ง เพื่อเป็นการจูงใจให้มีการซื้อ ในการจัดตั้งราคาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ดจะยึดถือการขนส่งเป็นหลัก โดยการอ้างอิงจากต้นทุน ค่าวัตถุดิบ ค่าขนส่ง ค่าอุปกรณ์ ค่าแรงงาน และอื่น ๆ เป็นเกณฑ์ในการกำหนดการตั้งราคา เพื่อให้กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา พอที่จะเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้

ตาราง 1 ราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด

ผลิตภัณฑ์	ขนาด	ต้นทุน/ชิ้น/บาท	จำหน่าย/ชิ้น/บาท	กำไร/ชิ้น/บาท
หม้อน้ำลายจิตร	เล็ก	300	750	200
หม้อน้ำลายจิตร	กลาง	750	1,500	500
หม้อน้ำลายจิตร	ใหญ่	1,250	2,500	500
หม้อน้ำลายจิตร ทรงลูกฟักทอง	ใหญ่	1,750	3,000	500
โคมไฟ	เล็ก	900	1,800	300
โคมไฟ	กลาง	1,250	2,500	500
โคมไฟ	ใหญ่	1,750	3,000	500
กระปุกใส่กำยาน	กลาง	100	250	150

ที่มา : แผนการผลิตและรายได้จากการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา บ้านเกาะเกร็ด

อาจกล่าวได้ว่า ภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญบ้านเกาะเกร็ด ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นภูมิปัญญาการปั้นจากดินเหนียว เป็นเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน เช่นโอ่ง อ่าง ขาม หม้อข้าว ขวามอญเชือกสายมอญที่อพยพมาจากเมืองมะตะมะ เมืองหงสาวดีและเมืองพะสิม เข้ามาอาศัยในภาคกลางของประเทศไทยในพื้นที่ จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดนครสวรรค์ ยังคงรักษาศิลปวัฒนธรรมของตนเอง ประกอบอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผาเลี้ยงครอบครัว เมื่อมาอยู่เกาะเกร็ด เป็นเกาะกลางลำน้ำเจ้าพระยาเห็นสภาพของดิน



เหมาะต่อการทำเครื่องปั้นดินเผา ส่วนหนึ่งจึงประกอบอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผาที่ ส้มสืบทอด ต่อเนื่องมาจนเป็นอัตลักษณ์และเป็นสัญลักษณ์ของชุมชน ปัจจุบันมีการรวมตัวกัน 3 หมู่บ้าน เป็นกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาที่หมู่ที่ 1 เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม พ.ศ. 2540 ตามนโยบาย เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่มคือ ส่งเสริมให้เป็นแหล่งเรียนรู้ในชุมชน และให้สมาชิกมีการพัฒนาฝีมือผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาต่อเนื่อง แรกเริ่มมีสมาชิกจำนวน 21 คน คณะกรรมการบริหารกลุ่มอีกจำนวน 7 คน โดยมี นาง ยุพิน จันทร์หอมกุล เป็นผู้นำกลุ่ม ปี 2541 กลุ่มได้เรียนรู้ด้านการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเพิ่มเติม จึงคิดออกแบบ ผลิตภัณฑ์เองและได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ โดยใช้งบประมาณของมูลนิธิมิยาซากิ และทางราชการได้ประกาศให้ ตำบลเกาะเกร็ด เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอีกด้วย ปี 2547 ทางกลุ่มได้มีโอกาสจัดส่งผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ประเภทสวয়งามตกแต่งบ้าน หม้อน้ำลายวิจิตร สีดำ เข้าประกวดได้รับรางวัล หนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล (OTOP) ในระดับ 5 ดาว พ.ศ. 2553 ทางกลุ่มได้รับการประกาศรับรองเครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ชนิดผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาในอดีต 2 ประเภท คือ ของใช้ในครัวเรือน และเครื่องปั้นดินเผาประเภทสวয়งาม เครื่องปั้นเหล่านี้เป็นเครื่องปั้นชนิดไม่เคลือบ ปัจจุบัน ทางกลุ่มได้มีการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเป็น ประเภทของที่ระลึก กระปุกใส่กำยานหอม กระปุกลายพันปลาใส่เครื่องหอม เชิงเทียน และชุดกาแฟพร้อมฝาแกะลายบัวคว่ำบัวหงาย ประเภท สวয়งาม เช่น หม้อน้ำทรงโอ่งทรงสูงใส่ลายตราประจำจังหวัดนนทบุรี หม้อน้ำรูปตัวหงส์ฉลุลายเครือเถาโปร่ง ชันน้ำพานรองแกะลายนูนบัวคว่ำบัวหงาย หม้อน้ำทรงฟักทอง โคมไฟหม้อน้ำทรงโอ่ง และ โคมไฟทรงโอ่งแกะลายไทย

ลักษณะเฉพาะของภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด คือ วัตถุดิบที่ใช้ในการ ปั้นของกลุ่มบ้านเกาะเกร็ด มี 3 ชนิด คือ ดินเหนียวท้องถิ่น มีลักษณะพิเศษ คือมีความเหนียวจัด สีไม่ดำเกินไปไม่มีเศษวัชพืชหรือทรายปน ดินเหนียวเป็นวัตถุดิบช่วยเสริมความแข็งแรงของเครื่องดินเผาเมื่อถูกความร้อน เมื่อผสมในอัตราส่วน ดินเหนียว 3 ส่วน ต่อดินทราย 1 ส่วน และผสมน้ำ เล็กน้อย ฟินเป็นเชื้อเพลิงที่ใช้เผาเครื่องปั้น ในสมัยก่อนใช้ฟืนไม้เบญจพรรณ ปัจจุบันใช้ฟืนหลา หรือเศษไม้จากโรงเลื่อย หากต้องการให้ไฟแรงและเครื่องปั้นออกมาสีสวยใช้ฟืนทางมะพร้าว มีการบวนการผลิตมี 4 ขั้นตอน คือการเตรียมดิน มี 2 แบบ แบบโบราณ ใช้ควายเหยียบและแบบปัจจุบัน ใช้เครื่องนวดดินไฟฟ้า การปั้น มี 2 แบบ การปั้น แบบมอญ เรียกว่า การปั้นนิ้ว และการปั้นหุ้ม การตกแต่งเครื่องปั้น มีหลายอย่าง 5 แบบได้แก่ลายที่เกิดจากการขีดหรือสลักลายฉลุโปร่ง ลายเกิดจากการกดหรือตีให้เนื้อดินนูนหรือต่ำ ลายเกิดจากการตัดดินให้ลายเด่นชัดขึ้น และลายเกิดจากการแปะติดหรือลายกระหนะ และการเผาเครื่องปั้น ใช้ความร้อนในการเผาประมาณ 1,000 – 1,200 องศาเซลเซียส ใช้เวลานาน ประมาณ 20 - 25 วัน การเผาสดแตกด้วยความชื้นและพิธีกรรม สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่สำคัญมี 3 ชนิด คือ แป้นหมุน เครื่องนวดดิน และเครื่องแกะสลักลายลาย อดีตรมีการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพเครื่องปั้นดินเผา โดยช่างและเจ้าของกิจการ ปัจจุบันมีการตรวจสอบจากภายนอกและได้รับการรับรองมาตรฐานชุมชน (มผช. 46/2549) จากตัวชี้วัดลักษณะที่ดีของผลิตภัณฑ์ กำหนดราคาจากราคาต้นทุน คือ ค่าวัตถุดิบ บวก ค่าขนส่ง บวกค่าอุปกรณ์ บวกค่าแรงงาน และอื่น ๆ



2. ประวัติความเป็นมาของ บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี

2.1 สภาพทั่วไป

บ้านสามโคก ปทุมธานี เกิดขึ้นมาไม่น้อยกว่า 300 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2112

ในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช แห่งกรุงศรีอยุธยา ในปี พ.ศ. 2202 มังนันทมิตร ชาวมอญรับราชการทหารในไทยได้กวาดต้อนครอบครัวชาวมอญเมืองเมาะตะมะ อพยพหนีภัยจากศึกพม่าเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภาร พระองค์ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ครอบครัวมอญเหล่านั้นไปตั้งบ้านเรือนอยู่ที่บ้านสามโคก ชาวมอญเหล่านั้นประกอบอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผาเครื่องใช้ต่างๆ ออกจำหน่ายและส่งไปขายกรุงศรีอยุธยา เป็นที่นิยมกันอย่างกว้างขวางในยุคนั้น ต่อมาในสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ชาวมอญได้อพยพหนีเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภาร อีกเป็นครั้งที่ 2 พระองค์ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ไปตั้งบ้านเรือนที่บ้านสามโคกอีกครั้ง และในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ชาวมอญได้อพยพครั้งใหญ่จากเมืองเมาะตะมะเข้าสู่ประเทศไทยอีกครั้ง ชาวมอญอพยพครั้งนี้เรียกว่า “มอญใหม่” พระองค์ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ชาวมอญเหล่านั้นบางส่วนไปตั้งบ้านเรือนอยู่ที่สามโคกด้วย จากชุมชนขนาดเล็กบ้านสามโคก จึงกลายเป็นเมืองสามโคก ชาวบ้านประกอบอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผา ประเภทของใช้ในชีวิตประจำวัน ผลิตรายจำหน่ายไปตามหัวเมืองต่าง ๆ โดยล่องเรือขายไปตามลำคลองและจอดเทียบขายในคลอง ปัจจุบันนี้คลองแห่งนี้เรียกกันว่า “คลองโองอ่าง” กลุ่มชาวมอญเหล่านี้ทำเครื่องปั้นดินเผาสืบทอดมาจนถึงปัจจุบันนี้

บ้านสามโคก มีตำนานท้องถิ่นเกี่ยวกับความเป็นมาของชื่อบ้านว่า นานมาแล้วมีมอญสองคนพี่น้อง คนพี่ชื่อมะกะลอย คนน้องชื่อมะกะเล็ด มีอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผามาตั้งแต่วัยเมืองมอญ เมื่อได้อพยพมาอยู่ที่บ้านสามโคก ทั้งสองได้ช่วยกันขุดดินเป็นเนินโคกให้สูงขึ้นพ้นระดับน้ำหลาก โดยทำขึ้น 2 โคก และได้ก่อเตาเผาเครื่องปั้นดินเผาที่มีหม้อ ไห เตา ตุ่มกิจการเจริญดี มีเรือมารับซื้อกันมากมาย ต่อมาคนน้องทำตัวเสเพล กิจการทรุดลงจึงอิจฉาพี่ชายที่กิจการดีขึ้นเรื่อย ๆ คินหนึ่งคนน้องจึงรวบรวมพรรคพวกเข้าไปทำลายโรงและเตาเผาตุ่มของพี่ชายจนหมดสิ้น ผู้เป็นพี่ชายจึงทำการขุดแต่งโคกเตาขึ้นมาใหม่ให้อยู่ใกล้บ้านตน กิจการก็กลับเจริญรุ่งเรืองขึ้นกว่าเดิม ผู้เป็นน้องจึงละอายใจในที่สุดก็ต้องย้ายไปอยู่ที่อื่น จึงทำให้เกิดชื่อสามโคกขึ้น จากตำนานดังกล่าวจึงทำให้ดินแดนบริเวณนี้มีชื่อว่าสามโคก เนื่องจากมีเตาเผาเครื่องปั้นดินเผา 3 เตา ที่สร้างจากพี่น้องสองคนนั่นเอง





ภาพประกอบ 40 สภาพทั่วไปบ้านสามโคก ตำบลสามโคก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

1) บริบทพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพื้นที่ในจังหวัดปทุมธานี เกี่ยวกับ ประวัติ เขตการปกครอง สภาพภูมิประเทศและเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม ดังนี้

ประวัติจังหวัดปทุมธานี

คำขวัญปทุมธานี

ถิ่นบัวหลวง เมืองรวงข้าว เชื้อชาวมอญ นครธรรมะ

พระตำหนักรมใจ สดใสเจ้าพระยา ก้าวหน้าอุตสาหกรรม

ตราประจำจังหวัดปทุมธานี ดอกบัวหลวง

ประวัติ จังหวัดปทุมธานีตั้งถิ่นฐานไม่น้อยกว่า 300 ปี นับตั้งแต่สมัย สมเด็จพระนารายณ์มหาราช แห่งกรุงศรีอยุธยา คือ พ.ศ. 2202 ชาวมอญหนีสงครามจากศึกพม่า เข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภารสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ครอบครัว ชาวมอญเหล่านั้น ไปตั้งบ้านเรือนอยู่ที่บ้านสามโคก ต่อมา พ.ศ. 2358 พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยทรงโปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนชื่อ “เมืองสามโคก” เป็น “เมืองประทุมธานี” ต่อมา พ.ศ. 2461 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ใช้คำว่า “จังหวัด” แทน “เมือง” และให้เปลี่ยนการสะกดชื่อใหม่จาก “ประทุมธานี” เป็น “ปทุมธานี” กลายเป็นจังหวัด ปทุมธานีในปัจจุบันนี้

เขตการปกครอง แบ่งการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ ได้แก่

1. เมืองปทุมธานี 2. คลองหลวง 3. ธัญบุรี 4. หนองเสือ 5. ลาดหลุมแก้ว 6. ลำลูกกา
7. สามโคก

จำนวนประชากร 1,010,898 คน โดยประชากรส่วนใหญ่ในจังหวัด ปทุมธานี นับถือ ศาสนาพุทธ ซึ่งเป็นกลุ่มคนไทยดั้งเดิมและคนไทยเชื้อสายมอญ รองลงมาคนไทยเชื้อสายจีน และศาสนาอิสลาม



สภาพภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มริมสองฝั่งเจ้าพระยาอยู่เหนือระดับน้ำทะเลปานกลาง มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านใจกลางจังหวัด

เอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมของชาวปทุมธานีมีอยู่หลายอย่าง คือ

1. การทำอิฐมอญ ซึ่งเป็นหัตถกรรมที่มีชื่อเสียง 2. เครื่องปั้นดินเผาประเภท ตุ่มน้ำ โอ่งน้ำ อ่างน้ำ ฯลฯ

ปี พ.ศ. 2546 สมาชิกกลุ่มได้คิดริเริ่มผลิตเครื่องปั่นดินเผาประดับผ้าไหม ได้ออกจำหน่ายในทุกหมู่บ้าน ชุมชน สำนักงานหน่วยงานราชการต่างๆสร้างรายได้ให้กับกลุ่มและที่สำคัญที่สุด สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดปทุมธานีเข้ามาดำเนินการช่วยเหลือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จนได้รับรางวัลมากมาย และที่ภาคภูมิใจที่สุด คือ รางวัลหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP ระดับสี่ดาว ที่ได้รับการรับรองคุณภาพ โดย มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน



ภาพประกอบ 42 ป้ายประชาสัมพันธ์กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา บ้านสามโคก

2.3 ชนิดผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาและเก็บข้อมูล โดยการลงพื้นที่ได้มีการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการสังเกตในเรื่องของชนิดผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาพบว่า กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านสามโคก เริ่มจากการปั้นตุ่มสามโคกหรือเรียกกันว่า “อีเล้ง” โอง อ่าง ครก กระถางต้นไม้ ลักษณะเนื้อดินสีแดง ส้มเหมือนสีอิฐหรือสีมันปู ต่อมาได้มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาหลากหลายชนิด แบ่งได้ 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์ประเภทสวยงามตกแต่งสถานที่ และผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ มีดังนี้

2.3.1 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทสวยงามตกแต่งสถานที่

1) แจกันดินเผาประดับผ้าไหม ได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP สี่ดาว ระดับภาคปี พ.ศ. 2546





ภาพประกอบ 43 ผลิตภัณฑ์แจกันดินเผาประดับผ้าไหมหรือดินเผาทรงเครื่องเบญจสิริ

2) ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชนิดตกแต่งสวน และตุ้ปลา เครื่องปั้นประเภทนี้ได้รับความนิยมจากตลาดมากมีหลายรูปแบบ เช่น เจริญ สะพานโค้ง สะพานข้าม แจกัน เตาน้ำมันหอม



ภาพประกอบ 44 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประดับตกแต่งสวนหย่อมหรือตุ้ปลา

2.3.2 ผลิภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทของใช้

1) ผลิภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผากระถางต้นไม้ จัดอยู่ประเภทเครื่องใช้ การผลิตเครื่องปั้นดินเผาประเภทนี้ส่วนใหญ่ไม่มีการตกแต่งมาก กระถางต้นไม้มีหลายขนาดตั้งแต่ห้อยแขวนประดับบ้านเป็นกระถางปลูกต้นไม้สำหรับในที่ร่ม กระถางปลูกต้นไม้ในสวนหย่อมกลางแจ้ง ดังคำสัมภาษณ์ของ นายสมศักดิ์ สนเล็ก ที่ว่า

“...ผลิภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาผู้บริโภคนิยมไม่เหมือนกัน อยู่ที่วัตถุประสงค์ของผู้ใช้ เครื่องปั้นดินเผาที่ผู้บริโภคนิยมตลอดเวลา ก็คือ กระถางใช้ประโยชน์ในด้านปลูกต้นไม้ต่าง ๆ ได้สวยงาม กระถางของที่นี่ มีรูปแบบที่หลากหลาย และมีการระบายสีสวยงามบนภาชนะดินเผา เครื่องปั้นดินเผาของปทุมธานี จะผลิตออกมาตามความต้องการของลูกค้า ลูกค้าของผมต่างชาติก็มีแต่ละครึ่งสั่งออเดอร์เป็นพันชิ้น...”

(สมศักดิ์ สนเล็ก. 2556 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 45 ผลิภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผากระถางต้นไม้หลากหลายรูปแบบ

2) ผลิภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาอ่างบัว ผลิภัณฑ์ชนิดไม่เคลือบ ภาชนะสำหรับปลูกบัวเลี้ยงปลา ตามความต้องการของผู้ใช้



ภาพประกอบ 46 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชนิดไม่เคลือบ อ่างปลูกปลูก บ้านสามโคก

2.3.3 ลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

สำหรับการออกแบบลวดลายเครื่องปั้นดินเผาของบ้านสามโคก ผู้วิจัยได้พบปะพูดคุยสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มกับสมาชิกเครื่องปั้นดินเผาบ้านสามโคก ไม่นิยมทำลวดลายบนภาชนะเครื่องปั้นดินเผา จากคำสัมภาษณ์ของ นายสมศักดิ์ สนเล็ก กล่าวว่า

“...ในสมัยก่อนบ้านเราทำแต่ตุ่มน้ำใบใหญ่ เรียกกันว่า ตุ่มสามโคก จึงไม่มีการเรียนรู้ในการแกะลายเครื่องปั้น ต่อมาในปัจจุบันผลิตกระถางต้นไม้หลากหลายรูปแบบก็ไม่นิยมแกะสลักลายเช่นกัน ทำให้ช่างฝีมือแกะลวดลายของบ้านสามโคกแทบจะไม่มี...”

(สมศักดิ์ สนเล็ก. 2556 : สัมภาษณ์)

2.4 วัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของ บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีดินเหนียว ดินทราย และพื้นวัตถุดิบเหล่านี้คล้ายกับที่ใช้ในการทำเครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด ซึ่งมาจากแหล่งเดียวกัน ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.4.1 ดิน ดินเหนียว เป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการทำเครื่องปั้นดินเผา ดินบ้านสามโคกที่นำมาใช้ทำเครื่องปั้นดินเผามีลักษณะเป็นดินเหนียวที่เหนียวจัด เพราะมีอินทรีย์สาร กรวด ทราย หิน คาร์บอนของพวกต้นไม้ ใบไม้ทับถมกันมาเป็นเวลานานจนสลายตัวและเปลี่ยนรูปไป ดินจึงมีลักษณะที่ผสมกันอยู่แล้วตามธรรมชาติ กลุ่มบ้านสามโคกคัดเลือกดินนำมาใช้ทำเครื่องปั้นดินเผา



เป็นดินสีคล้ำกับดินสีดำ แต่คุณภาพของดินสีดำจะดีกว่า ในการเตรียมดินทางผู้ทำหน้าที่จะนำดินสีดำกับสีคล้ำมารวมกันเมื่อนำเครื่องปั้นไปเผา สีเครื่องปั้นออกมาสีน้ำตาลแดงสวยงาม



ภาพประกอบ 47 วัตถุดิบ ดินเหนียว บ้านสามโคก

2.4.2 ดินทราย บ้านสามโคกนำทรายมาผสมกับดินเหนียวโดยการนวดให้เข้ากัน ดินที่ผสมทรายแล้วนำไปเผาจะให้คุณสมบัติเครื่องปั้นแกร่งขึ้น และเนื้อภาชนะไม่เปราะหรือไม่แตกง่าย จึงเหมาะกับการปั้นประเภทกระถางต้นไม้หรือภาชนะอื่นๆ ที่ไม่ตกแต่งลวดลาย เพราะเนื้อดินที่มีส่วนผสมของทรายจะทำลวดลายได้ยาก ลักษณะดินทรายในการทำเครื่องปั้นดินเผาของบ้านสามโคก เป็นทรายละเอียด ทำให้เป็นทรายละเอียดด้วยการกรอง ร่อนให้ได้ทรายละเอียดเม็ดเท่ากัน แหล่งดินทรายมีคุณภาพมีอยู่ที่แม่น้ำเจ้าพระยา อำเภopakเกร็ด อัตราส่วนในการผสมดินเหนียวนวดกับดินทราย คือ ทรายละเอียด 2 กำมือ หรือส่วนผสมดิน 80% ทรายละเอียด 20% น้ำเล็กน้อย

“...ทรายต้องเป็นทรายละเอียดผ่านการร่อนมาแล้วแหล่งทรายที่มีคุณภาพอยู่ที่แม่น้ำเจ้าพระยา บริเวณตำบลบางพูด อำเภopakเกร็ด จังหวัดนนทบุรี...”

(สุทิน บางจริง. 2556 : สัมภาษณ์)





ภาพประกอบ 48 วัสดุดิบ ดินทราย ใช้ผสมกับดินเหนียวเพื่อเพิ่มความแข็งแรงเนื้อภาชนะดินเผา เมื่อถูกความร้อน

2.4.3 ฟืน กลุ่มบ้านสามโคก นำมาเป็นวัสดุดิบ ใช้สำหรับเผา
เครื่องปั้นดินเผา เดิมใช้ฟืนไม้เบญจพรรณ ปัจจุบันใช้เศษไม้จากโรงเลื่อย



ภาพประกอบ 49 ฟืน วัสดุดิบสำหรับใช้เผาเครื่องปั้น บ้านสามโคก

2.5 ขั้นตอนการผลิต

การทำเครื่องปั้นดินเผา บ้านสามโคก มีกระบวนการผลิตมีกระบวนการผลิตเครื่องปั้นดินเผา 2 ชนิด คือ การผลิตเครื่องปั้นดินเผาชนิดไม่เคลือบ และการผลิตเครื่องปั้นดินเผาประดับผ้าไหม มีขั้นตอนดังนี้ คือ

การผลิตเครื่องปั้นดินเผาชนิดไม่เคลือบ

การผลิตเครื่องปั้นดินเผาชนิดนี้เป็นการผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ของเครื่องปั้นที่นี้เมื่อเผาแล้วมีลักษณะสีผิวของดิน 4 สี เช่น สีน้ำตาลส้มเหลือง สีน้ำตาลส้มแดง สีคล้ำออกสีดำและมีสีดำแบบเคลือบน้ำตาลเขียว ผลิตภัณฑ์ชนิดนี้มีการผลิต 4 ขั้นตอน ดังนี้ การเตรียมดิน การปั้น การตกแต่งเครื่องปั้น และการเผาเครื่องปั้น มีรายละเอียดประกอบด้วย ดังนี้

2.5.1 ขั้นตอนการเตรียมดิน กลุ่มบ้านสามโคกการเตรียมดินจัดเป็นงานเบื้องต้น หลังจากที่ได้วัตถุดิบ 2 ชนิด คือ ดินเหนียวกับดินทราย ผู้ทำหน้าที่เตรียมดินเริ่ม ดังนี้ การเตรียมดิน

- 1) การขุดดิน หรือการชะดิน ผู้ทำหน้าที่ทำการย่อยดินเป็นแผ่นบางๆ ตากไว้ให้แห้ง
- 2) การหมักดิน โดยการนำดินใหม่เททับลงบนเครื่องปั้นที่เสียหายก่อนการเผาในบ่อหมัก สลับกับการฉีบน้ำลงไปทีละชั้น
- 3) การย่ำดิน ใช้เท้าเหยียบย่ำให้ทั่ว เพื่อให้ดินเก่าและใหม่เข้ากัน เรียกว่า “การเซียมดิน” หรือการสไลด์ดินขึ้นเล็ก ๆ เพื่อให้น้ำเข้าไปในดิน ทิ้งไว้ 1 - 2 คืน
- 4) รีดดินออกมาเป็นแท่งและตัดดินเป็นท่อนเล็กๆ ตามขนาดที่พอเหมาะกับการปั้น

2.5.2 ขั้นตอนการปั้น เป็นขั้นตอนสร้างรูปแบบภาชนะดินเผาตามต้องการ บ้านสามโคก ได้นำองค์ความรู้ที่สืบทอดมาผสมผสานกับองค์ความรู้ใหม่มาใช้ในการปั้นเครื่องปั้นดินเผาจนสามารถผลิตงานเครื่องปั้นได้ดีมีคุณภาพมีวิธีการ ดังนี้

- 1) การปั้น ผู้ทำหน้าที่นำก้อนดินที่เตรียมไว้ วางตรงกลางแป้นหมุนไฟฟ้า
- 2) เปิดก้อนดิน โดยการใช้มือกดที่จุดศูนย์กลางของก้อนดินพร้อมกับแบะกว้าง ให้ได้เส้นผ่าศูนย์กลางที่ต้องการ

“...เทคนิคของการปั้นเพื่อให้รูปทรงที่สวยงาม คือ วางศูนย์ให้เที่ยง ขึ้นรูปทรงก็จะได้รูปตามต้องการไม่บิดเบี้ยว...”

(สมศักดิ์ สนเล็ก. 2556 : สัมภาษณ์)

- 3) ผู้ปั้นทำการขึ้นรูปหรือปั้น โดยใช้แผ่นไม้หรือแผ่นโลหะในการประคอง เพื่อดึงความสูงให้ได้แบบที่ต้องการ หรือขึ้นรูปแบบมอญโบราณจะใช้ผ้าดิบในการประคองเพื่อดึงความสูง
- 4) ผู้ทำหน้าที่จับขอบปากภาชนะ โดยใช้มือกรีดดินที่ขอบปากจากข้างบนลงข้างล่าง ซึ่งเตรียมไว้เข้ารูปที่ต้องการ



5) ใช้ลวดตัดฐานเครื่องปั้นที่ได้ออกมา ยกเครื่องปั้นออกวางบนไม้กระดาน และนำไปเก็บที่ร่มผึ่งไว้จนเครื่องปั้นแห้งสนิทพร้อมที่จะนำไปเข้าเตาเผา



ภาพประกอบ 50 การปั้นใช้แผ่นโลหะประคองเพื่อดึงความสูงของภาชนะตามที่ต้องการ

การผลิตเครื่องปั้นดินเผาประดับผ้าไหม ทางกลุ่มได้พัฒนาสูตรเฉพาะที่ทำให้ดินเผามีความแข็งแรงมากกว่าดินเผาแบบธรรมดา มีขั้นตอนการผลิต ดังนี้

- 1) นำดินที่ผสมสูตรใหม่ มาเข้าเครื่องกวนดินเร็วและช้า
- 2) นำดินที่ผ่านการกวนมาเข้าแบบพิมพ์แต่ละชิ้นส่วนเมื่อแห้งหมาด ๆ นำชิ้นส่วนนำชิ้นส่วนมาประกอบและตกแต่ง
- 3) ประกอบเสร็จนำเข้าเตาเผา นานประมาณ 4-6 ชั่วโมง ขึ้นอยู่กับอุณหภูมิที่ใช้ และประเภทของเครื่องปั้น
- 4) นำเครื่องปั้นออกจากเตา ผึ่งให้เย็น นำมาขัดผิวและทำความสะอาด พร้อมตรวจสอบเครื่องปั้น
- 5) นำเครื่องปั้นดินเผามาประกอบติดผ้าพื้น และผ้าดอกพร้อมทั้งประดับต้น

“...ผมลองผิดลองถูกในการคิดค้นและศึกษาอยู่นานประมาณ 7 เดือน เพื่อที่จะให้เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับดินเผาตุ่มสามโคกซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของ จังหวัดปทุมธานี และไม่ให้สูญหายไป...”

(นิคม บางจริง. 2556 : สัมภาษณ์)



2.5.3 การตกแต่งเครื่องปั้นดินเผา การตกแต่งผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านสามโคก มี 2 แบบดังนี้

1) การตกแต่งผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาแบบดั้งเดิม คือ เครื่องปั้นที่ปั้นเสร็จแล้วถ้าเป็นของขนาดใหญ่ หรือของต้องมีการตกแต่ง แกะสลักลายจะไม่นำออกตากแดด แต่จะเก็บไว้ในโรงปั้นเพื่อตกแต่งแกะสลักลาย และปล่อยให้แห้งไปเองช้า ๆ แต่ถ้าเป็นเครื่องปั้นขนาดเล็ก เช่น ครก อ่างนำไปตากแดดเมื่อปั้นเสร็จแต่พอหมาดดี ต้องนำเข้าไปผึ่งในโรงปั้นรอการตกแต่ง



ภาพประกอบ 51 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ตกแต่งเรียบร้อยรอการเผา

2) การตกแต่งผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาแบบสมัยใหม่ เครื่องปั้นดินเผาแบบนี้ทางกลุ่มสามโคกเรียกกันว่า “เครื่องปั้นดินเผาประดับผ้าไหมหรือเครื่องปั้นดินเผาเบญจสิริ” การตกแต่งเครื่องปั้นดินเผามีขั้นตอนสำคัญอยู่ที่ได้พัฒนาสูตรดินที่ทำให้เครื่องปั้นดินเผา มีความแข็งแรงมากกว่าเดิมแบบปกติในท้องตลาด นอกจากนี้ส่วนสำคัญกระบวนการตกแต่งเครื่องปั้นดินเผาประดับผ้าไหมหรือเครื่องปั้นดินเผาเบญจสิริ โดยการนำเครื่องปั้นมาขัดผิวทำความสะอาดเพื่อที่จะตกแต่งด้วยผ้าไหมลายดอก หรือผ้าไหมพื้น



ภาพประกอบ 52 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประดับผ้าไหม ภาชนะตุ้มสามโคก ปทุมธานี

2.5.4 การเผาเครื่องปั้น

กลุ่มบ้านสามโคกเตาเผาเครื่องปั้นจะเป็นเตาก่ออิฐขนาดใหญ่ มีรูปร่างป้อมยาวขนาดของเตากว้างสุดประมาณ 10 เมตร ขนาดยาวประมาณ 40 เมตร ส่วนที่สูงที่สุดประมาณ 15 เมตร มีหลังคาขนาดใหญ่ครอบ เตาแบบนี้เป็นเตาชนิดระบายความร้อนไหลผ่านในแนวนอนที่ใช้ฟืนเป็นเชื้อเพลิง โดยความร้อนจะเริ่มจากด้านหน้าเตาพุ่งขึ้นสูงภายในตัวเตา แล้วทะลุออกทางปล่องท้ายเตา ความร้อนที่ใช้ในการเผาเครื่องปั้นดินเผา จะอยู่ระหว่าง 800 –1000 องศาเซลเซียส เนื่องจากเป็นเตาขนาดใหญ่และใช้เผาเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่ด้วยระยะเวลาในการเผาต้องใช้เวลานานประมาณ 2 – 3 วัน เมื่อเปิดเตาเผาแล้วจะต้องทิ้งไว้ให้เย็นอีกประมาณ 3 – 4 วัน จึงจะนำเครื่องปั้นดินเผาออกจากเตาได้ ดังที่นายแสวง ใจจิตรกล่าวว่า

“...การเผาเตาเป็นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงด้วยการใช้แรงงานของคนในครอบครัวและเพื่อนบ้านในระบบอุปถัมภ์ มีการบอกสอนเทคนิคการดูไฟ การใส่ฟืนรวมไปถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ในการอยู่เตาด้วย...”

(แสวง ใจจิตร. 2556 : สัมภาษณ์)

การเผาเครื่องปั้นชาวมอญบ้านสามโคก ด้านพิธีกรรมความเชื่อเกี่ยวกับการเซ่นไหว้เตายังคงมีการปฏิบัติตามบรรพบุรุษอยู่บ้าง แต่ก็ลดน้อยลงไปตามสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน ดังที่ นายณที ทองพันธุ์ กล่าวว่า



“...ในส่วนตัวผมเชื่อก็ได้ไม่เชื่อก็ได้ แต่ยั้งศรัทธาและเคารพนับถือ ไม่อวดดี ลบหลู่ และเชื่อว่าเตาเผาเสียหายเครื่องปั้นขายไม่ได้อะไร เพราะตัวเราเป็นผู้ทำ ส่วนตัวผมเอาลูกค้าเป็นหลัก เพราะลูกค้าเป็นผู้ให้เงินผม...”

(นที ทองพันธุ์. 2556 : สัมภาษณ์)

2.6 เครื่องมือและอุปกรณ์

กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านสามโคก ได้พัฒนาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่สำคัญใช้ในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ด้วยการอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามามีส่วนในการผลิต เช่น แป้นหมุนไฟฟ้า เครื่องนวดดินหรือเครื่องกรองดิน แต่เครื่องมืออุปกรณ์บางชนิดทางกลุ่มบ้านสามโคกยังคงใช้เครื่องมือแบบดั้งเดิมควบคู่กันไปด้วย เช่น กระดานรองปั้น ลวด ไม้วง และเครื่องมือแกะสลัก เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ที่สำคัญมีดังนี้

1) แป้นหมุนไฟฟ้า เป็นอุปกรณ์ที่สำคัญในการปั้นขึ้นรูปภาชนะเครื่องปั้นดินเผา เป็นแป้นหลัก กลมแบน มีแกนเหล็กเชื่อมต่ออยู่ด้านล่างสวมในแท่นปั้น ซึ่งบนแท่นปั้นมีเพลายาวที่หมุนด้วยมอเตอร์ไฟฟ้า มีสายพานมาหมุนแป้น แท่นปั้นสามารถตั้งแป้นได้หลายแป้น ตั้งไปตามยาวของเพลลา ได้แป้นมีที่แบกรับใช้เท้าเหยียบให้แป้นหยุดหรือหมุนได้ตามต้องการ

“...เดี๋ยวนี้สะดวกสบายใช้แป้นหมุนไฟฟ้าช่วยเบาแรงในการปั้น แป้นหมุนไฟฟ้าทำให้เรามีรายได้เพิ่มมากกว่าเก่า ปั่นทันลูกค้าสั่ง...”

(สมศักดิ์ สนเล็ก. 2556 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 53 เครื่องมือ อุปกรณ์ แป้นหมุนไฟฟ้า สำหรับปั้นภาชนะเครื่องปั้นดินเผา

2) เครื่องนวดดิน เป็นอุปกรณ์เครื่องมือที่สำคัญชนิดหนึ่งในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของกลุ่ม เครื่องปั้นดินเผาบ้านสามโคก ในปัจจุบันนี้ได้พัฒนาในด้านเครื่องนวดดิน โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการนวดดิน ทำให้ขั้นตอนการนวดดินมีความสะดวกขึ้น และลดขั้นตอนในการใช้แรงงานคนย่ำ และแรงงานควายด้วย



ภาพประกอบ 54 อุปกรณ์เครื่องนวดดิน สำหรับนวดดินเหนียว ดินทรายและน้ำเข้าด้วยกัน เพื่อเพิ่มความเหนียวของดิน

3) เครื่องมือ อุปกรณ์ในการทำเครื่องปั้นดินเผาประดับผ้าไหม มีดังนี้
เครื่องมือ อุปกรณ์

- (1) กาวสำหรับติดผ้า
- (2) ผ้าไหมพื้นและผ้าไหมลาย
- (3) กรรไกรตัดผ้าและกระดาด
- (4) กระดาดทราย

2.7 การประเมินคุณภาพ

ในการทำเครื่องปั้นดินเผาบ้านสามโคก มีการประเมินผลเริ่มตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกดินที่มีคุณภาพดีตามลักษณะการทำเครื่องปั้นดินเผา กระทรวงอุตสาหกรรมควบคุมดูแลทุกขั้นตอนในการผลิต ทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านสามโคกผ่านการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

องค์กรภาครัฐ และหน่วยงานเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามาควบคุมดูแลและสนับสนุนการส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา พร้อมทั้งมีตัวชี้วัดการประเมินผลคุณภาพเครื่องปั้นดินเผาบ้านสามโคก มีดังนี้



จุดเด่นของภูมิปัญญาด้านการพัฒนา

1) กลุ่มผู้ผลิตสามารถพัฒนา และเพิ่มรูปแบบสินค้าให้หลากหลายยิ่งขึ้น

ตลอดเวลา

2) ผู้ผลิตสามารถพัฒนา และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายได้มากขึ้น

3) ผู้ผลิตสามารถพัฒนาวัตถุดิบให้มีความหลากหลายและทดแทนได้

4) ผู้ผลิตสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้มแข็งเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป

กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านสามโคก สามารถอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้คงอยู่ต่อไปและเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน

2.8 การกำหนดราคา

กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านสามโคก มีการตั้งราคาเครื่องปั้นดินเผาเป็นมาตรฐานเดียวกันโดยคำนวณราคาจากต้นทุนการผลิต และความยากง่ายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิต ถ้าเป็นรูปแบบมีลวดลายยากก็จะมีราคาแพงขึ้น มีการผลิตที่มีรูปแบบหลากหลายสืบทอดกันมาแต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับว่าผลิตภัณฑ์นั้นผลิตออกมาแล้วจะมีความประณีตสวยงาม เช่น ในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาประดับผ้าไหมในรูปแบบผลิตภัณฑ์ตุ้มสามโคกขนาดกลาง 9 x 10 เซนติเมตร ใช้ผ้าไหมแท้ประดับผลิตภัณฑ์ ต้นทุนในการผลิตตุ้มสามโคกนี้ ราคา 300 บาท ขายให้พ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อในหมู่บ้านโบละ 250 บาท ดังที่นายสุทิน บางจริง กล่าวว่า

“...การผลิตงานมีคุณภาพมีรูปแบบที่ทันสมัย ฝีมืองานหัตถกรรมประณีต สีสันทันสมัย และสามารถผลิตได้ตามที่ลูกค้าต้องการในเรื่องราคาก็ไม่ต้องห่วง...”

(สุทิน บางจริง. 2556 : สัมภาษณ์)

ตาราง 2 ราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา บ้านสามโคก

ผลิตภัณฑ์	ขนาด	ต้นทุน/ชิ้น/บาท	จำหน่าย/ชิ้น/บาท	กำไร/ชิ้น/บาท
กระถางต้นไม้	ใหญ่	70	100	30
กระถางต้นไม้	กลาง	50	70	20
กระถางต้นไม้	เล็ก	30	50	20
อ่างบัว	ใหญ่	250	150	250
แจกันประดับผ้าไหม	ใหญ่	750	1,000	250

ที่มา : แผนการผลิตและรายได้จากการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา บ้านสามโคก

อาจกล่าวได้ว่า ภูมิปัญญาการผลิตเครื่องปั้นดินเผาบ้านสามโคก ตำบลสามโคก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีความเป็นมายาวนานกว่า 300 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2112 ในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช แห่งกรุงศรีอยุธยา พ.ศ. 2202 ทหารไทยขามอญนำครอคร่วมอญ



หนีสงครามจากพม่าเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภาร ได้รับพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ครอบครัวชาวมอญเหล่านั้นไปตั้งบ้านเรือนอยู่ที่บ้านสามโคก ชาวมอญเหล่านั้นต่างก็ทำอาชีพเครื่องปั้นดินเผาขาย และได้ส่งไปขายกรุงศรีอยุธยา เป็นที่นิยมกันอย่างกว้างขวางในยุคนั้น ต่อมาในสมัยพระเจ้าตากสินมหาราช ชาวมอญเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภารอีกเป็นกลุ่มที่ 2 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ไปตั้งบ้านเรือนที่บ้านสามโคกอีก และต่อมาในสมัยรัชกาลพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ชาวมอญอพยพครั้งใหญ่เข้าสู่ประเทศไทย ครั้งนี้เรียกกันว่า “มอญใหม่” พระองค์ทรงให้ชาวมอญบางส่วนไปตั้งบ้านเรือนอยู่ที่สามโคกเช่นเดียวกัน จากชุมชนเล็กกลายเป็นเมืองสามโคก ชาวมอญเหล่านั้นเมื่อเข้ามาอยู่บ้านสามโคกได้ประกอบอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผาประเภทของใช้ในชีวิตประจำวัน ออกจำหน่ายไปตามหัวเมืองต่าง ๆ โดยล่องเรือขายไปตามลำคลองและจอดเทียบท่าขายในคลอง ปัจจุบันนี้คลองแห่งนี้เรียกกันว่า “คลองโอ่งอ่าง” กลุ่มชาวมอญเหล่านี้ได้ทำเครื่องปั้นดินเผาสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน รวมทั้งเรื่องเล่าที่เรียกสามโคกมาจนปัจจุบัน

กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านสามโคก เกิดจากการก่อตั้งของแกนนำ 7 คน มีนายนิคม บางจรัส ประธานกลุ่ม โดยการสนับสนุนของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ต่อมาได้เข้าร่วมการคัดสรรผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้รับผลิตภัณฑ์ระดับ ห้าดาวและสี่ดาว ปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมด 48 คน ชนิดผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านสามโคก เริ่มจากการปั้น ตุ่มสามโคก เรียกกันว่า อีเล้ง โอ่ง อ่าง ครก กระถางต้นไม้ ลักษณะเนื้อดินสีแดง ต่อมาได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มี 2 ประเภท คือ ประเภทตกแต่งสถานที่ เช่น แจกันดินเผาประดับผ้าไหมและเครื่องปั้นดินเผาชนิดตกแต่งสวนและตุ้ปลา ประเภทของใช้ ได้แก่ กระถางต้นไม้หลากหลายรูปแบบ และอ่างบัวชนิดไม่เคลือบ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต มี 3 ชนิด คือ ดินเหนียว ลักษณะของดินเหนียวที่ใช้ทำเครื่องปั้นต้องเป็นดินเหนียวจัด คุณภาพของดินเหนียวที่ดีต้องมีสีดำและสีคล้ำ เมื่อเผาเครื่องปั้นออกมาจะมีสีสวยงาม แหล่งดินเหนียวได้จากที่ลุ่มท้องนาใกล้แม่น้ำเจ้าพระยาภายในท้องที่บ้านสามโคก ทราบว่า ช่วงปีนนำดินทรายมาผสมกับดินเหนียวในอัตราส่วน 80 / 20 และน้ำเล็กน้อย นำมานวดให้เป็นเนื้อเดียวกัน ทราบมีประโยชน์ทำให้เครื่องปั้นดินเผาเพิ่มความแข็งแรงขึ้นเมื่อนำไปเผาและพิน บ้านสามโคกใช้พินเศษไม้จากโรงเลื่อย

ภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาบ้านสามโคก ผลิตเครื่องปั้นดินเผา 2 ชนิด คือ เครื่องปั้นดินเผาชนิดไม่เคลือบและเครื่องปั้นดินเผาประดับผ้าไหม เครื่องปั้นดินเผาชนิดไม่เคลือบมีกระบวนการ 4 ขั้นตอน คือ การเตรียมดิน การปั้น การตกแต่งเครื่องปั้น และการเผา ส่วนเครื่องปั้นประดับผ้าไหม มีวิธีการทำ 5 ขั้นตอน ดังนี้ นำดินผสมสูตรใหม่เข้าเครื่องกวน ผ่านการกวนเข้าแบบพิมพ์แต่ละชิ้นเมื่อแห้งหมาด ๆ นำออกมาตกแต่งประกอบชิ้นส่วน เข้าเตาเผาประมาณ 4-6 ชั่วโมง ขึ้นอยู่กับประเภทของเครื่องปั้น นอกจากเตาเผาแล้วให้เครื่องปั้นเย็นแล้วนำมาขัดผิวทำความสะอาดและขึ้นสุดท้ายนำเครื่องปั้นมาประกอบติดผ้าไหม การตกแต่งเครื่องปั้น ชนิดไม่เคลือบเครื่องปั้นสามโคกไม่นิยมแกะสลักลวดลาย ปั้นเสร็จแล้วปล่อยให้เครื่องปั้นแห้งไปเองช้า ๆ การเผาเครื่องปั้นบ้านสามโคกเผาเครื่องปั้นใช้เวลาในการเผานานประมาณ 2-3 วัน ใช้ความร้อนอยู่ที่ 800- 1000 องศา หลังจากเปิดเตาเผาแล้วทิ้งให้เครื่องปั้นเย็นอีกประมาณ 3-4 วัน เครื่องมืออุปกรณ์ในการผลิตใช้อุปกรณ์ในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ได้แก่ แป้นหมุนไฟฟ้า สำหรับปั้นขึ้นรูป เครื่องนวดดิน



ใช้นวดดินเหนียวกับดินทรายและน้ำให้เข้าเป็นเนื้อเดียวกัน และเครื่องมืออุปกรณ์ในการทำเครื่องปั้นดินเผาประดับผ้าไหม มีกาสำหรับตีผ้าไหมพื้นและลาย กรรไกรตัดผ้าและกระดาด และกระดาดทราย

การประเมินคุณภาพ กำหนดราคาผลิตเครื่องปั้นดินเผาเครื่องปั้นดินเผาบ้านสามโคก ได้รับรองจากทางราชการได้ผ่านการประเมินมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ระดับสี่ดาวห้าดาวและสุดยอดผลิตภัณฑ์เด่น PSO ของจังหวัดปทุมธานี และราคาต้นทุน กลุ่มเครื่องปั้นบ้านสามโคกตั้งราคาเป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยคิดจากราคาต้นทุนการผลิตและความยากง่ายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิต ขึ้นอยู่กับความสวยงามประณีตของผลิตภัณฑ์ด้วย

3. ประวัติความเป็นมา บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์

3.1 สภาพทั่วไป

การก่อเกิดของชื่อบ้านแก่ง ตามคำบอกเล่าของชาวบ้านที่เรียกชื่อบ้านแก่งเพราะบ้านแก่งเมื่อประมาณ 150 ปีมาแล้วเดิมเป็นป่าเบญจพรรณมีพื้นที่อุดมสมบูรณ์ ชาวบ้านได้อพยพครอบครัวมาตั้งบ้านเรือนที่อยู่อาศัยในบริเวณใกล้กับริมแม่น้ำปิง และชาวบ้านร่วมกันบูรณะปฏิสังขรณ์วัดเก่าแก่ที่มีอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งแต่ก่อนบริเวณนี้มีเกาะแก่งอยู่เป็นจำนวนมากชาวบ้านจึงเรียกบริเวณนี้ว่า “บ้านแก่ง”

แรกเริ่มกลุ่มชาวมอญเกาะเกร็ด จำนวน 7 ครอบครัว เดินทางจากบ้านลัดเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ไปสร้างโรงปั้นโอ่งอยู่บริเวณริมแม่น้ำปิง หมู่บ้านมอญเป็นชุมชนกลุ่มเล็ก ๆ มีอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผาเพื่อใช้ในครัวเรือนเป็นภาชนะ โอ่งใส่น้ำ อ่างน้ำ ชุมชนมอญตั้งบ้านเรือนใกล้บริเวณแม่น้ำปิงจนถึงปัจจุบันนี้ รวมระยะเวลากว่าประมาณ 120 ปี บริเวณตั้งบ้านเรือนของชาวมอญเหล่านี้ใกล้กับหนองน้ำขนาดใหญ่ มีบ่อดินเหนียวเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีเนื้อที่ประมาณ 300 ไร่ เป็นที่สาธารณะประโยชน์ ดินเหนียวที่นี่เหมาะกับการทำเครื่องปั้นดินเผา ทางราชการสงวนไว้ให้ชาวมอญที่มีอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผาใช้ประโยชน์เลี้ยงดูครอบครัวจนถึงปัจจุบันนี้

1) บริบทพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพื้นที่ในจังหวัดนครสวรรค์ เกี่ยวกับประวัติ เขตการปกครอง สภาพภูมิประเทศ และเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม ดังนี้

ประวัติจังหวัดปทุมธานี

คำขวัญนครสวรรค์

เมืองสี่แคว แห่มังกร พักผ่อนบึงบอระเพ็ด ปลารสเด็ดปากน้ำโพ

จำนวนประชากร 1,071,686 คน โดยประชากรส่วนใหญ่ในจังหวัด

นครสวรรค์ นับถือศาสนาพุทธ อันดับ 1 รองลงมาศาสนาอิสลาม คริสต์ พราหมณ์ ฮินดู

เขตการปกครอง แบ่งการปกครองออกเป็น 15 อำเภอ ได้แก่ 1. เมืองนครสวรรค์ 2. โกรกพระ 3. ชุมแสง 4. หนองบัว 5. บรรพตพิสัย 6. แก้วเลี้ยว 7. ตาคีรี 8. ท่าตะโก 9. ไผ่สาลี 10. พยุหะคีรี 11. ลาดยาว 12. ตากฟ้า 13. แม่่วง 14. แม่เปิน 15. ชุมตาบง

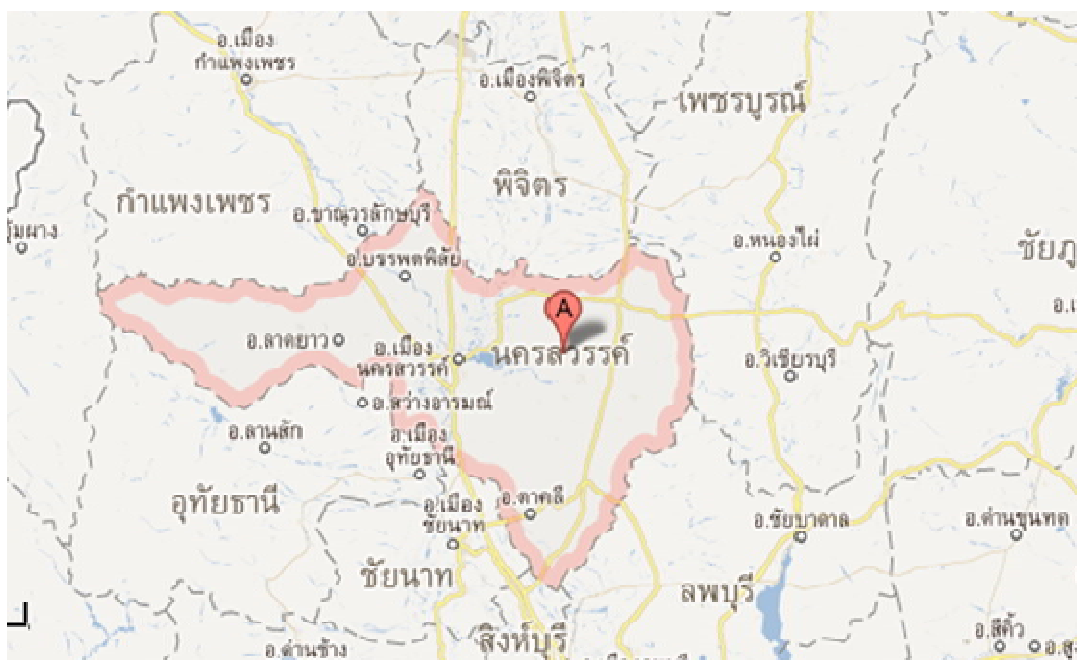
ตราประจำจังหวัดรูปวิมาน อันเป็นที่สถิตของเหล่านางฟ้า



ประวัตินครสวรรค์ตั้งถิ่นฐานตั้งแต่ก่อนสุโขทัยเป็นราชธานีมีชื่อในศิลาจารึกของสุโขทัย โดยเรียกว่า เมืองพระบาง เป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญในการทำสงครามตั้งแต่สมัยสุโขทัย อยุธยา ธนบุรี จนถึงกรุงรัตนโกสินทร์ ภายหลังเรียกชื่อว่า “เมืองขอนแก่น” ต่อมาเปลี่ยนเป็น นครสวรรค์ในที่สุดแต่ชาวบ้านโดยทั่วไปเรียกกันว่า เมืองปากน้ำโพ

สภาพภูมิประเทศจังหวัดนครสวรรค์ อยู่ในธรณีโครงสร้างแม่น้ำเจ้าพระยา หรืออยู่ในบริเวณที่เรียกว่า “กระเบน” (Graben)

เอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม ขวานนครสวรรค์มีอยู่หลายอย่าง คือ แห่งมังกร การรำกลองยาว การเดินกำรำเคียว



ภาพประกอบ 55 แผนที่จังหวัดนครสวรรค์





ภาพประกอบ 56 สภาพทั่วไปชุมชนมอญบ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์

3.2 ประวัติความเป็นมาของ กลุ่มผู้ผลิต เครื่องปั้นดินเผา

บ้านแก่งในอดีตแทบทุกครอบครัวมีโรงปั้นและเตาเผาเล็ก ๆ อยู่ภายในบริเวณบ้าน สมาชิกในครัวเรือนต่างก็ปั้นโอ่งน้ำเล็ก ๆ เป็นผลิตภัณฑ์หลักนำไปขายในหมู่บ้านใกล้เคียงในตลาดประมาณ พ.ศ. 2540 ชาวมอญกลุ่มเล็ก ๆ จากบ้านมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จึงได้ขึ้นมาบุกเบิกตั้งบ้านเรือนทำเครื่องปั้นดินเผาที่บ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อผลิตเครื่องปั้นดินเผาออกจำหน่ายในภาคเหนือตอนล่างและทั่ว ๆ ไป ผลิตเครื่องปั้นดินเผาประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนเป็นภาชนะใส่น้ำเช่นโอ่ง อ่าง เป็นต้น เริ่มเป็นหมู่บ้านมอญจนถึงปัจจุบันนี้เป็นเวลาเกือบ 120 ปี

ปี พ.ศ. 2547 ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานทางราชการเข้ามาสนับสนุนช่วยเพิ่มพูนความรู้ประสบการณ์และปรับปรุงพัฒนากลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผามอญบ้านแก่ง นครสวรรค์

ปี พ.ศ. 2548 ทางราชการมีนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ชุมชนหมู่บ้านมอญบ้านแก่งได้ร่วมแรงร่วมใจกันจัดตั้งศูนย์ OTOP เครื่องปั้นดินเผามอญบ้านแก่งขึ้น โดยมี นางเป่า สุขเลี้ยง ช่างปั้นที่มีชื่อเสียงคนหนึ่งของหมู่บ้านเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการเสาะหาให้ใช้สถานที่จัดสร้างศูนย์ OTOP และได้ดำรงตำแหน่งประธานศูนย์คนแรกของหมู่บ้าน รวมทั้งยังได้ร่วมจัดตั้งพิพิธภัณฑ์เพื่อการศึกษาเรียนรู้เครื่องปั้นดินเผามอญบ้านแก่งอีกด้วย

กลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านแก่ง มีสมาชิกทั้งหมด 68 คน มีคณะกรรมการบริหารจัดการกลุ่ม 6 คณะ จำนวน 20 คน มีเงินกองทุนในการดำเนินงานจากการรวมหุ้นของสมาชิกเป็นเงิน 121,900 บาท สมาชิกในกลุ่มมีการประชุมทุกเดือน เพื่อพูดคุยปัญหาาร่วมกันและแจ้งผลการดำเนินงานของกรรมการกลุ่ม และผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ผู้ที่จะเข้ามาเป็นสมาชิกของกลุ่มจะต้องปฏิบัติตามระเบียบของกลุ่ม ดังนี้ โดยห้ามขาดการประชุมในระยะเวลา 1 ปี โดยไม่มีเหตุผล ห้ามขาดการประชุมเกิน 3 ครั้ง/ปี โดยไม่มีเหตุผล ทำงานกลุ่มให้ตรงเวลา และการลาประชุมต้องแจ้งให้

ประธานหรือเลขานุการทราบล่วงหน้า อย่างน้อย 3 วัน มีสวัสดิการให้กับสมาชิกอีก สมาชิกกลุ่มมีเงินปันผลคืนปีละครั้ง พร้อมทั้งให้ทุนการศึกษาลูกหลานสมาชิกกลุ่มทุกปี (เป้า เลี้ยงสุข. 2556 : สัมภาษณ์)

3.3 ชนิดผลิตภัณฑ์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามในพื้นที่ศึกษา จากการสังเกต สัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม พบว่า การสร้างสรรค์งานที่เป็นเอกลักษณ์ของมอญบ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์ นิยมประเภทตกแต่งสถานที่ และประเภทของใช้ มีดังนี้

3.3.1 ผลิตภัณฑ์สวยงามตกแต่งสถานที่

1) กระถางเหลี่ยม สำหรับใช้ประโยชน์ในลักษณะต่างๆ เช่น นำไปทำ โคมไฟโต๊ะชุดรับแขก ปลูกต้นไม้ประดับตกแต่งตามความต้องการของผู้ใช้ กระถางเหลี่ยมมีลวดลายหลากหลายเขียนภาพสีแต่งแต้มด้วยศิลปะสีเส้นบนภาชนะเครื่องปั้นดินเผา เช่น ลายต้นไม้ ลายรูปสัตว์ ซึ่งการเขียนภาพสีลายต่าง ๆ บนภาชนะนี้ เป็นเอกลักษณ์ของมอญบ้านแก่ง นครสวรรค์



ภาพประกอบ 57 กระถางเหลี่ยมดินเผา เขียนภาพสีลวดลายต่าง ๆ บนภาชนะเครื่องปั้นดินเผา เป็นเอกลักษณ์ของมอญบ้านแก่ง

2) ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาอ่างบัว สำหรับใช้ประโยชน์ในลักษณะต่างๆ เช่น ประดับตกแต่งสถานที่ หรือสวนหย่อม ดัดแปลงทำน้ำล้นน้ำพุตามความต้องการของผู้ใช้ อ่างบัวมีลักษณะ รูปทรงกลม ปากกว้าง ไม่สูงมาก ก้นสอบ จากขอบอ่าง ก้นตัดแบน ขอบแบน ไม่กลมเหมือนขอบโอ่ง ข้างบนจะปั้นลายเส้นลวดลายรอบขอบอ่าง พร้อมขาค้างเขียนลายสวยงามเช่นเดียวกัน





ภาพประกอบ 58 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา อ่างปลูกบัว มอญบ้านแก่ง

3) ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาในรูปแบบหลากหลาย ที่ได้รับการส่งเสริมจากทางราชการ นำมาตกแต่งสวนหย่อม ทำป้ายสถานที่ราชการ สำหรับแนวคิดในการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านแก่งนั้น ลูกหลานได้เรียนรู้สืบทอดรูปแบบดั้งเดิมจากบรรพบุรุษ แล้วนำมาดัดแปลงประยุกต์ โดยใช้วิธีการ สักเกต และทดลองปฏิบัติ ซึ่งผลิตภัณฑ์ทั้งหมดเป็นลายเส้น เขียนภาพลายต่าง ๆ เช่น ลายไผ่ ลายดอกทานตะวัน ลายดอกบัว หรือแล้วแต่ความต้องการของลูกค้า ผู้ที่สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์และนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยใช้ชื่อตามรูปแบบที่ตนเองปั้นขึ้น หรือตามเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ ดังคำพูดที่ นายวีระชาติ ทาทิพย์ พูดถึงน้องสาวว่า

“...หนู เขาเป็นน้องสาวผม เป็นช่างปั้นและออกแบบเอง ผลิตภัณฑ์เทศกาลต่าง ๆ เช่น วันวาเลนไทน์ เขาก็จะปั้นเกี่ยวกับรูปหัวใจใหญ่ เล็กประดับไปด้วย ดอกไม้หลากหลายชนิด ทำด้วยดินเผา และประภาพตกแต่งสวนหย่อมตามสถานที่ราชการเป็นภาพต่างๆ เช่นรูปเด็กในอริยะบท ต่าง ๆ รวมภาพหมอน้ำ และเป็นภาพแผ่นป้ายประดับด้วยผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ชิ้นงานของเขาส่งประจำที่สวนนงนุช ชลบุรี...”

(วีระชาติ ทาทิพย์. 2556 : สัมภาษณ์)





ภาพประกอบ 59 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาหมู่บ้านแก่งที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ

3.3.2 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทเครื่องใช้สวยงาม

1) คนโทดินเผา ผลิตภัณฑ์คนโทดินเผา ใช้ประโยชน์ในลักษณะต่าง ๆ เช่น ใส่น้ำสำหรับดื่ม ประดับดอกไม้ ใช้ประโยชน์ประดับตกแต่งตามความต้องการของผู้ใช้ คนโทดินเผา มีคุณสมบัติพิเศษ คือ เนื้อดินเผามีรูพรุนเพื่อระบายความร้อนออกมา จึงทำให้น้ำอยู่ในภาชนะเครื่องปั้นดินเผา มีความเย็นตลอดเวลา



ภาพประกอบ 60 ผลิตภัณฑ์คนโทดินเผาภาพเขียนสีปลาเสือต่อเอกลักษณ์จังหวัดนครสวรรค์

2) ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นโอ่งดินเผา กลุ่มบ้านแก่งผลิตโอ่งดินเผา สำหรับใส่น้ำดื่มไว้ใช้มีหลายขนาดตั้งแต่รวมถึง โอ่งใบเล็กประเภทของฝาก ไว้ใช้ประโยชน์ต่างๆได้เช่น ใส่ปากกาดินสอ ใส่น้ำดื่ม และปลูกต้นไม้ประดับห้อง เป็นต้น ทางกลุ่มต้องการผลิตโอ่งดินเผาขึ้นมาเพื่อให้ลูกค้าได้เห็นคุณภาพประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้าง แทนผลิตภัณฑ์พลาสติกที่กำลังนิยมอยู่ในปัจจุบันนี้





ภาพประกอบ 61 โอ่งแพนซีใส่น้ำดื่มสะดวกต่อการถือหิ้ว

3.3.3 ลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านแก่ง เขียนภาพสือกแบบลายตามจินตนาการ การสร้างสรรค์ของตนเองหรือเขียนภาพธรรมชาติ เช่น ภาพดอกไม้ ภาพสัตว์ ลงบนภาชนะ เครื่องปั้นดินเผา แต่ไม่นิยมการแกะสลักลายบนภาชนะเครื่องปั้น ลายบางชนิดกลุ่มบ้านแก่ง ใช้กรรมวิธีแบบเดียวกับการแกะลายแต่บางอย่างจะผสมผสานทางด้านเทคนิคลงลายบนผิวภาชนะ เครื่องปั้นดินเผา ซึ่งลายต่าง ๆ สามารถแยกประเภทได้ดังนี้

1) การขีดผิวเรียบ กลุ่มเครื่องปั้นบ้านแก่งได้รับการถ่ายทอด วิธีการขีดผิวเรียบภาชนะเครื่องปั้นด้วยเครื่องมือเป็นลูกสะบ้ามาจากรุ่นสู่รุ่น การขีดผิวภาชนะเครื่องปั้นให้เรียบ ต้องทำในขณะที่เครื่องปั้นกำลังจะแห้ง ทำให้รูปทรงของเนื้อดินมีน้อย น้ำที่อยู่ในภาชนะซึมออกช้าและมีคุณสมบัติพิเศษน้ำในโอ่งเย็นเหมือนแช่ในตู้เย็น





ภาพประกอบ 62 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาโอ่งน้ำชาตีผิวเรียบภายนอก

2) การชุบ - เขียนลาย การชุบ-เขียนลาย กลุ่มบ้านแก่งใช้ไม้ปลายแหลมชุบหรือขีดเขียนลายลงบนบาโอ่ง โดยในขั้นตอนแรกจะลากเส้นเป็นเส้นรอบวงกลมตลอดบาโอ่งก่อนแล้วแต่ลาย เช่น ใช้ไม้ไผ่เขียนลายสามเหลี่ยมทับซ้อนกันไปมาภายในเส้นขนานวงกลมที่ดีเส้นบนบาโอ่ง ซึ่งช่างเขียนลายจะใช้ความชำนาญในการเขียนลาย เขียนลงไปขณะที่เขียนรูปเสร็จเรียบร้อยแล้วหรือบางรายอาจใช้การเขียนลายขณะที่เครื่องปั้นกำลังหมาด ๆ ขึ้นอยู่กับความชำนาญของช่างแต่ละคน ข้อจำกัดคือ ถ้าชุบขีดในขณะที่ดินแห้งหมาด ๆ ก็สามารถทำลวดลายที่มีเส้นคดโค้งหรือเป็นคลื่นได้ แต่ถ้าชุบขีดในขณะที่แห้งแล้ว จะกระทำได้เพียงลวดลายที่เป็นเส้นตรง ๆ เท่านั้น



ภาพประกอบ 63 การชุต - เขียนลายเส้น และลายจิมบนบ่าโองน้ำ บ้านแก่ง

3) การกดพิมพ์หรือกดลวดลาย กลุ่มบ้านแก่งนิยมทำลายกดพิมพ์บนภาชนะเครื่องปั้นดินเผาประเภทตกแต่งสวนหย่อมหรือสถานที่ อุปกรณ์ที่ใช้ทำแบบพิมพ์ส่วนใหญ่เป็นไม้สัก การทำลายกดพิมพ์จะทำหลังขึ้นรูปภาชนะพิมพ์ที่กดบางลายเป็นลายนูนขึ้นมา บางลายต่ำลงไป



ภาพประกอบ 64 ลายกดพิมพ์บนภาชนะเครื่องปั้นดินเผา

4) การแกะสลักฉลุลายโปรง กลุ่มบ้านแก่งใช้วิธีการตัดเนื้อดินเผาออกเป็นลายทะลุโปรง ซึ่งให้ความรู้สึกเบาและสวยงาม ส่วนการแกะสลักเป็นการขุดลงไปบนเนื้อดินเพื่อแกะลาย หรือการทำลวดลายด้วยการใช้เครื่องมือที่มีคมหน้าตัด หรือหน้าตัดโค้ง เช่น สิวเล็บมือ ลักษณะการใช้จะใช้เครื่องมือขุดเอาเนื้อดินออกมาจนเป็นร่อง ซึ่งเป็นลักษณะของการขุดแกะลายแบบง่าย ๆ เป็นลักษณะรูปทรงเรขาคณิต มีเพียงบางครอบครัวในบ้านแก่งที่ยังคงปั้นและแกะลายแบบแกะเกร็ดด้วยเหตุผลที่ว่า มันยังขายได้ (จินดา ทาทิพย์. 2556 : สัมภาษณ์) ช่างปั้นเหลือน้อยมีเพียงยายโถมคนเดียวในบ้านมอญมีฝีมือในการแกะสลักเครื่องปั้นดินเผาเหมือนกับบ้านแกะเกร็ด” (รัฐภา ภาพทอง. 2556 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 65 ลายแกะสลักฉลุโปรงโคมไฟรูปโองทรงสูง บ้านแก่ง

5) การทำผิวด้วยน้ำดินชั้น กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านแก่งมีการพัฒนากรรมวิธีตกแต่งเครื่องปั้นดินเผาด้วยน้ำดินชั้นสีธรรมชาตินำมาผสมกับสีที่ต้องการ นำสีน้ำดินชั้นเกิดจากการผสมแล้วไปทาผิวภายนอกภาชนะเครื่องปั้น หรือนำสีน้ำดินที่ผสมสีที่ต้องการแล้วมาเขียนลายชุดบนภาชนะเครื่องปั้นที่ยังหมาด ๆ อยู่แล้วทับด้วยน้ำดินสีธรรมชาติ จะทำให้เกิดลวดลายและสีต่างกัน เป็นการเพิ่มมูลค่าของเครื่องปั้นดินเผาได้ แหล่งจำหน่ายน้ำดินชั้น จังหวัดนนทบุรี จังหวัดราชบุรี และนครราชสีมา ดังคำสัมภาษณ์ของ น.ส.กรรณิการ์ ทาทิพย์ ที่ว่า

“...งานเครื่องปั้นที่บ้านฉัน รับใบสั่งงานจากลูกค้าหาผิวภายนอกเครื่องปั้นเป็นจำนวนมาก ลูกค้าเป็นผู้กำหนดลวดลายและสีเอง ฉันมีหน้าที่ทำตามความต้องการของลูกค้า งานของฉันมีลูกค้าประจำรายใหญ่ ๆ เช่น สวนนงนุช จังหวัดชลบุรี สวนจตุจักร และลูกค้าชาวต่างชาติอีกมากมาย...”

(กรรณิการ์ ทาทิพย์. 2556 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 66 ภาพขณะเครื่องปั้นดินเผาอ่างน้ำหาผิวด้วยน้ำดินชั้นผสมสีตามต้องการ

3.4 วัตถุดิบ

ดินเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการทำเครื่องปั้นดินเผา กลุ่มบ้านแก่ง มีวัตถุดิบเกิดขึ้นเองตามทรัพยากรธรรมชาติภายในท้องถิ่น ซึ่งวัตถุดิบที่นี้ คล้ายกับวัตถุดิบที่ใช้ในการทำที่บ้านเกาะเกร็ด คือ ดินเหนียว ดินทราย และฟืน ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

3.4.1 ดิน ดินเหนียวเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการประกอบอาชีพเครื่องปั้นดินเผา กลุ่มบ้านแก่งใช้ภูมิปัญญาคัดเลือกดินที่มีลักษณะเหมาะสมกับงานปั้น ต้องมีเนื้อดินละเอียดสีของดินออกสีนวล เนื้อดินจับกันเป็นก้อนแน่นไม่ร่วน น้ำซึมผ่านยาก การเลือกดินต้องเลือกดินเหนียวไม่มีวัชพืช หินกรวดทรายปน ส่วนการเตรียมดินของกลุ่มบ้านแก่งนำดินเหนียวมากองไว้เตรียมใช้งาน เรียกว่า กองดิน ขอยดินเหนียวนำไปพรมน้ำค้างคืนโดยใช้ใบตองห่อคลุมให้ดินชุ่มน้ำพอเหมาะเพื่อเตรียมเข้าสู่ขั้นตอนปั้นต่อไป ดินเหนียวที่นี้เป็นบ่อดินเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติในช่วงฤดูฝน น้ำจะพัดพาดินมาตกค้างในบึงทับถมกันเป็นจำนวนมาก ดังที่ นางเป่า เลี้ยงสุข กล่าวว่า



“...ดินเหนียวในบึงจำนวนมากใช้ไปชั่วคราวหลานก็ไม่หมด ชาวบ้านเข้าไปขุดดินกักตุนไว้ใช้เท่าที่ีความสามารถขนดินไปเก็บได้ ชาวบ้านเหล่านี้สามารถขุดดินได้ปีละ 1 ครั้ง ในหน้าแล้ง ส่วนหน้าฝนน้ำท่วมบึงเข้าไปไม่ถึง บึงที่นี่เป็นแหล่งวัตถุดิบในการทำเครื่องปั้นดินเผาที่สำคัญที่สุดของจังหวัดนครสวรรค์...”

(เป้า เลี้ยงสุข. 2556 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 67 แหล่งวัตถุดิบ บ่อดินบ้านมอญ สรงวนไว้สำหรับชาวมอญทำอาชีพเครื่องปั้นดินเผา

3.4.2 ดินทราย เป็นวัตถุดิบที่มีส่วนสำคัญในการทำเครื่องปั้นดินเผา

กลุ่มบ้านแก่นำทรายมาใช้ประโยชน์ในการปั้นเครื่องปั้นดินเผา โดยการผสมทรายปนกับดินเหนียว เพื่อเพิ่มความแข็งแรงของเครื่องปั้นเมื่อโดนความร้อน ทรายที่กลุ่มเครื่องปั้นใช้เป็นทรายละเอียด นำมาจากแม่น้ำปิง ในช่วงฤดูแล้งน้ำในแม่น้ำปิงลดลงมองเห็นทรายขาวโพลนเต็มแม่น้ำ ชาวบ้านในชุมชนต่างก็ออกไปขนทรายมากักตุนไว้ทำเครื่องปั้นดินเผาให้ได้ตลอดปี ชาวบ้านมีวิธีการเก็บทรายไม่ให้ขึ้นใช้ได้ตลอดปีและมีคุณภาพ โดยใช้ภูมิปัญญาที่ได้รับถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ โดยเก็บทรายไว้ในโอ่งดิน เนื่องจากว่าโอ่งดินมีคุณสมบัติพิเศษช่วยระบายความร้อนภายในออกมา จึงทำให้ทรายแห้งเหมาะกับการทำเครื่องปั้นดินเผา ใช้อัตราส่วนในการผสมดินทรายกับดินเหนียว ดินทราย 2 กำมือ และน้ำนิดหน่อยผสมลงไปดินเหนียว ดังคำสัมภาษณ์ของนายเสริม โมกศักดิ์ที่ว่า “สมัยปู่ย่าตายายไม่ได้ใช้ดินทราย แต่ใช้ดินเหนียวล้วน ๆ เวลาเผาก็ดีบ้าง แตกบ้างเสียเอา จนต่อมาก็เอาดินทรายในบึงปนดินเหนียว ทำให้เผาออกมาดีขึ้น กระทั่งมีการลองเอาทรายมาผสมก็พบว่าเครื่องปั้นดินเผาทนไฟดีขึ้น เผาไม่แตก” ซึ่งสอดคล้องกับ นายสุชาติ ฟักสุข กล่าวว่า

“...ชาวบ้านเริ่มเรียนรู้มากขึ้น การที่เอาทรายมาผสมในการเตรียมดินเพื่อปั้นโดยดินทรายเอามาจากแม่น้ำปิง บางรายพายเรือไปขุด บางรายขุดเอาริมฝั่ง แต่สมัยนี้มีท่าเรือดูทราย ชาวบ้านจึงซื้อทรายจากท่าเรือโดยมีรถนำมากองไว้ให้เสร็จที่บริเวณบ้านไม่ต้องเหนื่อยไปเอาจากแม่น้ำ...”

(สุชาติ ฟ้าสุข. 2556 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 68 วัตถุดิบ ดินทราย ใช้ผสมกับดินเหนียว น้ำ เพิ่มความแข็งแกร่งของเครื่องปั้นเมื่อโดนความร้อน

3.4.3 ฟิน เป็นวัตถุดิบที่ใช้สำหรับเผาเครื่องปั้นในขั้นตอนสุดท้ายในกระบวนการผลิต แต่เดิมใช้ไม้เบญจพันธ์ แต่ถ้าต้องการให้ไฟแรงใช้ไม้ตาตุ่มหรือไม้ทางมะพร้าว ในอดีตทางกลุ่มบ้านแก่ง เลือกใช้ฟืนไม้ไผ่กันเป็นส่วนมาก ซึ่งเป็นการเรียนรู้กันเองภายในกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ถ้าใช้ฟืนไม้ไผ่ไม่ได้เครื่องปั้นดินเผาออกมาสีสดสวย ประกอบกับไม้ไผ่ในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียงหาง่าย เช่น ที่อำเภอบรรพตพิสัย และอำเภอกำแพงแสน การขนส่งไม้ไผ่ของกลุ่มเครื่องปั้นบ้านแก่ง ใช้วิธีการล่องแพตามแม่น้ำปิง หรือเทียบเกวียนมาเก็บไว้ที่หมู่บ้าน ชาวบ้านใช้ภูมิปัญญาในการเก็บรักษาไม้ไผ่ โดยนำไม้ไผ่ที่ได้มานำมาฟิงไว้กับต้นไม้ใหญ่ เพื่อให้ลมโกรกไม้ไผ่แห้งดี และเมื่อฝนตกน้ำขังในลำไม้ไผ่ก็ไม่ขึ้น วัตถุดิบเหล่านี้ทางกลุ่มจะหาเตรียมไว้ใช้ในฤดูแล้งเพื่อเตรียมไว้สำหรับเผาเครื่องปั้นได้ตลอดทั้งปี นอกจากนี้ยังมีฟืนอีกชนิดหนึ่งนำมาใช้เผาเครื่องปั้นสีเครื่องปั้นออกมาสีสวยเหมือนกับเครื่องปั้นของบ้านเกาะเกร็ด เป็นฟืนทางมะพร้าวทางบ้านเกาะเกร็ดนิยมใช้สามารถแรงไฟให้แรงได้สีเครื่องปั้นออกมาสวย ดังที่ นางกิมไล้ กิจบำรุง กล่าวว่า



“...ฉันไปเที่ยวเกาะเกร็ดหาญาติพี่น้องเลยได้พบเห็นการอยู่ไฟเตาของคนเกาะเกร็ด คนที่นั่นใช้ก้ามมะพร้าวเป็นเชื้อเพลิง ฉันสังเกตจนรู้ว่า ก้ามมะพร้าวแห้งนี้เมื่อนำมาเป็นเชื้อเพลิงให้ สีเครื่องปั้นดินเผาคุณภาพดี สีสวยกว่าไม้ไผ่สีสุกเสียอีก ตั้งแต่นั้นมาฉันก็ใช้ไม้ไผ่ปนกับก้ามมะพร้าว ชาวบ้านรอบข้างก็มาดูกันเวลาออกเตา ปรากฏว่าของออกมาสีสวย ดี ก็บอกกันต่อ ๆ ไป...”

(กิมไล้ กิจบำรุง. 2556 : สัมภาษณ์)

ปัจจุบันทางกลุ่มบ้านแก่ง วัดฤทธิพิณได้กลายเป็นปัญหาใหญ่ของการทำ เครื่องปั้นดินเผา เพราะไม้พินมีราคาแพง ไม้ไผ่ก็ลดน้อยลง ผู้ผลิตต้องหันไปซื้อไม้ยูคาลิปตัส หรือใช้ ไม้อย่างอื่นทดแทนตามแต่จะสะดวก โดยไม่ต้องคำนึงถึงสีของเครื่องปั้นดินเผา ดังที่ นางเป่า เลี้ยงสุข กล่าวไว้ว่า

“...ต่อไปเราไม่ต้องไปหาไม้พินที่ไหนอีกแล้วผู้ใหญ่สุชาติได้ดำเนินการปลูกต้นยูคาลิปตัส ในพื้นที่สาธารณะของหมู่บ้าน 300 ไร่ ในนามของกองทุนหมู่บ้าน ดูแลโดยสมาชิกกองทุนหมู่บ้าน โดยคาดว่าจะนำมาใช้ในกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ...”

(เป่า เลี้ยงสุข. 2556 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 69 พืนไม้ยูคาลิปตัส สำหรับเผาเครื่องปั้นในขั้นตอนสุดท้าย

3.5 ขั้นตอนการผลิต

การผลิตงานศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านแก่งจากการศึกษา พบว่ามีขั้นตอนการผลิต 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการเตรียมดิน ขั้นตอนการปั้นหรือการขึ้นรูป ขั้นตอนการตกแต่ง และขั้นตอนการเผาเครื่องปั้นดินเผา ดังนี้

3.5.1 การเตรียมดิน กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านแก่ง เตรียมดินด้วยวิธีการที่ได้รับประสบการณ์มาจากการเรียนรู้ด้วยตนเองและจากการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น นำความรู้เหล่านี้มาผสมผสานกันจนเกิดองค์ความรู้ใหม่ กลุ่มบ้านแก่งได้นำองค์ความรู้นี้มาใช้กับวิธีการเตรียมดินจนได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมีวิธีการดังนี้

1) การเกลี่ยดิน ผู้ทำหน้าที่ ใช้พลั่วชะดินที่เก็บพักไว้ออกมาเกลี่ยเตรียมใช้งาน

2) การหมักดิน ขอยดินเหนียวนำไปผสมน้ำหมักค้ำคืนโดยใช้ใบตองแห้งคลุมให้ดินชุ่มน้ำพอเหมาะ

3) การนวดดิน นำดินเหนียวที่หมักมาผสมกับดินทรายในอัตราส่วน 1 ใน 3 ส่วน และน้ำ นำเข้าเครื่องนวดให้ดินเหนียวกับดินทรายเป็นเนื้อเดียวกัน ก็จะได้ดินสำเร็จรูปพร้อมปั้น ปัจจุบันคนในหมู่บ้านมอญมีฐานะดีไปซื้อเครื่องนวดดินจากจังหวัดราชบุรี มารับจ้างนวดดินให้กับชาวบ้านไม่ต้องใช้ควายนวดเหมือนก่อน (สมพงษ์ กสิการ. 2556 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 70 การนวดดิน อยู่ในขั้นตอนการเตรียมดิน ก่อนที่นำไปปั้นขึ้นรูปภาชนะต่าง ๆ

3.5.2 การปั้น เป็นขั้นตอน ที่สำคัญขั้นตอนหนึ่งผู้ปั้นต้องอาศัยความชำนาญพิเศษจึงจะปั้นรูปภาชนะหรือเครื่องปั้นที่ต้องการได้อย่างสวยงาม และยังขึ้นอยู่ความสามารถเชิงศิลปของแต่ละบุคคลด้วย การปั้นรูปภาชนะกระถางต้นไม้ และโถงของบ้านแก่งมีวิธีการดังนี้

1) การปั้น ผู้ทำหน้าที่ตัดก้อนดินออกจากดินแท่งยาวกลม ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางเล็กใหญ่ขึ้นอยู่กับขนาดของกระถางที่ปั้น ตัดด้วยลวดตัดดินเป็นรูปตัวยู นำก้อนดินก้อนกลม ๆ ที่ตัดเตรียมไว้วางบนแป้นหมุนไฟฟ้า



2) แป้นหมุนไฟฟ้าหมุนแนวเดียวกันกับเข็มนาฬิกา ผู้ปั้นจะแต่งดินด้วยการรีดดิน จิกหัวแม่มือลงไปตรงกลางดิน ขึ้นรูปทรงเครื่องปั้นด้วยนิ้วทั้งสี่ ได้รูปทรงภาชนะตามต้องการ

3) ปั้นเครื่องปั้นขนาดใหญ่ เช่นโอ่ง ต้องปั้นท่อนล่างของโอ่งก่อนเรียกว่า ก่อพิมพ์ เมื่อท่อนล่างหมดและแข็งพอควร จึงปั้นต่อท่อนบนได้ ที่ต้องปั้นท่อนล่างก่อนเพราะเครื่องปั้นขนาดใหญ่มีน้ำหนักมาก ถ้าปั้นครั้งเดียว ด้านล่างจะรับน้ำหนักไม่ไหว จึงต้องปั้นท่อนล่างก่อน เมื่อท่อนล่างหมดและแข็งพอรับน้ำหนักได้ จึงต่อท่อนบน ดังคำสัมภาษณ์ของ นางสง ทาทิพย์ ที่ว่า

“...ฉันปั้นโอ่งขนาดใหญ่ฉันต้องปั้นสองคนและให้คนแข็งแรงต้องคอยชักแป้น ปั้นโอ่งใหญ่วันเดียวไม่เสร็จต้องมาต่อส่วนบนวันหลัง...”

(สง ทาทิพย์. 2556 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 71 ปั้นโอ่งดินขนาดใหญ่ บ้านแก่ง

3.5.3 การตกแต่งเครื่องปั้น คือการขัดผิวส่วนที่ไม่ใช่ลายให้เกิดความมัน สมัยก่อน สมัยก่อนลูกสะบ้า ปัจจุบันใช้ก้อนหิน เปลือกหอย ฤงพลาสติก ไม้ เมื่อตกแต่งเรียบร้อยแล้ว นำเครื่องปั้นไปเก็บในที่ร่มไม่ให้โดนแดดโดนลมเตรียมนำไปเผา

3.5.4 การเผาเครื่องปั้น สมัยดั้งเดิมบ้านแก่งมีการเผาเครื่องปั้นเพียงเดือนละครั้ง ต่อมาในยุคปัจจุบันมีการผลิตเครื่องปั้นมากขึ้น ทำให้การเผาเครื่องปั้นเพิ่มขึ้นเป็นเดือนละ 2 ครั้ง มีขั้นตอนดังนี้

1) การเรียงเครื่องปั้นภายในเตา ภาชนะเครื่องปั้นขนาดใหญ่เรียงเข้าไปก่อนวางเรียงแบบสับท่าง ส่วนภาชนะขนาดเล็กแทรกในช่องว่างของการวางโอ่งขนาดใหญ่ ส่วนหน้าเตาจะใช้เครื่องปั้นดินเผาที่เผาเสียมาวางไว้หน้าเตาเพื่อลดการเสียหายของเครื่องปั้น

2) การปิดปากเตา ผู้ทำหน้าที่ใช้ดินเหนียวผสมแกลบปิดหน้าเตา เว้นช่องเล็กๆด้านพื้นวางไว้สำหรับใส่ฟืนเผาเตา



3) พิธีกรรมการบูชาเตา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญบ้านแก่ง มีความเชื่อและพิธีกรรมในการทำอาชีพเครื่องปั้นดินเผา สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ มีการบูชาเตาและการขอขมาต่อแม่พระธรณี และแม่คงคา ซึ่งชาวบ้าน เชื่อกันว่า บึงเขาดินมีเจ้าพ่อ เจ้าแม่บึง และเจ้าพ่อนาคา รักษาอยู่ การจะขุดดินลงไปจะต้องทำพิธีที่เรียกว่า เบิกธรณี หรือเบิกหน้าดิน ด้วยการขุดดินเป็นสี่เหลี่ยมขนาด 1 จอบพลิกหน้าดินขึ้นมาแล้ว จุดรูป 3 ดอก วางหมากพลู ไข่ขาวขมาเพื่อนำดินขึ้นมาทำเครื่องปั้นดินเผา ส่วนการบูชาเตากลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเชื่อว่าเมื่อนำเครื่องปั้นเข้าเตาเผาเรียบร้อยแล้ว จุดรูปเทียนพร้อมดอกไม้บอกแม่ย่าเตา ให้เครื่องปั้นที่เผาเตานี้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีและขายได้ราคาดีด้วย

“...ประเพณีนี้สืบเนื่องมาจากความรู้สึกไม่สบายใจของเรา เครื่องปั้นดินเผาที่เราลงทุนไปมากมายนั้น ถ้าเกิดการเสียหายเครื่องปั้นออกมาไม่ดีขายไม่ได้ราคา เราก็วิตกกังวล เราได้ทำสิ่งที่ลดความวิตกกังวลนั้นไปได้บ้าง เราก็สบายใจ...”

(พันธุ์ กลสิการ. 2556 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 72 พิธีกรรมบูชาเตาและขอขมาแม่ธรณี มอญบ้านแก่ง

4) การเผาเครื่องปั้น มี 3 ขั้นตอน ใช้อุณหภูมิความร้อนในการเผาเครื่องปั้นประมาณ 800 – 1000 องศาเซลเซียส ใช้เวลาเผาประมาณ 1 อาทิตย์ ผู้ทำหน้าที่เผาเตามีการผลิตเปลี่ยนกันมาแต่ตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อเสร็จสิ้นในกระบวนการเผา รอประมาณ 2 – 3 วันเพื่อนำเครื่องปั้นออกจากเตา ขั้นตอนการเผาประกอบด้วยดังนี้

(1) การใช้ไฟรุ่ม ใช้ฟืนไม้เบญจพรรณหรือไม้ยูคาลิปตัสสุมไว้ด้านหน้า เริ่มจากไฟอ่อน และให้ความร้อนค่อยๆเพิ่มขึ้น

(2) การเร่งไฟ โดยเร่งสุมไฟ สุมฟืนทางด้านหน้าให้มากและเร็วขึ้น



(3) ค่อย ๆ เริ่มใส่ฟืนทางมะพร้าวหรือไม้ฟืน เข้าเตาไฟตามช่องไฟ ตั้งแต่ช่องที่ 1 ไปเรื่อย ๆ ช่องละประมาณ 1 ชั่วโมง พอถึงช่องกลางจะทำการปิดเตาด้านหน้าและ ใส่ช่องอื่น ๆ ตามลำดับจนปิดเตา ชาวมอญบ้านแก่ง จะอาศัยความชำนาญในการดูสีของเปลวไฟ โดยสังเกตจากปล่องไฟ หากเปลวไฟสีเขียววนวล แสดงถึงมีความร้อนมาก ถ้าต้องการลดความร้อนก็ ถ่ายเทความร้อนด้วยการเปิดช่องไฟ เครื่องปั้นดินเผาจะสุกหรือไม่นั้น ชาวมอญบ้านแก่งจะสังเกตจาก เศษเครื่องปั้นที่อุดไว้ที่ช่องท้ายเตา ถ้าเปลี่ยนเป็นสีส้ม สีแสด หรือสีดำ ก็แสดงว่าเครื่องปั้นดินเผาสุก แล้ว ก็ทำการลดความร้อนโดยการเปิดช่องระบายอากาศที่เรียกกันว่า แยมเตา (จินดา ทาพิพย์. 2556 : สัมภาษณ์) การเผามีการจ้างแรงงานต่างถิ่นใส่ฟืนเผาเตา แรงงานต่างถิ่นในช่วงแรกจะเป็นแค่ ผู้ช่วย แต่เมื่อมีความชำนาญหรืออยู่อาศัยในพื้นที่มานานจึงจะได้รับการวางใจให้เผาเตาได้ เพราะ ขั้นตอนนี้ถือเป็นขั้นตอนสำคัญ เพราะหากเผาเตาไม่ดี ใส่ฟืนไม่ดีก็จะทำให้งานเครื่องปั้นดินเผาเสียหาย ได้ (จิ้น โมกศักดิ์. 2556 : สัมภาษณ์)

3.6 เครื่องมืออุปกรณ์

เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต คือ สิ่งที่มีมนุษย์พัฒนาขึ้นเป็นเครื่องมือ ชุมชน นำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตเครื่องปั้นดินเผา จากการศึกษาพบว่า เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตในชุมชนใช้เทคโนโลยี นำมาประยุกต์ใช้สอย เช่น แป้นหมุนไฟฟ้า เครื่องนวดดินไฟฟ้า นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์ที่ยังคงใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม เช่น แป้นวาง ลวด หอยกาบ ไม้แผ่นบาง ไม้วง ไม้ปลายแหลม ไม้แบบพิมพ์กด ลูกสะบ้า ผ้า ถังน้ำ แบบพิมพ์ รุปลอกแบบต่าง ๆ เครื่องมือ แกะสลัก ลูกกลิ้งลาย ดังมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1) แป้นหมุนไฟฟ้า ใช้มอเตอร์ มีแกนหมุนอยู่ตรงกลางเมื่อเปิดสวิตช์แป้นก็จะ หมุนทำงาน ถ้าใครอยากได้แป้นไฟฟ้าต้องไปหา นายชัชวาล ช่างประดิษฐ์ แป้นหมุนใช้มอเตอร์ไฟฟ้า ขายให้ชาวบ้านราคาเพียง 4,000 บาท แล้วรับประกันดูแลซ่อมแซมให้ตลอดการใช้งาน ราคาที่พี่วาล ตั้งไว้ถูกกว่าโรงงานเกือบเท่าตัว แป้นหมุนมอเตอร์ชาวบ้านนิยมของพี่วาลมาก จึงทำให้ชาวบ้านมีการ พัฒนาในการปั้นมากขึ้น (สำเร็จ ทาพิพย์. 2556 : สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 73 แป้นหมุน เครื่องมืออุปกรณ์การผลิต การปั้น หรือการขึ้นรูปภาชนะเครื่องปั้น

2) เครื่องนวดดิน เป็นอุปกรณ์เครื่องมือที่สำคัญในการทำเครื่องปั้นดินเผาของบ้านแก่งในอดีตกลุ่มบ้านแก่ง ใช้ควายย่ำดิน เมื่อมีไฟฟ้าเข้าถึงหมู่บ้าน ชาวบ้านมีการพัฒนาประดิษฐ์คิดค้นเครื่องนวดดินไฟฟ้า ได้นำเครื่องนวดดินของจังหวัดราชบุรีและบ้านเกาะเกร็ด นำมาเป็นแนวทางในการประดิษฐ์คิดค้นเครื่องนวดดินจนประสบความสำเร็จตามที่ต้องการ กลุ่มเครื่องปั้นบ้านแก่งหลังจากใช้เครื่องนวดดินไฟฟ้าได้มีการพัฒนาในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาได้มากขึ้น



ภาพประกอบ 74 เครื่องนวดดินหรือเครื่องโม่ดินไฟฟ้าเป็นเครื่องมืออุปกรณ์เพิ่มความเหนียวของดิน

3) ไม้วง เป็นอุปกรณ์เครื่องมือในการขุดดิน กลุ่มบ้านแก่งใช้อุปกรณ์ชนิดนี้ไว้สำหรับขุดแต่งผิวภายนอกเครื่องปั้นขณะกำลังปั้น และเครื่องมือชนิดนี้ทำด้วยผิวไม้ไผ่แบนขดเป็นวงกลม ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 10 เซนติเมตร



ภาพประกอบ 75 เครื่องมืออุปกรณ์ไม้วงสำหรับตกแต่งผิวภายนอกเครื่องปั้น

4) ผ้า เป็นอุปกรณ์เครื่องมือในการจับดินขณะกำลังปั้น ช่างปั้นใช้ผ้าเปียกจับภาชนะเครื่องปั้นอยู่เสมอทำให้ผิวของเครื่องปั้นเรียบไม่เป็นคลื่นเป็นรอยมือทำให้การจับดินขึ้นรูปสะดวกและรวดเร็วเพราะผ้าลื่น



ภาพประกอบ 76 อุปกรณ์เครื่องมือ ผ้า สำหรับใช้จับภาชนะขณะกำลังปั้นตกแต่งผิวภายนอกให้เรียบ

5) ไม้ปลายแหลม เป็นอุปกรณ์เครื่องมือ ช่างมีไว้สำหรับตกแต่งส่วนล่างของเครื่องปั้น และแทงดินส่วนเกินรอบนอกของกันเครื่องปั้นให้กลมเรียบ และตกแต่งผนังของเครื่องปั้นให้เรียบร้อยยิ่งขึ้น มีลักษณะเป็นไม้กลมยาวปลายเรียวแหลม ยาวประมาณ 80 เซนติเมตร



ภาพประกอบ 77 อุปกรณ์เครื่องมือไม้ปลายแหลมสำหรับแทงดินส่วนเกินรอบนอกกันภาชนะเครื่องปั้นดินเผา



6) เครื่องมือการแกะสลักกลวดลายเครื่องปั้นดินเผา กลุ่มช่างใช้เครื่องมือแกะกลวดลายประกอบด้วยอุปกรณ์หลายอย่าง เครื่องมือเหล่านี้ช่างแต่ละคนใช้อุปกรณ์ในการแกะกลวดลายไม่เหมือนกัน ส่วนมากจะหาวัสดุอุปกรณ์ที่ใกล้ตัวนำมาประดิษฐ์ดัดแปลงเป็นเครื่องมือ เพื่อสะดวกในการทำงานของแต่ละคน เช่น มีดคัทเตอร์ ไม้ไผ่ เหล็กปากแบน มีดปลายแหลม เป็นต้น



ภาพประกอบ 78 อุปกรณ์เครื่องมือแกะสลักกลวดลายเครื่องปั้นดินเผาประกอบด้วย
อุปกรณ์หลายอย่าง ขึ้นอยู่กับงานของช่าง

3.7 การประเมินคุณภาพ

ในการทำผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านแก่ง นั้นมีการประเมินผลเกือบทุกขั้นตอน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เช่น ประเมินวัตถุดิบ คือดินที่นำมาทำแม้จะเป็นในท้องที่อื่นแต่ต้องมีคุณภาพโดยไม่มีวัชพืชปะปน ดินเนื้อละเอียดเมื่อดินโดนน้ำจะลื่นมือ กระบวนการผลิตก็มีการประเมินทุกขั้นตอนจากกระทรวงอุตสาหกรรมควบคุมในการผลิต ทำให้ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านแก่งได้รับรอง มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านแก่งมีคุณภาพ เพราะมีองค์กรภาครัฐและหน่วยงานเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามาควบคุมดูแลสนับสนุน และส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา พร้อมทั้งมีการประเมินผลคุณภาพผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านแก่งประกอบด้วยตัวชี้วัดมีดังนี้

ลักษณะของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ดีมีลักษณะ ดังนี้

- 1) มีความแข็งแรงบรรจุน้ำได้ดี
- 2) มีสีส้มอ่อนจนถึงสีแดงอมส้ม
- 3) ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชนิดไม่เคลือบ

การผลิตเครื่องปั้นดินเผาบ้านแก่งแทบไม่ได้แตกต่างจากชุมชนอื่น ๆ ที่ตกอยู่ภายใต้กระแสดันของทุนนิยม นั่นคือ พยายามผลิตให้มากเพื่อรายได้คุณภาพของงานเป็นเรื่องที่ตามมา การลอกเลียนแบบเป็นเรื่องธรรมดาเพราะทำตามใบสั่งสินค้าของนายทุน ฉะนั้น การมองงานเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านแก่ง จึงต้องใช้ความชำนาญพิเศษ ต้องสังเกตลักษณะเทคนิคการปั้น



สีของดิน ส่วนลวดลายเฉพาะก็มีการลอกเลียนแบบกันไปมา จะรู้ได้เฉพาะกลุ่มเท่านั้น เมื่อสภาพเศรษฐกิจ ถึงแม้ว่าชุมชนบ้านแก่ง จะตกอยู่ภายใต้กระแสทุนนิยม หากแต่ภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชนบ้านแก่งแห่งนี้ คงยังมีให้นักท่องเที่ยวได้ชมกัน ทั้งนี้ทางหน่วยงานราชการยังผ่านการรับรองให้บ้านแก่งเป็นหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยวแห่งแรกของจังหวัดนครสวรรค์

3.8 การกำหนดราคา

ราคาเครื่องปั้นดินเผาบ้านแก่ง ไม่สามารถกำหนดให้เป็นมาตรฐานได้ ประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ เช่น ในชุมชนไม่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสินค้าไม่เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป และการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของที่นี่ทำเป็นธุรกิจในครอบครัว หรือทำเองขายเองในชุมชน ด้านคุณภาพที่ผลิตออกมา อาจมีความแตกต่างกัน แต่ราคาขายไม่สามารถทำให้แตกต่างกันได้ ส่วนด้านผู้บริโภคนิยมหาซื้อสินค้าที่มีราคาถูกโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพในการผลิตหรือการใช้งาน จึงทำให้สินค้าที่ผลิตมีคุณภาพไม่สามารถขายในราคาที่ตั้งไว้ได้

การกำหนดราคาเครื่องปั้นดินเผาบ้านแก่ง ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตในด้านคุณภาพเครื่องปั้นดินเผา เริ่มตั้งแต่วัตถุดิบมีคุณภาพ รูปแบบเครื่องปั้น ค่าแรงงาน ค่าขนส่ง และกำไรนิดหน่อย สิ่งเหล่านี้นำมากำหนดราคาเครื่องปั้นดินเผา ดังที่ นางเป่า เลี้ยงสุข กล่าวว่

“...ในการกำหนดราคาเครื่องปั้นดินเผาของบ้านแก่ง การตั้งราคาได้กำหนดดูความยากง่ายของงาน งานเครื่องปั้นดินเผาที่นี่ทำด้วยมือ โดยใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม และสินค้าที่คนซื้อต้องซื้อด้วยใจรัก เราทำงานเน้นคุณภาพ ไม่เหมือนโรงงานเน้นปริมาณ ราคาถูก...”

(เป่า เลี้ยงสุข. 2556 : สัมภาษณ์)

ตาราง 3 ราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์

ผลิตภัณฑ์	ขนาด	ต้นทุน/ชิ้น/บาท	จำหน่าย/ชิ้น/บาท	กำไร/ชิ้น/บาท
โอ่ง	เล็ก	250	300	50
โอ่ง	ใหญ่	500	700	200
อ่างบัว	เล็ก	100	150	50
อ่างบัว	กลาง	150	200	50
อ่างบัว	ใหญ่	200	250	50
กระถางชุด	ใหญ่	120	200	60
กระถางเหลี่ยม	ใหญ่	130	180	50

ที่มา : แผนการผลิตและรายได้จากการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา บ้านแก่ง

กล่าวได้ว่า ภูมิปัญญาการผลิตเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญบ้านแก่ง ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ มีความเป็นมากกว่า 150 ปี เดิมพื้นที่เป็นป่าเบญจพรรณอุดมสมบูรณ์ ชาวบ้านอพยพมาตั้งบ้านเรือนอาศัยอยู่ใกล้กับริมแม่น้ำปิง และร่วมกันบูรณะวัดเก่าแก่ที่มีอยู่ก่อนแล้ว บริเวณนี้มีเกาะแก่งจำนวนมากจึงเรียกว่า “บ้านแก่ง” ชาวมอญกลุ่มเล็กๆจากบ้านมอญเกาะเกร็ด



จังหวัดนนทบุรี ขึ้นมาบุกเบิกตั้งบ้านเรือนทำเครื่องปั้นดินเผา ที่บ้านแก่ง อำเภอมะนัง จังหวัด นครสวรรค์ เพื่อผลิตเครื่องปั้นดินเผาใกล้แหล่งรับซื้อในภาคเหนือตอนล่าง จากชุมชนมอญเล็กๆ ทำเครื่องปั้นดินเผาเพื่อเป็นภาชนะโถ่งใส่น้ำ เริ่มเป็นหมู่บ้านมอญนครสวรรค์จนถึงปัจจุบันนี้ ชุมชน บ้านมอญตั้งบ้านเรือนใกล้บริเวณแม่น้ำปิง ซึ่งไม่ไกลจากที่ตั้งหนองน้ำขนาดใหญ่เป็นบึงมีดินเหนียว เหมาะกับการทำเครื่องปั้นดินเผา เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีพื้นที่ 300 ไร่ เป็นที่สาธารณะประโยชน์ บึงแห่งนี้ทางราชการเก็บรักษาสงวนไว้ให้ชาวมอญที่มีอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผาลี้อยู่ครอบครัวยุคมาถึง ปัจจุบันนี้

กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านแก่ง มีสมาชิกทั้งหมดจำนวน 68 คน มีคณะกรรมการบริหาร จำนวน 20 คน มีเงินกองทุนในการดำเนินงานกลุ่มจำนวน 121,900 บาท สมาชิกกลุ่มต้องปฏิบัติตามระเบียบกลุ่มชนิดผลิตภัณฑ์ ผลิตเครื่องปั้นดินเผา 2 ประเภท ประเภท ตกแต่งสถานที่ มี กระถางเหลี่ยม อ่างบัวและเครื่องปั้นดินเผาในรูปแบบต่าง ๆ ที่ได้รับการส่งเสริม จากทางราชการ เช่น แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ เครื่องปั้นดินเผาประเภทเครื่องใช้สวยงาม เช่น คนโท น้ำดื่ม โถ่งดินเผาใส่น้ำสำหรับถือพกพาวัตถุพิเศษที่สำคัญในการทำเครื่องปั้นดินเผา มี 3 ชนิด ดินเหนียวต้องเป็นดินจับกันเป็นก้อน ไม่ร่วนน้ำซึมผ่านยาก แหล่งวัตถุดิบอยู่ภายในชุมชนมีเนื้อที่ประมาณ 300 ไร่ ทางราชการสงวนไว้ให้ชาวมอญทำอาชีพเครื่องปั้นดินเผาจนถึงปัจจุบันนี้ ดินทรายต้องเป็น ทรายละเอียด ซึ่งผสมกับดินเหนียว ในอัตราส่วน ดินทราย 1 ส่วนผสมน้ำเล็กน้อยนวดเข้าเป็นเนื้อเดียวกันเพื่อเพิ่มความแข็งแรงของเครื่องปั้นดินเผาเวลาเผา ฟิน สมัยก่อนใช้ไม้ไผ่ในกาเผา เครื่องปั้นแล้วออกมาสีสวย ในปัจจุบันใช้ไม้ยูคาลิปตัส เนื่องจากไม้ไผ่หายาก ในชุมชนส่งเสริมให้ปลูกไม้ ยูคาลิปตัส การผลิต มี 4 ขั้นตอน การเตรียมดิน มี 2 แบบ แบบโบราณและแบบปัจจุบัน แบบ โบราณเตรียมดินใช้ควายเหยียบ ในปัจจุบันใช้เครื่องนวดดิน การปั้น การตกแต่งเครื่องปั้น การเผา เครื่องปั้นได้สอดแทรกความเชื่อพิธีกรรมเข้าไปด้วย เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต นำเทคโนโลยีมา ประยุกต์ใช้กับเครื่องมือ เช่น แป้นหมุนไฟฟ้า เครื่องนวดดิน อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม เช่น หอยกาบ ไม้วง ไม้ปลายแหลม และผ้า เป็นต้น

การประเมินผลผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ชุมชน (มผช.) และได้รับรองจากทางราชการประกาศให้เป็นหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว ระดับชาติ ด้านราคา ไม่สามารถกำหนดราคาให้เป็นมาตรฐานเดียวกันได้

กล่าวโดยสรุป กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง ในพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 กลุ่ม มีสภาพชุมชนที่ก่อให้เกิดภูมิปัญญาในการทำเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญในภาคกลางคือ เป็นภูมิปัญญา ที่สืบทอดจากบรรพบุรุษ เริ่มทำเครื่องปั้นด้วยของใช้ในชีวิตประจำวัน วัตถุดิบมีดินเหนียว ฟิน และทรายที่มีในท้องถิ่น ขั้นตอนการทำให้มี 4 ขั้นตอน การเตรียมดิน การปั้น การตกแต่ง การเผา สอดแทรกด้วยความเชื่อพิธีกรรม ด้านราคาต้นทุน และการประเมินผลผลิตภัณฑ์ ดังตาราง 4



ตาราง 4 สรุปสาระสำคัญภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง

พื้นที่	ภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา
เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	การทำเครื่องปั้นดินเผาพบเห็นโดยทั่วไปในพื้นที่ชุมชน เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตมาสมัยตั้งแต่อยู่เมืองมอญ เริ่มทำเครื่องปั้นจากของใช้ชีวิตประจำวัน เช่น โอ่ง อ่าง ปัจจุบันมีเครื่องปั้นดินเผา มี 2 ประเภท เช่น ประเภทสวยงาม และประเภทเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน วัตถุดิบ มีดินเหนียว ดินทราย และฟืน วัตถุดิบสั่งซื้อจากบ่อดินปทุมธานี ขั้นตอนการผลิต มี 4 ขั้นตอน การเตรียมดิน มี 2 แบบ มีแบบโบราณ กับแบบปัจจุบัน การปั้นหรือการขึ้นรูป การตกแต่งเครื่องปั้นดินเผา และการเผาเครื่องปั้นดินเผาสอดคล้องด้วยความเชื่อและพิธีกรรม เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต มีแป้นหมุน เครื่องนวดดิน และเครื่องมือแกะสลักลาย การประเมินผลคุณภาพผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ได้รับการรับรองมาตรฐานชุมชน มผช. 46/2549 จากกระทรวงอุตสาหกรรม และราคาต้นทุน การกำหนดราคาอ้างอิงจากต้นทุน + ค่าวัตถุดิบ + ค่าขนส่ง + ค่าแรงงาน และอื่น ๆ เป็นเกณฑ์ในการกำหนดตั้งราคาเครื่องปั้นดินเผา
บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี	ทำเครื่องปั้นดินเผาเริ่มจาก ปั่นตมสามโคก เรียกกันว่า “อีเล้ง” โอ่ง อ่าง ครก และกระถางต้นไม้ เครื่องปั้นชนิดไม่เคลือบ ต่อมาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ มี 2 ประเภท ตกแต่งสถานที่ เช่น แจกันดินเผาประดับผ้าไหม ตกแต่งตู้ปลา เช่น รูปเจดีย์ รูปสะพาน ประเภทของใช้ กระถางต้นไม้ อ่างบัวปลูกบัว เลี้ยงปลา วัตถุดิบ ดินเหนียวท้องถิ่นที่สามโคก ลักษณะดินดี สีคล้ำหรือสีดำ ดินทราย ทรายละเอียดผสมกับดินเหนียว 20% และน้ำเล็กน้อย เพื่อเพิ่มความแข็งแรงของเครื่องปั้นดินเผาเมื่อถูกความร้อน ดินทรายมีคุณภาพอยู่ที่บริเวณวัดบางพูด อำเภอบางเกร็ด ฟืน สำหรับเผาเครื่องปั้นใช้เศษไม้จากโรงเลื่อย การผลิตมี 2 ชนิด ผลิตเครื่องปั้นดินเผาชนิดไม่เคลือบ และผลิตเครื่องปั้นดินเผาประดับผ้าไหม เครื่องปั้นชนิดไม่เคลือบการผลิตมี 4 ขั้นตอน เตรียมดิน ปั้น การตกแต่งเครื่องปั้น และเผา เครื่องปั้นประดับผ้าไหม มี 4 ขั้นตอน กวนดิน ประกอบแบบพิมพ์ เผา ตกแต่งประดับผ้าไหม เครื่องมืออุปกรณ์ที่สำคัญ 3 ชนิด แป้นหมุนไฟฟ้า เครื่องนวดดิน เครื่องมือผลิตเครื่องปั้นดินเผาประดับผ้าไหม กาวติดผ้า ผ้าไหม กรรไกร กระดาษทราย การประเมินผลผลิตภัณฑ์ ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2548 ราคาต้นทุน ตั้งราคาเป็นมาตรฐานเดียวกัน คำนวณจากต้นทุนการผลิต



ตาราง 4 (ต่อ)

พื้นที่	ภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา
บ้านแก่ง จังหวัด นครสวรรค์	การทำเครื่องปั้นดินเผาบ้านแก่งเริ่มจากทำของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น โอ่งน้ำ กระจาดต้นไม้ ปัจจุบันทำเครื่องปั้นดินเผา มี 2 ประเภท คือ เครื่องปั้นดินเผา ตกแต่งสถานที่ และเครื่องปั้นดินเผาประเภทของใช้ วัตถุดิบใช้ดินเหนียว ดินทรายและฟืน มีแหล่งวัตถุดิบดินเหนียวเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติภายในชุมชน ขั้นตอนการทำเครื่องปั้นดินเผา มี 4 ขั้นตอน การเตรียมดิน การปั้น การ ตกแต่งเครื่องปั้น และการเผาเครื่องปั้นซึ่งสอดคล้องกับความความเชื่อพิธีกรรม เข้าไปด้วย เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต เช่น แป้นหมุนไฟฟ้า เครื่องนวดดิน ไม้วง ผ้า ไม้ปลายแหลม และเครื่องมือการแกะสลัก การประเมินผลผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา ได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ได้รับใบประกาศ การรับรองเป็นหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยวระดับชาติ และราคาต้นทุน ไม่สามารถกำหนดราคาเครื่องปั้นดินเผาให้เป็นราคารมาตรฐานได้ การกำหนดราคา ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ

จากข้อมูลภูมิปัญญาดังกล่าวแล้ว สิ่งที่น่าสนใจที่เป็นอัตลักษณ์และเป็นทุนในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ทั้งวัตถุดิบที่เป็นสูตรดินเฉพาะ เชื้อเพลิงเฉพาะและมีมือช่างที่เป็นภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ของช่างที่มีการสืบทอดกันมา ลักษณะการผลิตเน้นเครื่องปั้นดินเผาชนิดไม่เคลือบ ใช้ความสวยงามของดินที่มีลักษณะเฉพาะและวิธีการเฉพาะในการเผา การผลิตที่ยังยึดประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวันในครัวเรือนและปัจจุบันมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นประเภทของใช้และของบรรณนาการ การตกแต่งทั้ง 3 แหล่งมีความงดงามแตกต่างกัน โดยนนทบุรีเน้นที่ลวดลายในตัว ปทุมธานีเน้นการประดับ ส่วนนครสวรรค์เน้นการเขียนภาพ ปัจจุบันพัฒนามาใช้ดินสำเร็จจากโรงงานปทุมธานี ยกเว้นบ้านแก่งที่มีบ่อดินอนุรักษ์เป็นแหล่งวัตถุดิบในหมู่บ้านไว้ใช้สำหรับชาวมอญมีอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผาโดยเฉพาะ มีการใช้ทรายเพิ่มความแข็งแรงของเครื่องปั้นดินเผา และการเผาด้วยฟืน ใช้ไม้ยูคาลิปตัส เศษไม้โรงเลื่อยและกาบมะพร้าว ยังคงขั้นตอนการผลิตมี 4 ขั้นตอน ยกเว้นบ้านสามโคกเพิ่มการผลิตเครื่องปั้นดินเผาประดับผ้าไหม มี 4 ขั้นตอน พัฒนาเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตที่สำคัญเป็นแป้นหมุนไฟฟ้า เครื่องนวดดิน เครื่องมือตกแต่งลวดลาย เครื่องการผลิตเครื่องปั้นดินเผาประดับผ้าไหม ประเภททากดผ้าไหม ผ้าไหม กรรไกรตัดผ้า กระดาษทรายการประเมินผลผลิตภัณฑ์ ใช้กระบวนการรับรองมาตรฐานชุมชน (มผช.) ในการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคาจากต้นทุนการผลิตเป็นสำคัญและนำวิธีการในการส่งเสริมการตลาดช่วยในการผลิตและการจำหน่าย



ตอนที่ 2 สภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะนำเสนอเป็น 2 ส่วน คือปัญหาการผลิต แยกเป็น 4 หัวข้อ คือ ชนิดผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ ขั้นตอนการผลิต สภาพปัญหาการจัดการ ซึ่งแยกเป็น 4p คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดแยกรายละเอียดเป็นรายจังหวัด ดังนี้

1. สภาพปัญหาการผลิตเครื่องปั้นดินเผา บ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างข้อสรุปร่วมกันในแต่ละกลุ่มของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาดังกล่าว ในตำบลเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ตำบลสามโคก จังหวัดปทุมธานี และตำบลบ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์ ตามลำดับ ดังนี้

1.1 ปัญหาการผลิต

1) ชนิดผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่มบ้านเกาะเกร็ด ขาดแคลนด้านช่างปั้น ช่างแกะสลักลดหายไป เนื่องจากว่าเด็กรุ่นหลังนี้ไม่ศึกษาเรียนรู้ทางด้านนี้หันไปสนใจวิชาชีพอย่างอื่นแทนตามที่ตนเองได้ศึกษามาหรือบางคนไม่เรียนหนังสือแต่ก็ไม่เรียนรู้ด้านนี้กลับไปประกอบอาชีพอย่างอื่น เช่น ขับมอเตอร์ไซด์รับจ้าง อาชีพค้าขายแทน ดังที่ นายวรพงษ์ เคี่ยมสมุทร กล่าวว่า

“...เดี๋ยวนี้ช่างปั้นช่างแกะหายากเด็กรุ่นหลังเขาไม่เอางานแบบนี้กัน พ่อแม่ก็สนับสนุนลูกซื้อรถมอเตอร์ไซด์ให้ไปขับรับจ้างกันหมดได้เงินดีกว่า...”

(วรพงษ์ เคี่ยมสมุทร. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางแก้ปัญหาชนิดผลิตภัณฑ์ คือ ส่งบุคลากรไปเข้ารับการอบรมความรู้ด้านการออกแบบ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการพัฒนาทักษะ ความสามารถประสบการณ์ ควรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และเมื่อผ่านการอบรมกลับมาสามารถทำให้มีรายได้เพิ่ม...”

(สุรัตน์ บัวหิรัญ. 2556 : สัมภาษณ์)

2) วัตถุดิบ ทางกลุ่มบ้านเกาะเกร็ดมีปัญหาด้านวัตถุดิบในเรื่องค่าขนส่งมีราคาสูงที่สำคัญ คือ ดินที่นำมาใช้ประโยชน์ในชุมชนมีไม่เพียงพอในการใช้งานเครื่องปั้นดินเผา ต้องหาซื้อวัตถุดิบมาจากภายนอกชุมชน ปัจจุบันพบว่าพื้นที่ที่มีวัตถุดิบบ่อดินจำนวนมากอยู่ในพื้นที่อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นบ่อดินท้องถิ่นใกล้แม่น้ำที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ดินแถบนี้มีคุณสมบัติเหมาะกับการทำเครื่องปั้นดินเผา ต้องใช้วัตถุดิบ คือ ดินเหนียวเป็นหลักในการผลิตต้องสั่งซื้อดินจากบ่อดินที่ปทุมธานี หรือพ่อค้าคนกลาง อำเภอปากเกร็ด ในการสั่งซื้อแต่ละครั้งต้องใช้จ่ายค่าขนส่งสูงมาก ดังที่ นายอภิสิทธิ์ ประดิษฐ์วงศ์ กล่าวว่า



“...การผลิตเครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ดส่วนใหญ่ส่งซื้อดินมาจากปทุมธานี หรือพ่อค้าคนกลางจากปากเกร็ด ในการสั่งซื้อแต่ละครั้ง ต้องสั่งครั้งละมาก ๆ หรือประมาณครั้งละ 1 ตัน 1 คันรถบรรทุก คันละ 18,000 – 20,000 บาท นำมาลงเรือเพื่อข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาไปส่งโรงปั้นที่เกาะเกร็ด ส่วนค่าเรือเหมาลำเรือละ 1,000 บาทต่อวัน 1 ตัน และมีค่าใช้จ่ายคนแบกดินจากลำเรือไปโรงปั้น ค่าแรงคนละ 300 บาท จำนวน 10 คน ที่สำคัญคือต้องจ่ายเงินสด...”

(อภิสิทธิ์ ประดิษฐ์วงศ์. 2556 : สัมภาษณ์)

ปัจจุบันนี้มีพ่อค้านำดินมาทำสำเร็จรูปขายพร้อมปั้นในราคา ก้อนละ 70 บาท น้ำหนัก 10 กิโลกรัม สะดวกต่อการขนส่ง ช่างปั้นจะซื้อไว้เฉพาะใช้ทำงานเท่านั้นโดยไม่ต้องมาเข้าเครื่องนวดเตรียมใช้งานได้เลย และไม่ต้องจ่ายค่าขนส่งแพงอย่างเมื่อก่อน ดังที่ นางสาวสุนีย์ ดิขสง่า กล่าวว่

“...ตอนนี้เวลาปั้นไม่ต้องกังวลเรื่องดินว่าจะไม่พอใช้งานนั้น ๆ ดินหมดเมื่อไรโทรหาโรงงาน ดินต้องการดินมากน้อยแค่ไหนเดี๋ยวเขาจัดให้เรา เอามาถึงเราก็กู้ปั้นได้เลยไม่ต้องมานวดดินอีก...”

(สุนีย์ ดิขสง่า. 2556 : สัมภาษณ์)

ขาดเงินทุนหมุนเวียนที่จะซื้อดินมาตุ๋นไว้ ทางกลุ่มซื้อเฉพาะที่จะทำการผลิตเครื่องปั้นเท่านั้น ดังที่ นายสมเกียรติ สุขทอง กล่าวว่

“...ผมไม่มีเงินที่จะซื้อดินเป็นลำเรือมาตุ๋นไว้เงินทุนไปจมอยู่กับดินหมด ไม่ต้องทำอย่างอื่น...”

(สมเกียรติ สุขทอง. 2556 : สัมภาษณ์)

แนวทางการแก้ปัญหา ด้านวัตถุดิบ คือ ภาครัฐต้องมีนโยบายให้ชัดเจนสำหรับผู้ประกอบอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผาและทางกลุ่มผู้ผลิตร่วมกันจัดกิจกรรมของกลุ่มให้ครบวงจร โดยใช้นโยบายเศรษฐกิจชุมชนทางหน่วยงานต่างให้ความช่วยเหลือในการจัดกิจกรรมบ้าง รวมทั้งพัฒนาวัตถุดิบใช้เทคโนโลยีประกอบ ให้คงปริมาณและคุณภาพ ดังเดิม

3) เครื่องมืออุปกรณ์ กลุ่มผู้ผลิตมีปัญหาเครื่องมือของช่างในการแกะสลักลวดลาย ซึ่งช่างได้วัสดุอุปกรณ์ที่ใกล้ตัวนำมาดัดแปลงเป็นเครื่องมือในการแกะสลัก

4) ขั้นตอนการผลิต ทางกลุ่มมีปัญหา ในเรื่องของการปั้น ผู้ปั้นต้องอาศัยความชำนาญพิเศษจึงจะปั้นรูปภาชนะหรือเครื่องปั้นที่ต้องการได้อย่างสวยงาม และขั้นตอนการเผา การเผาเครื่องปั้น มีปัญหาในการเรียงเครื่องปั้นภายในเตาอย่างเป็นระเบียบ เช่นเครื่องปั้นขนาดใหญ่อยู่ด้านล่างแต่ละชั้นเป็นแถวตามแนวนอนจากพื้นภายในเตาและเรียงซ้อนกันเป็นชั้นๆจนเต็มเตา ถ้าไม่มีความชำนาญในการเผาจะทำให้เครื่องปั้นภายในเตาเกิดความเสียหายเนื่องจากไฟเผาเครื่องปั้นไม่ทั่วถึงเครื่องปั้นดินเผาสีไม่สวย ทำให้เสียราคา ดังคำสัมภาษณ์ของนายทองหล่อ จิวออก พูดถึงความสามารถของลูกชายว่



“...ตอนแรกลูกชายผมก็เรียงเครื่องปั้นเข้าเตาไม่เป็น พอผมเรียกมาช่วยบ่อย ๆ เขาก็รู้จักวิธีการจัดเรียงเพื่อให้ไฟเผาเครื่องปั้นได้เสมอกัน ตอนนี้อาจารย์สามารถจัดเรียงเครื่องปั้นเข้าเตาได้เก่งมีฝีมือเครื่องปั้นออกมามีสีสวยเสมอกันแทบทุกชิ้น...”

(ทองหล่อ จิวออก. 2556 : สัมภาษณ์)

2. สภาพปัญหาด้านการจัดการเครื่องปั้นดินเผา ด้าน 4p บ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ข้อขัดข้องอุปสรรคในการจัดการงานเครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ดให้มีมูลค่าเพิ่มสูงพบว่ามีปัญหาในเรื่องของการจัดการ 4p คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่กับกลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มผู้บริโภค ดังนี้

2.1 ปัญหาด้านกลุ่มผู้ผลิต

1) ผลิตภัณฑ์ ปัญหาในกลุ่มผู้ผลิตบ้านเกาะเกร็ด พบว่ายังคงเน้นรูปแบบเพื่อใช้สอยแบบดั้งเดิม ผู้ผลิตยังขาดความรู้และทักษะในการออกแบบ หรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบให้เป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ การผลิตยังใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิมเป็นหลักเพราะขายได้ง่าย ราคาไม่แพง และไม่มีเวลาในการคิดและผลิตรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เนื่องจากสมาชิกกลุ่มมีน้อย ผลิตไม่ทันกับความต้องการของลูกค้า จึงไม่มีเวลาสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ขึ้นมา ซึ่งผู้ผลิตได้กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางมีสินค้าผลิตภัณฑ์รูปแบบที่หลากหลายมีลักษณะเหมือนตามท้องตลาดทั่วไป แต่ยังไม่ตรงกับความต้องการของตลาด

“...ตอนนี้อยากเน้นออกแบบผลิตภัณฑ์ประเภทชิ้นเล็ก ๆ ของที่ระลึกจะขายออกได้ดีกว่าและได้ราคาดีกว่า...”

(สุนีย์ ดิษสง่า. 2556 : สัมภาษณ์)

แนวทางการแก้ปัญหาของกลุ่มผู้ผลิตบ้านเกาะเกร็ด ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ให้ทางกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาได้มีการพัฒนาทักษะความสามารถ องค์ความรู้ภูมิปัญญาและประสบการณ์ เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ โดยทางกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาควรได้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันเองภายในกลุ่ม และแสวงหาความรู้โดยการศึกษาดูงานเข้าอบรมสัมมนาตามสถานที่ต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่ไม่ใช่ในละแวกชุมชนตนเอง ในเรื่องของการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาแบบครบวงจรหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้มีการเรียนรู้ที่กว้างขึ้น ซึ่งเป็นการพัฒนาตนเองและกลุ่มให้สามารถผลิตงานใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของตลาดได้

(สุรจิตร ชื่นพันธุ์. 2556 : สัมภาษณ์)

2) ราคา ปัญหาผู้ผลิตบ้านเกาะเกร็ด พบว่า เครื่องปั้นดินเผาแกะสลัก ลวดลายวิจิตรงดงาม มีราคาแพง ราคาไม่ตกและราคาแพงขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากต้องใช้วิธีการผลิตที่ยุ่งยากซับซ้อน การกำหนดราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา จึงต้องใช้วิธีการกำหนดราคาตามคุณภาพความประณีตของงานและคุณภาพของดินราคาจะแตกต่างกันขึ้น ดังที่ นายสันติ พุ่มไม้ใหญ่ กล่าวว่า



“...กำหนดราคาสินค้า มีตั้งแต่ 50 – 3,000 บาท ผลิตภัณฑ์กระปุกใส่กำยาน ขนาดเล็ก สุตราคา 50 บาท ผลิตภัณฑ์หม้อน้ำทรงฟักทอง ขนาด 32 x 60 เซนติเมตร ราคา 3,000 บาท เป็นราคาที่สูงที่สุด การกำหนดราคาแต่ละครั้งจะขึ้นอยู่กับความอยากง่ายของรูปแบบผลิตภัณฑ์และการกะสลักลวดลายว่าเป็นลายยากหรือง่าย...”

(สันติ พุ่มไม้ใหญ่. 2556 : สัมภาษณ์)

แนวทางการแก้ปัญหาของกลุ่มผู้ผลิตบ้านเกาะเกร็ด คือ การตั้งราคาได้ กำหนดราคาตามท้องตลาดทั่วไป เพื่อไม่ให้ราคามีความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งลูกค้าหรือผู้บริโภคจะเห็นว่าสินค้ามีการรับรองคุณภาพมาตรฐานแล้ว ราคายังเป็นไปตามท้องตลาดอีก ก็ลูกค้าอาจจะให้ความสนใจพอสมควร หรือมีการกำหนดราคามีทั้งราคาขายปลีกที่จำหน่ายกับราคาขายส่ง เพื่อเป็นการจูงใจให้มีการซื้อ เนื่องจากถูกกว่าเพราะว่าซื้อในปริมาณมากๆ ยกเว้นมั่นใจในคุณภาพของสินค้ากว่าของเราดีกว่า มีการควบคุมคุณภาพ เป็นประเด็นหลักที่ทำให้ความสำคัญผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่มีความโดดเด่น และแตกต่างจากคู่แข่งชั้น การมีคุณภาพที่ดีได้มาตรฐานทำให้สินค้าสามารถตั้งราคาสูงได้

3) สถานที่จำหน่าย ปัญหากลุ่มผู้ผลิตบ้านเกาะเกร็ด พบว่า ช่องทางการจำหน่ายจะประสบกับความไม่แน่นอนของตลาดจัดจำหน่าย บางช่วงมีงานที่หน่วยงานราชการจัดให้ออกจำหน่ายบ่อยจนไม่มีสินค้าจะขาย บางช่วงไม่มีแสดงสินค้าที่หน่วยงานราชการจัดให้ก็มีผลิตภัณฑ์ค้างอยู่จำนวนมากไม่รู้จะนำไปจำหน่ายที่ใด เพราะกลุ่มของตนไม่มีร้านค้าจำหน่ายประจำโดยตรง นอกจากจำหน่ายในพื้นที่จังหวัดจัดสรรให้ไม่ออกไปนอกสถานที่เพราะมีค่าใช้จ่ายสูง ทั้งเรื่องค่าที่พัก การขนส่ง ดังที่ นางยุพิน จันทรหอมกุล กล่าวว่า

“...เราอยากได้ตลาดขายประจำ เราคิดเองไม่ได้ แต่ก็ได้พัฒนาชุมชนมาช่วยในเรื่องหาสถานที่ เวลาไปออกงานหน่วยงานราชการจัดการให้ อย่างเช่นที่เมืองทองธานี เวลาไป ไปฟรีนะไม่เสียเงิน ถ้าไม่มีพัฒนาชุมชนก็รู้จะไปออกงานที่ไหน...”

(ยุพิน จันทรหอมกุล. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางการแก้ปัญหา ของกลุ่มผู้ผลิตบ้านเกาะเกร็ด คือ จะต้องมีการวางแผนทางการตลาด ทำความเข้าใจกับสมาชิกในกลุ่มอย่างทั่วถึงถึงความจำเป็นในการปรับตัว พยายามหาช่องทางใหม่ ๆ ในการขายสินค้า โดยการออกไปนอกพื้นที่ เพื่อหากลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ สุดท้ายคือการเพิ่มศักยภาพของกลุ่มโดยจะต้องพัฒนาหรือเพิ่มทักษะด้านการขายของผู้ขายให้มีความเชี่ยวชาญหรือชำนาญมากขึ้น...”

(ชูสวัสดิ์ ทรทรานนท์. 2556 : สัมภาษณ์)

4) การส่งเสริมการตลาด ปัญหากลุ่มผู้ผลิตบ้านเกาะเกร็ด พบว่า ขาดการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการตลาดเป็นการแจ้งข่าวสารและจูงใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์รวมทั้งกิจกรรมที่ไปกระตุ้น ให้เกิดการตัดสินใจซื้อ การส่งเสริมการตลาดมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้า กิจกรรมในการส่งเสริมการตลาด อันดับแรก คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น



โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ มีการส่งเสริมการขาย การลด แลก แจก แถม เช่น มีการให้ส่วนลดเงินสด และแถมของชำร่วยจากผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา มีการให้ชาวบ้านเป็นพนักงานขายสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง เพื่อพบปะแนะนำสินค้า และสามารถรู้ถึงความต้องการของลูกค้า และทำการตลาดโดยตรง วางจำหน่ายสินค้าตามงานแสดงสินค้า การขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต

“...ทางกลุ่มไม่เห็นความสำคัญของการติดต่อประสานงานระหว่างกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาด้วยกันเอง...”

(เนาวรัตน์ จีวออก. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางการแก้ปัญหา ของกลุ่มผู้ผลิต คือ ให้กลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผา ต้องเพิ่มศักยภาพในด้านการประชาสัมพันธ์ หรือติดต่อกลุ่มเครือข่ายของงานเครื่องปั้นดินเผา โดยการชักชวนสมาชิกเข้ามาร่วมกิจกรรมดำเนินงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาร่วมกันบ่อยๆ เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ไปในทางเดียวกัน...”

(วิรัตน์ ตะทา. 2556 : สัมภาษณ์)

ปัญหาด้านกลุ่มผู้บริโภค

1) ผลิตภัณฑ์ ปัญหากลุ่มผู้บริโภคบ้านเกาะเกร็ด จากการสัมภาษณ์ และสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภค มีปัญหาที่มีลักษณะเหมือนกัน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการให้ผู้ผลิตให้มีการปรับเปลี่ยนการผลิตเพื่อให้ทันกับความต้องการของลูกค้า ในด้านต่าง ๆ เช่น การผลิตที่รวดเร็วทันกับความต้องการของผู้ใช้หรือผู้บริโภค ผู้บริโภคต้องการให้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชนิดต่าง ๆ ให้มีความทันสมัย เพราะผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ยังเน้นรูปแบบเดิม ๆ ผู้บริโภคต้องการให้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ ประเภทของที่ระลึกชิ้นเล็ก ๆ น้ำหนักเบา และสะดวกต่อการพกพาให้มีความหลากหลายชนิดผู้บริโภคซื้อไปเป็นของฝากได้ ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่มีผลทำให้ผู้บริโภคไม่มีทางเลือกในการซื้อ ดังที่จากการสัมภาษณ์ที่ว่า

“...ก็อยากให้มียุคออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ให้ทันสมัยกับยุคเพราะการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตยังไม่ทันสมัย และอยากให้ผลิตภัณฑ์รูปแบบหลากหลายให้เลือก ถ้าระหว่างเครื่องปั้นดินเผาของไทยรวมกับเครื่องปั้นดินเผาทางภาคเหนือ ผู้บริโภคจะซื้อของภาคเหนือมากกว่าเพราะเขาออกแบบสวย ๆ...”

(ฐิตาภา โทสูงเนิน. 2556 : สัมภาษณ์)

แนวทางการแก้ปัญหาของกลุ่มผู้บริโภคบ้านเกาะเกร็ด คือ ชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบถึงกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าทำมือ ลูกค้าต้องสั่งล่วงหน้า เพื่อให้เวลากลุ่มในการผลิตผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังต้องมีการสำรวจตลาดเพื่อจะได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ผู้บริโภคต้องการ

(สมควร ประดิษฐ์วงศ์. 2556 : สัมภาษณ์)



2) ราคา ปัญหากลุ่มผู้บริโภคบ้านเกาะเกร็ด พบว่า ไม่มีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเป็นมาตรฐาน ในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวราคาผลิตภัณฑ์สูงกว่าที่อื่น ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ว่า

“...การกำหนดราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาแต่ละที่ไม่เหมือนกันถ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ดสินค้าแพงกว่าที่อื่นทั้งที่ผลิตภัณฑ์รูปแบบเดียวกัน...”

(วาสนา เสนคำ. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางการแก้ปัญหา ของกลุ่มผู้บริโภคบ้านเกาะเกร็ดคือ ผู้ผลิตจะต้องชี้แจงถึงความจำเป็นในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาให้กับผู้บริโภคทราบถึงวิธีการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ไม่มีการกำหนดที่ตายตัวขึ้นอยู่กับแหล่งจำหน่ายสินค้าและมีมือในการทำ...”

(วาสนา เสนคำ. 2556 : สัมภาษณ์)

3) สถานที่จำหน่าย ปัญหากลุ่มผู้บริโภคบ้านเกาะเกร็ด พบว่า ทางกลุ่มผู้บริโภคเดินทางเข้าไปในหมู่บ้านเพื่อซื้อสินค้าไม่ค่อยสะดวกเป็นระยะทางไกลและคดเคี้ยว ผู้บริโภคเข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ลำบาก ทำให้กลุ่มลูกค้าค่อนข้างแคบเป็นกลุ่มลูกค้าเดิม ๆ เนื่องจากว่าทางกลุ่มผู้ผลิตไม่เน้นขายโดยการนำผลิตภัณฑ์ไปเสนอลูกค้าโดยวางขายภายในหมู่บ้านเป็นหลัก

“...การเดินทางไปซื้อสินค้านอกพื้นที่ สินค้าในหมู่บ้านเสียเวลากับการเดินทางมาก บางครั้งได้ของไม่ตรงกับความต้องการ...”

(อุไร มะกล่ำทอง. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางการแก้ปัญหาของกลุ่มผู้บริโภคบ้านเกาะเกร็ด คือ ผู้ผลิตต้องขายสินค้าในรูปแบบที่เข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง โดยไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าสำคัญต่าง ๆ เป็นครั้งคราว...”

(อุไร มะกล่ำทอง. 2556 : สัมภาษณ์)

4) การส่งเสริมการตลาด ปัญหากลุ่มผู้บริโภคบ้านเกาะเกร็ด พบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีน้อย ทางกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาไม่นิยมนำสินค้าออกไปขายนอกสถานที่

“...การประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผามีน้อยมากทำให้กลุ่มลูกค้าไม่ทราบแหล่งจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผา...”

(อำนวยการ อภัยบริรักษ์. 2556 : สัมภาษณ์)



“...แนวทางการแก้ปัญหา กลุ่มผู้บริโภคบ้านเกาะเกร็ด คือ ให้กลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผา เพิ่มศักยภาพในด้านการประชาสัมพันธ์ หรือติดต่อกลุ่มเครือข่ายของงานเครื่องปั้นดินเผา โดยการ ชักชวนสมาชิกเข้ามาร่วมกิจกรรมดำเนินงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ร่วมกันบ่อย ๆ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าติดผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา...”

(อำนวยการ อภัยปริรักษ์. 2556 : สัมภาษณ์)

2.2 สภาพปัญหาการผลิตเครื่องปั้นดินเผา บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี

การพัฒนาการผลิตเครื่องปั้นดินเผา บ้านสามโคกให้มีคุณค่าและมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น มีปัญหาการผลิตที่สำคัญ ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์และขั้นตอนการผลิต ซึ่งสอดคล้องกันกับกลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มผู้บริโภค ดังนี้

2.2.1 ปัญหาการผลิต

1) ชนิดผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้ผลิตบ้านสามโคกมีปัญหา พบว่าเป็นกลุ่ม หัตถกรรมที่ไม่เข้มแข็งในเรื่องของบทบาทหน้าที่ของตนเองในฐานะผู้ผลิต ต่างก็มีความรู้ประสบการณ์ เกี่ยวกับการทำเครื่องปั้นดินเผาเป็นอย่างดี ซึ่งได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ในช่วงปี พ.ศ. 2530 – 2536 เศรษฐกิจไม่ดี ชาวมอญสามโคกที่ยึดอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผาต่างก็ไปประกอบอาชีพ อย่างอื่น งานด้านหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาจึงสูญหายไปด้วย ดังที่ นายนิคม บางจริง กล่าวว่า

“...ในช่วงนี้เองดินเผาเคลือบผิว น้ำหนักเบาของช่างปั้นจีนได้รับความนิยมจนติดตลาด การค้าแทนตุ่มสามโคก จึงทำให้อาชีพทำเครื่องปั้นดินเผาบ้านสามโคกต่างพากันเลิกกันไปประกอบ กับไม่มีผู้สืบทอดภูมิปัญญา และผู้เฒ่าผู้แก่ก็ได้ล้มหายตายจากกันไปจึงขาดผู้สืบสานตำนานดินเผา สามโคก...”

(นิคม บางจริง. 2556 : สัมภาษณ์)

แนวทางการแก้ปัญหาการผลิต คือ ภาครัฐต้องมีนโยบายสนับสนุนอาชีพ หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาอย่างจริงจังต่อเนื่อง เพื่อไม่ให้อาชีพนี้หายไปจากท้องถิ่น ส่งเสริมการสืบทอดในครัวเรือนและสถานศึกษาและเป็นอาชีพเสริม

2) วัตถุดิบ ทางกลุ่มบ้านสามโคกไม่ค่อยมีปัญหาในด้านวัตถุดิบ ดังที่ประธานกลุ่มกล่าวว่า

“...ผมเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบให้กับทางกลุ่มเครื่องปั้นโดยสั่งซื้อจากแหล่งต่าง ๆ เช่น ปทุมธานี ออยุธยา จัดส่งให้กับสมาชิกทั้งหมด...”

(นิคม บางจริง. 2556 : สัมภาษณ์)

3) เครื่องมืออุปกรณ์ ทางกลุ่มบ้านสามโคก มีปัญหาพบว่า ในเรื่องของการผลิตผ้าไหมและผ้าลายประดับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ไม่มีเครื่องมือในการผลิตผ้าไหมผ้า ผ้าย ดึงที่ นายสมศักดิ์ สนเล็ก กล่าวว่า



“...ผ้าไหมผ้าฝ้ายเราไม่มีเครื่องมือผลิตเอง ลูกค้าสั่งเราไปซื้อที่ตลาดสีฟ้าจึงไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า...”

(สมศักดิ์ สนั่นเล็ก. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางการแก้ปัญหาของกลุ่มบ้านสามโคก คือทางกลุ่มต้องจัดการในเรื่องเครื่องปั่นฝ้ายเพื่อผลิตผ้าไหมผ้าฝ้าย ไว้ใช้ในกลุ่มเอง...”

(แสง ใจจิตร. 2556 : สัมภาษณ์)

4) ปัญหาขั้นตอนการผลิต ทางกลุ่มบ้านสามโคก ไม่มีปัญหาด้านนี้ เนื่องจากว่าประธานกลุ่มวางระบบกระบวนการผลิตไว้อย่างดี

2.3 สภาพปัญหาการจัดการเครื่องปั่นดินเผา ด้าน 4p บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ข้อขัดข้องอุปสรรคในการจัดการเครื่องปั่นดินเผาบ้านสามโคกให้มีมูลค่าเพิ่มสูงพบว่ามีปัญหาในเรื่องของการจัดการ คือ ผลผลิต ราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่กับกลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มผู้บริโภค ดังนี้

2.3.1 ปัญหาด้านกลุ่มผู้ผลิต

1) ผลผลิต ปัญหากลุ่มผู้ผลิตบ้านสามโคก พบว่า ด้านรูปแบบผลผลิต ทางกลุ่มประสบปัญหาอุปสรรคข้อขัดข้องปัญหาด้านสี และลวดลายของผ้า รูปแบบผลผลิตผลิตออกมาไม่เป็นไปตามลูกค้าต้องการ ดังที่ นายนิคม บางจริง กล่าวไว้ว่า

“...ผลผลิตกลุ่มเราใช้วัสดุเสริมตกแต่งที่สำคัญเป็นผ้าไหมหรือฝ้าย แต่ที่นี้ปัญหาที่จะเกิด คือ ลายผ้าและสีผ้าสีไม่ตรงกับที่ลูกค้าสั่งทำ ทำให้งานส่งไม่ทันตามกำหนด...”

(นิคม บางจริง. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางการแก้ปัญหา กลุ่มบ้านสามโคก คือ ด้านผลผลิต ทางกลุ่มได้ติดต่อกับกลุ่มผู้ผลิตทอผ้าไหมมาฝึกสอนในการทอผ้าไหมให้สมาชิกกลุ่มเครื่องปั่น จะทำให้ปัญหาของสีผ้าแบบลวดลายไม่เป็นปัญหาอีกต่อไป...”

(นิคม บางจริง. 2556 : สัมภาษณ์)

2) ราคา ปัญหากลุ่มผู้ผลิตบ้านสามโคก พบว่า ไม่มีการกำหนดราคารมาตรฐานของผลผลิตเครื่องปั่นดินเผา ในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวราคารผลิตเครื่องปั่นดินเผาจะมีราคาแพงกว่าผลผลิตเครื่องปั่นดินเผาในชุมชนที่ไม่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า

“...การกำหนดราคารจำหน่ายผลผลิตเครื่องปั่นดินเผาแต่ละที่ไม่เหมือนกันถ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวสินค้าแพงกว่าที่อื่น ๆ ทั้งที่ผลผลิตรูปแบบเดียวกัน...”

(แสง ใจจิตร. 2556 : สัมภาษณ์)



แนวทางแก้ปัญหา กลุ่มผู้ผลิตบ้านสามโคก คือ ผู้ผลิตจะต้องชี้แจงถึงความจำเป็นในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาให้กับผู้บริโภคทราบถึงการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ ไม่มีการกำหนดที่ตายตัวขึ้นอยู่กับแหล่งจำหน่ายสินค้าและฝีมือในการทำ

(แสง ใจจิตร. 2556 : สัมภาษณ์)

3) สถานที่จำหน่าย ปัญหาจากผู้ผลิตบ้านสามโคก พบว่า สถานที่จัดจำหน่ายจะประสบกับความไม่แน่นอนของตลาดจัดจำหน่าย บางช่วงมีงานที่หน่วยงานราชการจัดให้ออกจำหน่ายบ่อยจนไม่มีสินค้าจะขาย บางช่วงไม่มีการแสดงสินค้าที่หน่วยงานราชการจัดให้ก็มีผลิตภัณฑ์ค้างอยู่จำนวนมากไม่รู้จะนำไปจำหน่ายที่ใด เพราะกลุ่มของตนไม่มีร้านค้าจำหน่ายประจำโดยตรงนอกจากจำหน่ายในพื้นที่จังหวัดจัดสรรให้ ดังที่ นายสมศักดิ์ สนเล็ก กล่าวว่

“...เราอยากได้ตลาดขายประจำที่แน่นอนแต่เราทำไม่ได้ ก็ต้องได้อาศัยจากพัฒนาชุมชนมาช่วยในเรื่องตลาด...”

(สมศักดิ์ สนเล็ก. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางการแก้ปัญหาจากผู้ผลิต คือ สมาชิกทุกคนที่จะช่วยเหลือกันในการแสวงหาช่องทางการตลาดเมื่อมีโอกาสยิ่งเมื่อมีสมาชิกในกลุ่มสามารถหาตลาดรองรับที่แน่นอนได้ ไม่เพียงแต่จะเป็นผลดีต่อการผลิตเครื่องปั้นดินเผาแต่ยังเป็นการสร้างมูลค่าในตัวเองให้แก่สินค้าได้อีกด้วย...”

(สมศักดิ์ สนเล็ก. 2556 : สัมภาษณ์)

4) การส่งเสริมการตลาด ปัญหาจากผู้ผลิตบ้านสามโคก พบว่า กลุ่มผู้ผลิตและผู้เกี่ยวข้องไม่ได้ใช้เครือข่ายในการขับเคลื่อนการจัดการการตลาดและงานพัฒนางานเครื่องปั้นดินเผาในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันในการทำกิจกรรมร่วมกัน โดยส่วนใหญ่จะต่างกลุ่มต่างผลิตตามความรู้ของสมาชิกกลุ่ม และถ่ายทอดภูมิปัญญาการทำเครื่องปั้นดินเผาภายในกลุ่ม ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ว่า

“...กลุ่มผู้ผลิตไม่เห็นความสำคัญของการติดต่อประสานงานระหว่างกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาด้วยกันเอง และองค์กรที่เข้ามาให้การสนับสนุนและพัฒนา...”

(นิคม บางจริง. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางการแก้ปัญหา กลุ่มผู้ผลิตบ้านสามโคก คือ ให้กลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาเพิ่มศักยภาพในด้านการประชาสัมพันธ์ หรือติดต่อกับเครือข่ายของงานเครื่องปั้นดินเผา โดยการชักชวนสมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมดำเนินงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาร่วมกันบ่อย ๆ เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ไปในทางเดียวกัน...”

(นิคม บางจริง. 2556 : สัมภาษณ์)



2.3.2 ปัญหาด้านกลุ่มผู้บริโภค

1) ผลិតภัณฑ์ ปัญหากลุ่มผู้บริโภคบ้านสามโคก พบว่า มีปัญหาด้านสีผ้า และลวดลายของผ้าที่นำมาตกแต่งรูปแบบผลิตภัณฑ์ผลิตออกมาไม่เป็นไปตามที่ต้องการ ดังที่ผู้บริโภคกล่าวว่า

“...เราต้องการผ้าไหมประดับเครื่องปั้นสีสดๆแต่เมื่อผลิตแล้วสีผ้าไม่สดใสตามที่ต้องการ...”

(พัชรภัทร วงศ์จำนงค์. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางการแก้ปัญหา กลุ่มผู้บริโภค คือทางผู้ผลิตต้องชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบเรื่องของสีผ้าที่ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า...”

(พัชรภัทร วงศ์จำนงค์. 2556 : สัมภาษณ์)

2) ราคา ปัญหากลุ่มผู้บริโภค ด้านราคา พบว่า การกำหนดราคาจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาควรใช้วิธีการกำหนดราคาตามคุณภาพของผลิตภัณฑ์

(วัชรรา สุขเสวต. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางการแก้ปัญหา กลุ่มผู้บริโภค คือการกำหนดราคาควรกำหนดราคาตามท้องตลาดทั่วไปลูกค้าอาจจะให้ความสนใจบ้าง...”

(วัชรรา สุขเสวต. 2556 : สัมภาษณ์)

3) สถานที่จำหน่าย ปัญหากลุ่มผู้บริโภค พบว่า เป็นปัญหาทั่ว ๆ ไป คือแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไม่แน่นอน ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ว่า

“...ก็อยากให้มีร้านจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาประจำ เวลามาทาซื้อจะได้ตรงไปที่แหล่งจำหน่าย...”

(ธนพร ลวดลายทอง. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางการแก้ปัญหา กลุ่มผู้บริโภค คือ ให้สมาชิกในกลุ่มทุกคนช่วยเหลือในการแสวงหาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา...”

(ธนพร ลวดลายทอง. 2556 : สัมภาษณ์)

4) การส่งเสริมการตลาด ปัญหากลุ่มผู้บริโภค พบว่า ขาดการประชาสัมพันธ์เช่นเดียวกันกับบ้านเกาะเกร็ด

“...เราเคยได้ยื่นแต่ชื่อตุ่มสามโคก เมืองปทุมมานานแล้วจากการบอกเล่าของผู้ใหญ่ แต่ก็ไม่มีอะไรโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ...”

(สิทธิโชค อามระประดิษฐ์. 2556 : สัมภาษณ์)



“...แนวทางการแก้ปัญหา กลุ่มผู้บริโภค คือใช้ช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้มากขึ้นกว่าเดิม เช่น สื่อแผ่นพับ สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ และสื่อทางอินเทอร์เน็ต และการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ...”

(สิทธิโชค อามระประดิษฐ์. 2556 : สัมภาษณ์)

2.4 สภาพปัญหาการผลิตเครื่องปั้นดินเผา บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์

2.4.1 ปัญหาการผลิต

1) ชนิดผลิตภัณฑ์ กลุ่มบ้านแก่งมีปัญหาพบว่าเยาวชนรุ่นใหม่ไม่สนใจทำอาชีพเครื่องปั้นดินเผาที่พ่อแม่สืบทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น ดังที่นายวีรชาติ ทาทิพย์ กล่าวว่า

“...ภูมิปัญญาในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาบ้านแก่งเป็นในลักษณะมีการเลียนแบบกันไปมาไม่มีใครเป็นเจ้าของ จึงทำให้เยาวชนรุ่นหลังไม่รู้จักภูมิปัญญาของตนเองที่มีค่า...”

(วีรชาติ ทาทิพย์. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางการแก้ปัญหากลุ่มบ้านแก่ง คือ ชุมชนบ้านแก่งต้องพยายามสวดแทรกอบรมสั่งสอนบุตรหลานของตนให้ทราบเกี่ยวกับภูมิปัญญาทำเครื่องปั้นดินเผา มีวิธีการอย่างไรบ้าง และมีความสำคัญอย่างไร...”

(วีรชาติ ทาทิพย์. 2556 : สัมภาษณ์)

2) วัตถุดิบ กลุ่มบ้านแก่งปัญหา พบว่า วัตถุดิบที่สำคัญ คือ วัตถุดิบดินเหนียว บ้านแก่งมีบ่อดินธรรมชาติ กลุ่มผู้ผลิตชุดมาใช้ในงานทำเครื่องปั้นดินเผาได้ ในอนาคตอันใกล้ บ่อดินเหนียวที่กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเคยนำมาใช้ประโยชน์ก็กำลังจะหมดไปจากพื้นที่ ดังที่นางเป้า เลี้ยงสุข กล่าวว่า

“...เวลานี้ดินที่ถูกสต็อกไว้จากการที่ขุดถมที่ดินเพื่อสร้างสำนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง ในขณะที่เดียวกันทางเกษตรต้องการขุดสระ และนำดินไปถมที่เพื่อทำสถานีวิทยุ บีบีซีบ้านแก่ง ทั้งหมดนี้เป็นพื้นที่สาธารณะของบึงเขาดินทั้งสิ้น...”

(เป้า เลี้ยงสุข. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางการแก้ปัญหากลุ่มบ้านแก่ง คือทางกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาต้องเตรียมที่กักเก็บวัตถุดิบดินส่วนตัวเองไว้รอรับดินสำหรับทำเครื่องปั้นดินเผา และทางภาครัฐต้องให้ความร่วมมือกับทางกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเกี่ยวกับการออกเอกสารสิทธิ์ในพื้นที่บึงดินให้ชัดเจน...”

(เป้า เลี้ยงสุข. 2556 : สัมภาษณ์)



3) เครื่องมืออุปกรณ์ กลุ่มบ้านแก่ง ไม่มีปัญหาในเรื่องเครื่องมืออุปกรณ์ในการทำเครื่องปั้นดินเผา

4) ขั้นตอนการผลิต กลุ่มบ้านแก่งมีปัญหาในขั้นตอนการปั้น พบว่าปั้นผลิตภัณฑ์ชิ้นใหญ่ต้องใช้แรงงานที่แข็งแรงหลายคนทำให้การปั้นแต่ละครั้งต้องหยุดรอช่างปั้นที่ชำนาญงานว่างเข้ามาปั้น จึงจะได้เครื่องปั้นออกมาสวยงาม

2.5 สภาพปัญหาด้านการจัดการเครื่องปั้นดินเผา ด้าน 4p บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์

2.5.1 ปัญหาด้านกลุ่มผู้ผลิต

1) ผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้ผลิตบ้านแก่ง พบว่า รูปแบบหรือโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ทางกลุ่มยังขาดความรู้และทักษะเนื่องจากไม่มีเวลาศึกษารูปแบบใหม่และไม่มีครูมาสอนดังที่ นายเลิศศักดิ์ เลี้ยงสุข กล่าวว่

“...การทำเครื่องปั้นดินเผาแบบเดิมๆ เช่นกระถางเหลี่ยม อ่างบัว ทำง่ายเพราะราคาถูกทำเท่าไรก็ไม่พอกับความต้องการของลูกค้า สมาชิกกลุ่มจึงไม่มีเวลาคิดหรือสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ออกมาจำหน่าย...”

(เลิศศักดิ์ เลี้ยงสุข. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางการแก้ปัญหา กลุ่มบ้านแก่ง คือ ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ให้ออกแบบผลิตภัณฑ์แบบใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลายมากกว่าเดิม และมีความทันสมัยตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือพัฒนาสินค้าที่มีอยู่ให้มีคุณภาพมีรูปแบบสามารถเพิ่มมูลค่าได้...”

(เลิศศักดิ์ เลี้ยงสุข. 2556 : สัมภาษณ์)

2) ราคา กลุ่มผู้ผลิตบ้านแก่ง พบว่า ปัญหาการกำหนดราคามาตรฐานผลิตภัณฑ์ไม่สามารถกำหนดได้ เนื่องจากว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไม่เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป นอกจากนี้ในพื้นที่ยังมีการตั้งกลุ่มขึ้นมาใหม่จำนวนมากทำให้กลุ่มไม่มีความเข้มแข็ง และมีการตัดราคาขายผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ตนเอง ผู้ผลิตมีการผลิตแบบเร่งรีบในลักษณะ “รีบผลิต รีบซื้อ รีบขาย” ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูไม่มีราคา ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า

“...ในชุมชนมีผู้ผลิตเกิดขึ้นใหม่หลายราย บางรายผลิตสินค้าออกมาเลียนแบบผลิตภัณฑ์ OTOP หาดาว ไม่มีคุณภาพแต่มาขายในราคาที่ถูกกว่าสินค้ามีมาตรฐานชุมชน จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีใบรับรองมาตรฐานชุมชนเสียราคาไป...”

(เฉลิมศักดิ์ ปาลา. 2556 : สัมภาษณ์)



“...แนวทางการแก้ปัญหา กลุ่มบ้านแก่ง คือ ทางกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาจะต้องมีกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพโดยเริ่มต้นตั้งแต่วัตถุดิบ การคัดเลือกดินที่มีคุณภาพมีลักษณะอย่างไร การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องออกแบบมีความทันสมัยและสามารถนำผลิตภัณฑ์มาใช้ประโยชน์ได้ ส่วนการจัดจำหน่ายมีการออกร้านนอกสถานที่สม่ำเสมอ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าทั่ว ๆ ไปได้รู้จักกับตัวผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น และทางกลุ่มจะต้องทำความเข้าใจกับสมาชิกในกลุ่มอย่างทั่วถึง ถึงความจำเป็นในการปรับตัวการขายสินค้าให้เป็นราคามาตรฐานเดียวกัน สิ่งเหล่านี้ทั้งหมดถึงจะสามารถเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ได้...”

(เฉลิมศักดิ์ ปาลา. 2556 : สัมภาษณ์)

3) สถานที่จำหน่าย กลุ่มผู้ผลิตบ้านแก่งปัญหา พบว่า ทางกลุ่มไม่เน้นขายโดยการนำผลิตภัณฑ์ไปเสนอลูกค้า มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าโดยการเปิดจำหน่ายที่กลุ่มเป็นหลัก ลูกค้าจึงต้องเดินทางเข้ามาหาเอง การเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าในกลุ่มระยะทางไกลไม่สะดวก ทำให้ได้กลุ่มลูกค้าค่อนข้างแคบและเป็นกลุ่มลูกค้าเดิม ๆ ที่อยู่ในเขตพื้นที่หรือภายในจังหวัด การไปออกร้านตามสถานที่ต่าง ๆ ถือว่าน้อยครั้งมาก นอกจากในจังหวัดถ้าต้องมีการออกไปตามจังหวัดต่าง ๆ หรือกรุงเทพฯ ทางผู้จัดงานมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง การออกไปขายนอกพื้นที่ในแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายสูงรายได้ไม่พอกับรายจ่าย ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า

“...การเดินทางไปขายนอกพื้นที่หลายวันไม่พอกับค่าใช้จ่ายเฉพาะค่าใช้จ่ายในการเดินทางก็หมดแล้ว ที่จำหน่ายขายก็ขายได้ไม่เหมือนกับที่เราออกไปหาตลาดเอง อย่างเวลาไปออกงานที่เมืองทอง กรุงเทพฯ ก็ต้องรอให้รัฐออกค่าใช้จ่ายให้ทุกอย่าง และเรานำสินค้าพื้นบ้านไปขายเสริมด้วย ถ้าเราไม่เอาสินค้าไปขายเสริมจะไม่ได้อะไรเลยเราจะสู้ตลาดอื่นเขาไม่ได้...”

(เสริม โมกศักดิ์. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางการแก้ปัญหา กลุ่มผู้ผลิต คือจะต้องมีการวางแผนทางการตลาดและทำความเข้าใจกับสมาชิกในกลุ่มอย่างทั่วถึง ถึงความจำเป็นในการปรับตัวพยายามหาช่องทางใหม่ในการขายสินค้า โดยการออกไปนอกพื้นที่เพื่อหากกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ นอกจากนี้การจัดสินค้าในร้านให้สวยและเป็นระเบียบจะสามารถดึงดูดลูกค้าเข้ามาชมสินค้าของเราได้...”

(เสริม โมกศักดิ์. 2556 : สัมภาษณ์)

4) การส่งเสริมการตลาด กลุ่มผู้ผลิต พบว่า ทางกลุ่มไม่มีการจ้างข่าวสารและจูงใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ รวมทั้งกิจกรรมที่ไปกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ว่า

“...กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาไม่มีการโฆษณาสินค้าและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ทำให้ไม่สามารถรู้ถึงความต้องการของลูกค้าได้...”

(รุ่งโรจน์ เลี้ยงสุข. 2556 : สัมภาษณ์)



“...แนวทางการแก้ปัญหาในกลุ่มผู้ผลิต คือ ทางกลุ่มควรมีช่องทางการจำหน่ายผ่านสื่อต่าง เพื่อให้ผู้บริโภคได้พบเห็นสินค้าได้มากที่สุดเมื่อเป็นที่รู้จักแพร่หลายก็就会有การบอกต่อแบบปากต่อปากก็จะทำให้มีผู้บริโภคเข้ามาโดยตรงมากขึ้น...”

(รุ่งโรจน์ เลี้ยงสุข. 2556 : สัมภาษณ์)

2.5.2 ปัญหาด้านกลุ่มผู้บริโภค

1) ผลผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์และสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภค คือ ปัญหาที่มีความคล้ายกัน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการให้ผู้ผลิตให้มีการปรับเปลี่ยนการผลิตเพื่อให้ทันกับความต้องการของลูกค้าในด้านต่าง ๆ เช่น การผลิตที่รวดเร็วทันกับความต้องการของผู้ใช้หรือผู้บริโภค ผู้บริโภคต้องการให้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชนิดต่าง ๆ ให้มีความทันสมัย เพราะผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ยังเน้นรูปแบบเดิม ๆ ผู้บริโภคต้องการให้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ประเภทของชิ้นเล็กๆ น้ำหนักเบาสะดวกต่อการพกพา และให้ความหลากหลายชนิด ผู้บริโภคซื้อไปเป็นของฝากได้ ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่มีผลทำให้ผู้บริโภคไม่มีทางเลือกในการซื้อ ดังที่จากการสัมภาษณ์ที่ว่า

“...อยากให้มีย่อแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาให้ทันสมัยเข้ากับเหตุการณ์ การออกแบบของผู้ผลิตยังไม่ทันสมัย และอยากให้มีย่อแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบหลากหลายให้เลือก ถ้าระหว่างเครื่องปั้นดินเผาของไทยรวมมัยภาคกลาง ขายรวมกับเครื่องปั้นดินเผาทางภาคเหนือ ผู้บริโภคจะซื้อของภาคเหนือมากกว่าเพราะเขาออกแบบสวย ๆ...”

(จิตาภา โทสูงเนิน. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางการแก้ปัญหาในกลุ่มผู้บริโภค คือ ชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบถึงกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าทำมือ ลูกค้าต้องส่งล่วงหน้า เพื่อให้เวลากลุ่มในการผลิตผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังต้องมีการสำรวจตลาดเพื่อจะได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ผู้บริโภคต้องการ...”

(จิตาภา โทสูงเนิน. 2556 : สัมภาษณ์)

2) ราคา กลุ่มผู้บริโภค พบว่า จะมีความเหมือนกับกลุ่มบ้านเกาะเกร็ด และกลุ่มบ้านสามโคก คือ จะต้องมีการกำหนดราคาตามคุณภาพของผลิตภัณฑ์

“...แนวทางการแก้ปัญหา คือ การกำหนดราคาควรกำหนดราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามราคาตามท้องตลาดทั่วไป...”

(เทพฤทธิ์ คัดใจเดียว. 2556 : สัมภาษณ์)

3) สถานที่จำหน่าย ปัญหากลุ่มผู้บริโภค พบว่า แหล่งจำหน่ายในปัจจุบันมีจุดเดียว คือ ต้องเดินทางเข้าไปในหมู่บ้าน ดังข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ว่า



“...ต้องเดินทางเข้าไปในหมู่บ้านเพื่อซื้อเครื่องปั่นดินเผา บางครั้งต้องเสียเวลาเข้าไปซื้อแต่ไม่ได้ของตามที่ต้องการ...”

(นิตยา พานิชสมัย. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางการแก้ปัญหากลุ่มผู้บริโภค คือ การจำหน่ายเครื่องปั่นดินเผา ต้องเพิ่มการจำหน่ายในหลายรูปแบบ เช่น การขายปลีกหรือขายตรงแก่ลูกค้า ส่งไปจำหน่ายตามร้านค้าต่าง ๆ และตัวแทนจำหน่ายในตัวอำเภอหรือสถานที่ราชการและตลาดในเมือง...”

(นิตยา พานิชสมัย. 2556 : สัมภาษณ์)

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มผู้บริโภคพบว่า ขาดการประชาสัมพันธ์ เช่นเดียวกันกับบ้านเกาะเกร็ดและบ้านสามโคก

“...เคยได้ยินเขาเล่าว่าชาวมอญบ้านแก่งทำเครื่องปั่นดินเผาขายแต่ก็ไม่เห็นลงโฆษณาขายสินค้า...”

(วาสนา แซ่ลี้. 2556 : สัมภาษณ์)

“...แนวทางการแก้ปัญหา คือ เพิ่มช่องทางการสื่อสารให้มากขึ้น...”

(วาสนา แซ่ลี้. 2556 : สัมภาษณ์)



ตาราง 5 สรุปสภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทย
รามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ปัญหา	บ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี	บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์
การพัฒนา ผลิตภัณฑ์	1. ชนิดผลิตภัณฑ์ ปัญหา : ช่างปั้น ช่าง แกะสลักลดลงมีจำกัด นับวันจะเหลือน้อยลง แนวทางการแก้ปัญหา : ส่งเสริมช่างทั้งการศึกษา ดูงาน เข้าอบรมตาม สถานที่ต่าง ๆ และ จัดการความรู้ในกลุ่มใน พื้นที่	1. ชนิดผลิตภัณฑ์ ปัญหา : เกิดภัย ธรรมชาติบ่อยครั้งทำให้ ชุมชนเปลี่ยน เปลี่ยนแปลงการ ประกอบอาชีพ อย่างอื่น แนวทางการแก้ปัญหา : ภาครัฐให้ความร่วมมือ กับชุมชนช่วยกัน สนับสนุนให้อาชีพทำ เครื่องปั้น ดินเผาอยู่ต่อไป	1. ชนิดผลิตภัณฑ์ ปัญหา : เยาวชนรุ่นใหม่ สนใจทำอาชีพ เครื่องปั้นดินเผาน้อย แนวทางการแก้ปัญหา : ครอบครัวสนับสนุนให้ ลูกหลานเข้าใจถึงการทำ อาชีพ ศิลปะ วัฒนธรรม และการประกอบอาชีพ ด้านเครื่องปั้นดินเผา
	2. วัตถุดิบ ปัญหา : ค่าใช้จ่ายในการ ขนส่งสูง แนวทางการแก้ปัญหา : สั่งซื้อดินสำเร็จรูปใน จำนวนที่ใช้เฉพาะงาน เท่านั้น ผลิตดินผสมเอง	2. วัตถุดิบ ไม่มีปัญหาในเรื่องของ วัตถุดิบ เนื่องจากอยู่ใน แหล่งวัตถุดิบ	2. วัตถุดิบ ปัญหา : แหล่งวัตถุดิบ เหลือน้อย กำลังจะหมด ในอนาคตอันใกล้นี้ ทาง ราชการก่อสร้างอาคาร บนพื้นที่นี้ แนวทางการแก้ปัญหา : กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา เตรียมพื้นที่ไว้สำหรับกัก เก็บดินไว้เป็นของตัวเอง



ตาราง 5 (ต่อ)

ปัญหา	บ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี	บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์
การพัฒนา ผลิตภัณฑ์	3. เครื่องมืออุปกรณ์ ปัญหา : เครื่องมือ อุปกรณ์ในการแกะสลัก ไม่ได้มาตรฐาน	3. เครื่องมืออุปกรณ์ ปัญหา: ทางกลุ่มผู้ผลิต ไม่มีเครื่องมือทอผ้าไหม ผ้าฝ้าย แนวทางการแก้ปัญหา : ทางกลุ่มจัดซื้อเครื่องมือ ทอผ้ามาใช้ในการงาน เครื่องปั่นดินเผา	3. เครื่องมืออุปกรณ์ ทางกลุ่มผู้ผลิตไม่มีปัญหา ในด้านเครื่องมืออุปกรณ์ การผลิต
	4. ขั้นตอนการผลิตปัญหา : ในเรื่องของการปั่น และการเผาเครื่องปั้น แนวทางการแก้ปัญหา : จัดช่างที่มีความชำนาญ ในการปั้นและผู้มีความ ชำนาญในการเผาเตา เครื่องปั้น	4. ขั้นตอนการผลิต กลุ่มบ้านสามโคกไม่มี ปัญหาในด้านนี้ เนื่องจากว่าทางประธาน กลุ่มมีระบบในขั้นตอน การผลิตที่ดี	4. ขั้นตอนการผลิต ปัญหา : ในขั้นตอนการ ปั่น เครื่องปั่นชิ้นใหญ่ๆ ต้องเสียเวลาในการปั่น
การจัดการ 4p	1. ผลิตภัณฑ์ ปัญหา : รูปผลิตภัณฑ์ เน้นรูปแบบใช้สอยแบบ ดั้งเดิมไม่สร้างสรรค์คุณค่า และคุณภาพต่อเนื่อง แนวทางการแก้ปัญหา : ส่งเสริมให้มีการพัฒนา ทักษะฝีมือช่างต่อเนื่อง ผลิตผลิตภัณฑ์ เอนกประสงค์ตามความ ต้องการของตลาด	1. ผลิตภัณฑ์ ปัญหา : สีและลวดลาย ผลิตภัณฑ์ไม่ตรงตามที่ ลูกค้าต้องการ แนวทางการแก้ปัญหา : จัดการฝึกอบรมเรียนรู้ใน กลุ่มผลิตของที่ระลึกมาก ขึ้น ทอผ้าประกอบการ ผลิตเองให้สมาชิกในกลุ่ม ผู้ผลิต	1. ผลิตภัณฑ์ ปัญหา : รูปแบบไม่ แปลกใหม่ ไม่มีเวลา ศึกษาสร้างสรรค์แบบใหม่ ๆ แนวทางการแก้ปัญหา : พัฒนาสินค้าที่มีอยู่ให้มี คุณภาพมีรูปแบบที่ สามารถเพิ่มมูลค่าได้



ตาราง 5 (ต่อ)

ปัญหา	บ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี	บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์
การจัดการ 4p	2. ราคา ปัญหา : ราคาแพงและแตกต่างกันตามความยากง่ายของชิ้นงานแนว ทางการแก้ปัญหา : ควรกำหนดตามราคาทุนและคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ควบคุมมาตรฐานราคาขั้นต่ำและร่วมกำหนดราคา	2. ราคา ปัญหา : ไม่มีการกำหนดราคาที่เป็นมาตรฐาน แนวทางการแก้ปัญหา : ผู้ผลิตต้องชี้แจงถึงความจำเป็นในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ ใช้คุณค่าเป็นฐานกำหนดราคา	2. ราคา ปัญหา : ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถ ตั้งราคาให้เป็นราคามาตรฐานได้ แนวทางการแก้ปัญหา : ต้องมีกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบที่ดี
	3. สถานที่จำหน่าย ปัญหา : ไม่มีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผาที่แน่นอนและไม่มากพอ แนวทางการแก้ปัญหา : ต้องมีการวางแผนการตลาดและหาช่องทางใหม่ ๆ ในการขาย	3. สถานที่จำหน่าย ปัญหา : เหมือนกับบ้านเกาะเกร็ดไม่มีสถานที่จำหน่ายที่แน่นอน แนวทางการแก้ปัญหา : ให้สมาชิกทุกคนให้ความร่วมมือช่วยกันเสาะแสวงหาตลาด	3. สถานที่จำหน่าย ปัญหา : กลุ่มไม่แนะนำเสนอผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า แนวทางการแก้ปัญหา : ปรับตัวหาช่องทางใหม่ ตลาดใหม่ทั้งในและต่างประเทศในจำหน่าย

โดยสรุป สภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์แนวทางการพัฒนาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง ทั้ง 3 กลุ่ม นั้น มีปัญหาใหญ่ 2 ด้าน คือ ปัญหาด้านการผลิต ประกอบด้วย ชนิดผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์และขั้นตอนการผลิต และปัญหาการจัดการ 4p ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ทั้ง 3 กลุ่มมีปัญหาที่มีความเหมือนกันคือ ปัญหาผลิตภัณฑ์มีปัญหารูปแบบ ปัญหาด้านวัตถุดิบมี ปัญหา 2 พื้นที่ คือบ้านเกาะเกร็ดและบ้านแก่ง ส่วนบ้านสามโคกไม่มีปัญหา ด้านปัญหาการจัดการ ทั้ง 3 กลุ่ม ไม่มีระบบการจัดการที่ดี คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย การส่งเสริมการตลาด แนวทางการแก้ไข คือ รูปแบบใช้ฐานแบบดั้งเดิมเอนกประสงค์ กำหนดราคาจากศิลปะและคุณค่าทางวัฒนธรรมสร้างและพัฒนารายการทั้งในและนอกพื้นที่ใช้เทคนิคการขายทางวัฒนธรรมให้ครบวงจร บูรณาการทั้งการผลิตและการจำหน่าย ผู้ผลิตต้องพัฒนาด้านทักษะมากขึ้น ส่วนด้านผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ให้ทันกับความต้องการของลูกค้า ราคาเป็นธรรม เน้นคุณค่า ควบคุมคุณภาพ พัฒนาเป็นอาชีพ สร้างรายได้และต่อเนื่อง



ตอนที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ผู้วิจัยนำข้อมูลแนวทางการพัฒนาจากตอนที่ 2 ในการจัดสนทนากลุ่มและคัดสรรผลิตภัณฑ์เพื่อการพัฒนาและดำเนินการจัดการให้บังเกิดผลตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยพิจารณาแยกเป็นรายพื้นที่ กำหนดความต้องการร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การคัดสรรผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างคุณค่า มูลค่าและรายได้ และการจัดการด้าน 4p ผลิตภัณฑ์ ประชุมปฏิบัติการสร้างข้อสรุปเกี่ยวกับการผลิตและการจัดการ แบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น รายละเอียดจำแนกตามพื้นที่ ดังต่อไปนี้

1.1 สำนวนความต้องการของกลุ่มผู้ผลิต บ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ปัจจุบันกลุ่มผู้ผลิตผลิตเครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ดผลิตสินค้าออกจำหน่าย 2 ประเภท คือ ประเภทของใช้สวยงามตกแต่งบ้าน เช่น โอ่งน้ำทรงสูงใส่ลายประจำจังหวัดนนทบุรี หม้อน้ำรูปตัวหงส์แกะลายฉลุลายเครือเถาโปร่ง โคมไฟดินเผาแกะสลักลายไทย เครื่องปั้นดินเผาชั้นน้ำพานรองแกะสลักลายบัวคว่ำบัวหงาย โคมไฟหม้อน้ำทรงโอ่งทรงสูงแกะสลักลายบัวคว่ำบัวหงาย หม้อน้ำทรงลูกฟักทอง และประเภทของที่ระลึก เช่น กระปุกใส่เครื่องหอมกายาลายบัวคว่ำบัวหงาย กระปุกฉลุลายฟันปลา ฝากระปุกแกะลายเครือเถา โคมเทียนหรือเชิงเทียนดินเผา และชุดแก้วกาแฟพร้อมฝาแกะสลักลายบัวคว่ำบัวหงาย แต่เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันทางการตลาดค่อนข้างสูงทางกลุ่มจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลาย และเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

“...ผมไปเที่ยวประเทศเพื่อนบ้านมา ชื่อของที่ระลึกเกี่ยวกับประวัติศาสตร์บ้านเมือง เขากลับมาบ้านเราไว้เป็นที่ระลึก เกาะเกร็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รู้จักกันมากทางด้านวัฒนธรรม ชาวมอญ น่าจะทำของที่ระลึกออกขายบ้างนะ ที่นี้ยังไม่มีใครผลิตเครื่องปั้นดินเผาชิ้นเล็ก ๆ เป็นของที่ระลึก ผมว่าน่าจะลองผลิตดูขายได้แน่ ๆ...”

(สุรัตน์ บัวหิรัญ. 2556 : สัมภาษณ์)

1.2 สำนวน ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค บ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

จากการสังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภค สัมภาษณ์และสนทนากลุ่มสามารถวิเคราะห์ความต้องการกลุ่มผู้บริโภคในด้านความต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา พบว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ขนาดเล็ก ๆ เหมาะกับการซื้อเป็นของฝากเพื่อนฝูงญาติมิตร ในปัจจุบันนี้ทางกลุ่มผู้ผลิตผลิตเครื่องปั้นดินเผาชิ้นใหญ่ ๆ น้ำหนักมาก รูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่ทันสมัย และไม่เหมาะต่อการซื้อกลับไปเป็นของฝาก ซึ่งมีผลทำให้ผู้บริโภคไม่มีทางเลือก



“...พวกเราเป็นชาวจังหวัดเชียงใหม่มาเที่ยวเกาะเกร็ดอยากจะซื้อของไปฝากเพื่อนฝูง แต่เครื่องปั้นดินเผามีแต่ชิ้นใหญ่ๆ น้ำหนักมาก ราคาแพง ไม่เหมาะต่อการซื้อกลับ ผมอยากให้เกาะเกร็ดผลิตงานเครื่องปั้นดินเผาชิ้นเล็ก ๆ ออกวางขายบ้าง...”

(แก้วฟ้า จุฑาทิพย์. 2556 : สัมภาษณ์)

จากการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคและผู้ผลิตบ้านเกาะเกร็ด พบว่าโดยส่วนใหญ่ทั้ง 2 กลุ่มมีความต้องการที่เหมือนกันและแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้ผลิตต้องการผลิตเครื่องปั้นดินเผาประเภทของที่ระลึกซึ่งทางกลุ่มไม่เคยผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มาก่อน เช่น โคมไฟดินเผา นาฬิกาดินเผา แผ่นทับกระดาดดินเผา พวงกุญแจดินเผา และแจกันดินเผา ส่วนกลุ่มผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าขนาดเล็กๆ สะดวกต่อการซื้อเป็นของฝาก ร่วมคัดสรรผลิตภัณฑ์เพื่อการออกแบบและการผลิต

1.3 การคัดสรรผลิตภัณฑ์ บ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ผลการสนทนากลุ่ม กลุ่มผู้ผลิตบ้านเกาะเกร็ดต้องการผลิตภัณฑ์ 2 ประเภท คือ ประเภทตกแต่งสวยงาม ได้แก่ โคมไฟดินเผา นาฬิกาดินเผา และแจกันดินเผา ส่วนประเภทของที่ระลึก ได้แก่ แผ่นทับกระดาดและพวงกุญแจ ส่วนผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาขนาดเล็ก ๆ สะดวกต่อการซื้อเป็นของฝาก ร่วมคัดสรรผลิตภัณฑ์เพื่อการออกแบบและการผลิต 5 ชนิดตามลำดับคือผลิตภัณฑ์โคมไฟดินเผา ผลิตภัณฑ์นาฬิกา ผลิตภัณฑ์แจกัน แผ่นทับกระดาด และพวงกุญแจดินเผา

1.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการผู้ผลิตและผู้บริโภค บ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

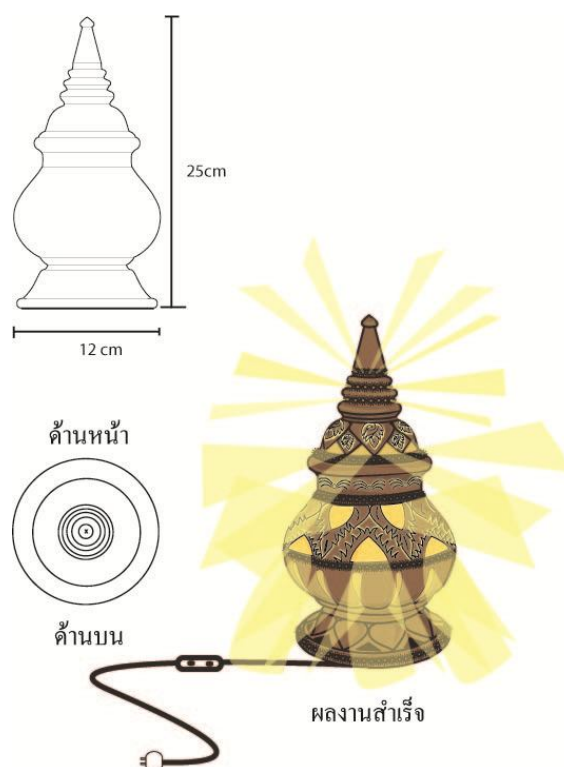
นำผลิตภัณฑ์คัดสรรที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและผู้ผลิต มารวมความคิด ความต้องการร่วมเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ ให้ผู้บริโภคและผู้ผลิตได้เห็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท โดยใช้หลักการการออกแบบ ซึ่งคำนึงถึงประโยชน์ในการใช้สอย ความสะดวกสบายในการใช้ความสวยงาม และความเป็นสมัยนิยม แล้วจึงมาทำการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เหล่านั้น ออกมาจนเหลือผลิตภัณฑ์ละ 1 ชนิด และเมื่อได้แบบที่คัดเลือกออกมาแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการนำผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่กลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม ได้คัดเลือก และนำมาผลิตและหาวัสดุที่สามารถเสริมเติมแต่งให้เข้ากันกับดิน นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์คัดสรรตัวแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์เหล่านั้นให้มีความเป็นสมัยนิยม แต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นไว้ ผู้วิจัยจึงดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบ้านเกาะเกร็ด เพื่อสะท้อนถึงภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดกันมา จากบรรพบุรุษจนถึงปัจจุบัน และมีการสานต่อจากการทำเครื่องปั้นดินเผาเพื่อใช้ในครัวเรือน มาเป็นเชิงธุรกิจเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน และยังคงรักษาสืบทอดความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น จากความต้องการของผู้ผลิต และผู้บริโภค สรุปได้ว่าทั้ง 2 กลุ่มต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึก เช่น โคมไฟ นาฬิกา แผ่นทับกระดาด แจกัน และพวงกุญแจ ผู้วิจัยจึงได้ร่างแบบผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 5 ชนิด โดยผู้วิจัยได้ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ อาจารย์พัชรินทร์ อนุวัชรประยูร วิทยาลัยช่างศิลป์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ในเรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ถูกต้องสวยงาม และตรงกับหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์แล้วจึงนำไปคัดเลือกจากผู้บริโภค จำนวน 10 คน และผู้ผลิต จำนวน 6 คน



โดยคัดเลือกให้เหลือผลิตภัณฑ์ 1 ชนิด เพื่อนำไปทำเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบนั้น ๆ ขึ้นมา โดยได้รูปแบบผลิตภัณฑ์และผลการคัดเลือก ดังนี้

ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาสร้างสรรค์และออกแบบ ประเพณีตกแต่งสวยงาม ประกอบด้วย

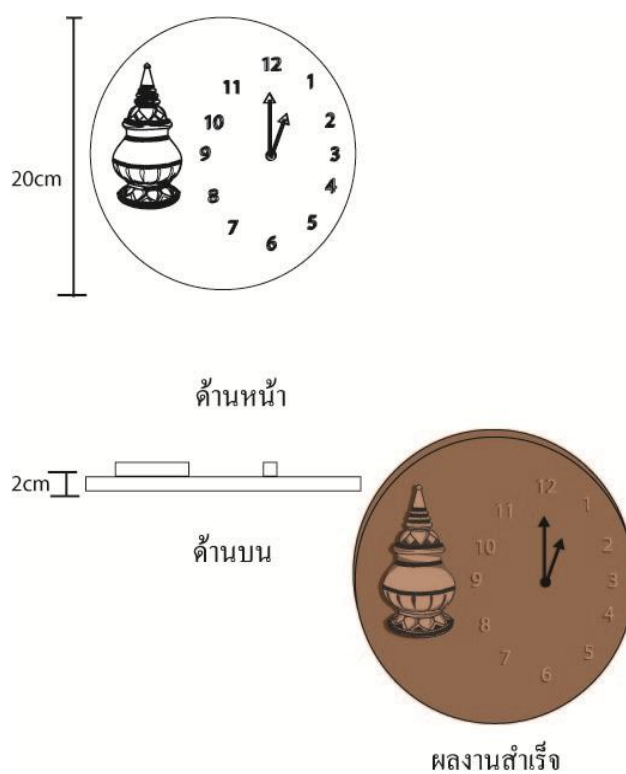
1) ผลิตภัณฑ์โคมไฟดินเผา เนื่องจากกลุ่มผู้ผลิตต้องการโคมไฟแบบเรียบง่าย ใช้ประโยชน์ในการตกแต่งบ้าน สถานที่ให้สวยงาม สามารถผลิตเองได้ จึงต้องการโคมไฟขนาดเล็ก ๆ เหมาะสำหรับเป็นของฝาก ที่สามารถจำหน่ายออกได้อย่างรวดเร็ว ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟดินเผาขนาดเล็ก แบบเรียบง่าย ดังภาพประกอบดังนี้



ภาพประกอบ 79 แบบร่างผลิตภัณฑ์โคมไฟดินเผา

2) ผลิตภัณฑ์นาฬิกา

นาฬิกาดินเผาเป็นผลิตภัณฑ์ ออกแบบและผลิตด้วยดินทั้งหมด ตกแต่งด้วยหมอน้ำลายจิตรกรรมกลมปั้นตัวนูนภายในตัววงกลมรูปนาฬิกา ส่วนตัวเลขปั้นตัวนูน และเข็มนาฬิกาทำด้วยอลูมิเนียม มีความเรียบง่าย น้ำหนักเบา ขนาดของนาฬิกา ความกว้าง 20 เซนติเมตร ความหนา 2 เซนติเมตร จำหน่ายได้ดี ดังภาพประกอบ ดังนี้



ภาพประกอบ 80 แบบร่างผลิตภัณฑ์นาฬิกา

3) ผลิตภัณฑ์แจกัน

แจกันดินเผา ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบ้านเกาะเกร็ดมีความเรียบง่ายขนาดเล็ก ทำจากดินมีรูปหม้อน้ำลายวิจิตรทรงกลมเป็นรูปตัวนูนติดอยู่ด้านหน้าแจกันสะดวกต่อการนำไปเป็นของฝาก สามารถจำหน่ายออกได้อย่างรวดเร็ว ขนาดของแจกัน ความสูง 20 เซนติเมตร ฐานแจกันมีความกว้าง 7 เซนติเมตร ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบแจกันดินเผา ดังภาพประกอบ 81

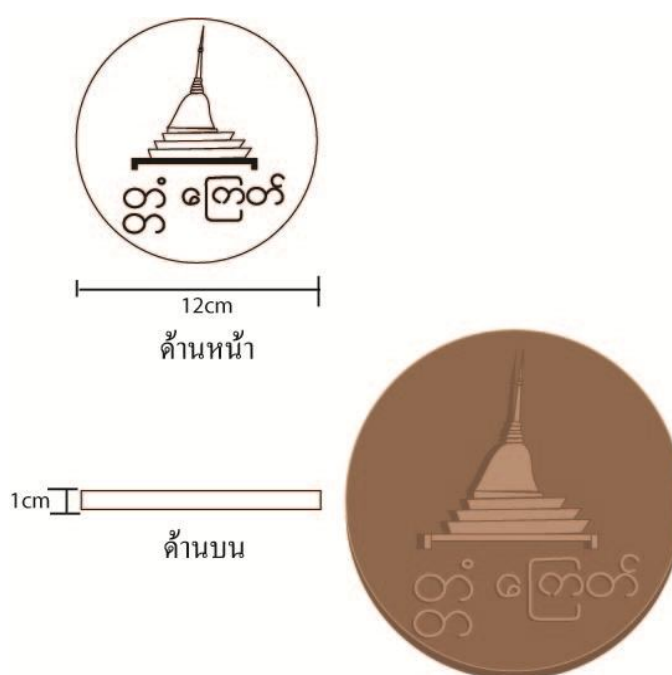


ภาพประกอบ 81 แบบร่างผลิตภัณฑ์ แจกัน

ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทของใช้ที่ระลึก บ้านเกาะเกร็ด

4) แผ่นทับกระดาซ

แผ่นทับกระดาซดินเผาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบและผลิตด้วยดินทั้งหมด ในแผ่นวงกลมดินเผา ปั้นภาพตัวนูนเป็นภาพเจดีย์มูเตาเอียงตั้งกลางน้ำ ด้านหน้าฐานเจดีย์พื้นล่าง เขียนอักษรมอญคำว่า “มอญเกาะเกร็ด” ขนาดความกว้างของแผ่นวงกลม กว้าง 12 เซนติเมตร ความหนาของวงกลม มีความหนา 1 เซนติเมตร ทางกลุ่มเกาะเกร็ดต้องการแผ่นทับกระดาซเพื่อต้องการนำไปเสนอจำหน่ายแก่นักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบร่างแผ่นทับกระดาซดินเผา ดังภาพประกอบ 82



ภาพประกอบ 82 แบบร่างผลิตภัณฑ์แผ่นทับกระดาดินเผา

5) ผลิตภัณฑ์พวงกุญแจดินเผา

พวงกุญแจดินเผา เป็นผลิตภัณฑ์พวงกุญแจรูปหม้อน้ำลายวิจิตรทรงกลม ทำมาจากดิน ห่วงคล้องกุญแจทำจากวัสดุเสริม ปริ๊เมียม ตรงกลางหม้อน้ำเขียนคำว่า “เกาะเกร็ด” ขนาดของพวงกุญแจ ความยาวของรูปหม้อน้ำลายวิจิตร สูง 5.5 เซนติเมตร ฐานกว้าง 2 เซนติเมตร พวงกุญแจดินเผาของที่ระลึกที่มีความเรียบง่ายสามารถจำหน่ายออกได้อย่างรวดเร็ว ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบดังภาพประกอบ 83





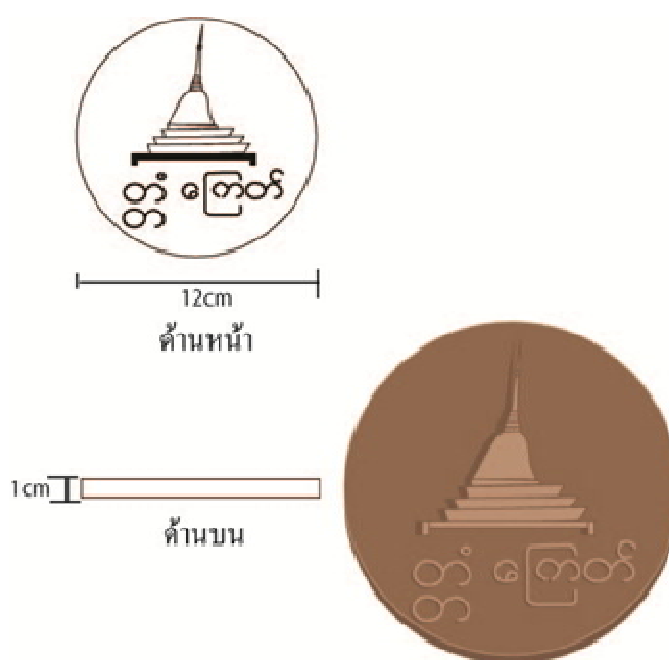
ภาพประกอบ 83 แบบร่างผลิตภัณฑ์พวงกุญแจดินเผา

1.5 ผลการคัดเลือกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ผลิตและผู้บริโภค บ้านเกาะเกร็ด

ในขั้นตอนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาจากภาพแบบร่าง 5 ชนิด 2 ประเภท คือ ประเภทตกแต่งสวยงามและประเภทของที่ระลึกของใช้ ผู้บริโภค จำนวน 10 คน ผู้ผลิตจำนวน 3 คน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ 1 ชนิด นำไปผลิตเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ ผลปรากฏการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ของบ้านเกาะเกร็ด คือ ผลิตภัณฑ์แผ่นทับกระดาดดินเผา ได้ถูกคัดเลือกจากผู้บริโภคและผู้ผลิตมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า แปรกต่าง แผ่นทับกระดาดดินเผา รูปวงกลม ภายในวงกลมตรงกลางมีภาพเจดีย์มูเตาเอียงตั้งกลางแม่น้ำเจ้าพระยา ลักษณะเป็นภาพหุ่นดำ บริเวณภายในวงกลมชั้นในแกะสลักด้วยลวดลายไทย และมีตัวอักษรภาษามอญคำว่า “มอญเกาะเกร็ด” อยู่ภายในวงกลมด้านหน้าล่างฐานเจดีย์มูเตา

สรุป ความต้องการของผู้ผลิตและความต้องการของผู้บริโภค พบว่าโดยส่วนใหญ่ ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีความต้องการที่เหมือนกันและแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้ผลิต ต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึก น้ำหนักเบา และกลุ่มผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์ชนิดน้ำหนักเบา ขึ้นเล็กน้อย สะดวกต่อการซื้อหาเป็นของฝาก ผลปรากฏว่าทั้ง 2 กลุ่ม ต้องการผลิตภัณฑ์แผ่นทับกระดาดมีลักษณะเป็นแผ่นดินเผากลมๆภายในวงกลมตรงกลางมีภาพเจดีย์มูเตาเอียงตั้งกลางแม่น้ำเจ้าพระยา ลักษณะเป็นภาพหุ่นดำ บริเวณภายในวงกลมชั้นในสลักด้วยลวดลายไทย และมีตัวอักษรภาษามอญคำว่า “มอญเกาะเกร็ด” อยู่ภายในวงกลมด้านหน้าล่างฐานเจดีย์มูเตา





ภาพประกอบ 84 ผลิตภัณฑ์แบบร่างแผ่นทับกระดาซ ที่ถูกคัดสรรมากที่สุดบ้านเกาะเกร็ด

1.6 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ บ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ในขั้นพัฒนา ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากกลุ่มผู้ผลิตบ้านเกาะเกร็ดร่วมรับผิดชอบในการผลิต เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดทั้ง 2 ประเภท 5 ชนิด ได้นำมาพัฒนา โดยใช้หลักการออกแบบและความต้องการร่วมของผู้ผลิตและผู้บริโภคยึดประโยชน์ใช้สอย สวยงาม ความสะดวกในการพกพาและที่สำคัญยังคงความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นเอาไว้ คือ ผลิตภัณฑ์ทำด้วยดินเป็นงานทำด้วยมือทั้งหมด ผลิตภัณฑ์มีลักษณะพิเศษเป็นดินเผาประเภทไม่เคลือบ (Earthen Ware) ผิวดินเนียนเรียบแกะสลักลวดลายวิจิตรสวยงามบนภาชนะเครื่องปั้นดินเผา เนื้อดินเมื่อเผาแล้วมีสีส้มอมแดง สีสดใส หาวัสตุที่สามารถมาเสริมเติมแต่งให้เข้ากันกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาและตรงกับเป็นสมัยนิยม นอกจากนี้ กลุ่มยังมีตราสัญลักษณ์ของกลุ่มที่จะแสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น จัดทำเป็นป้ายติดกล่องบรรจุภัณฑ์ ซึ่งการออกแบบครั้งนี้ได้ค้นหาค้นหาและศึกษาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นจากหนังสือและสอบถามพูดคุยกับสมาชิกในกลุ่มถึงที่มาและจึงนำมาออกแบบโดยใช้ทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์เข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่ง นำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในด้าน คุณค่า มูลค่าและรายได้ของกลุ่มบ้านเกาะเกร็ด



ภาพประกอบ 85 กล่องบรรจุภัณฑ์ พร้อมตราสัญลักษณ์ บ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนครพนม

ด้านคุณค่า ตราสัญลักษณ์เป็นรูปหม้อน้ำทรงกลมลายวิจิตรด้านนอกของหม้อน้ำ ผู้วิจัยได้เพิ่มภาพเจดีย์ มุเตาเตาลงไปบนตัวหม้อน้ำทรงกลมลายวิจิตร และคำว่า Pottery Kohkret เป็นอักษรภาษาอังกฤษลงไปได้หม้อน้ำ ซึ่งเป็นการเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์* ทางกลุ่มได้เห็นและกล่าวว่า แบบสวยดีเป็นการบ่งบอกและตอกย้ำให้ลูกค้าได้รู้จักผลิตภัณฑ์ของเกาะเกร็ดมากขึ้น พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นได้อย่างดี จากที่กล่าวมาข้างต้น เมื่อผู้วิจัยได้ทำการผลิตผลิตภัณฑ์ออกมาและออกแบบตราสัญลักษณ์พร้อมกล่องบรรจุภัณฑ์เพื่อบ่งบอกถึงความเป็นชุมชนท้องถิ่นของบ้านเกาะเกร็ด ในด้านคุณค่าทางจิตใจของชุมชนซึ่งมีภาพเจดีย์มุเตาเป็นที่ยึดถือของชาวมอญเกาะเกร็ด ผู้วิจัยจึงได้นำผลิตภัณฑ์ทั้งหมดและแบบตราสัญลักษณ์มาจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ กลุ่มบ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์ ในครั้งนี้ได้มีผู้เข้าร่วมประชุมจากกลุ่มผู้ผลิต 3 ชุมชน เจ้าหน้าที่ของรัฐ และผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา 3 ชุมชน จำนวน 25 คน เพื่อนำผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จมานำเสนอ และอธิบายถึงขั้นตอนการผลิตตั้งแต่แรกไปจนถึงการออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งทางกลุ่มได้มีการสนใจในตัวผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากการที่ทางกลุ่มได้มีการเข้ามาดูแล สัมผัสในตัวผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดได้มีการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ



ภาพประกอบ 86 การประชุมเชิงปฏิบัติการ บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์

ด้านมูลค่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบ้านเกาะเกร็ด ทั้งหมด 5 ชนิด คือ โคมไฟดินเผา นาฬิกาดินเผา แผ่นทับกระดาดดินเผา พวงกุญแจดินเผา แจกันรูปทรงหม้อน้ำลายวิจิตร และตราสัญลักษณ์บ้านเกาะเกร็ด ซึ่งในการออกแบบผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ชนิดนี้ ได้มาจากการประชุมเชิงปฏิบัติการของกลุ่ม และในครั้งนี้องค์กรได้นำผลิตภัณฑ์ที่ถูกคัดเลือกมากที่สุดพร้อมทั้งตราสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นบ้านเกาะเกร็ด มานำเสนอ ผู้วิจัยได้คำนึงถึงความสวยงาม โดยใช้หลักของทฤษฎีสุนทรียศาสตร์เข้ามาเกี่ยวข้องและยังคำนึงถึงรูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความเป็นสมัยนิยมแต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ที่ถูกคัดเลือกมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์แผ่นทับกระดาด มีลักษณะเป็นภาพเจดีย์มูเตาเอียงกลางน้ำ พร้อมเขียนอักษรมอญคำว่า “มอญเกาะเกร็ด” อยู่ภายในแผ่นวงกลม ซึ่งแนวทางการออกแบบดังกล่าวประกอบด้วย รูปทรงลักษณะลายเส้นนูนต่ำ ใช้สีอะคริลิคตกแต่งเพิ่มความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับสภาพความเป็นไปของสังคม ราคาเหมาะสมกับกำลังซื้อของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ซื้อหรือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ซึ่งกลุ่มลูกค้าของผู้ผลิตส่วนใหญ่ คือนักท่องเที่ยวและนักเรียนนิสิตนักศึกษาทั่วไป จึงถือได้ว่าลูกค้าเป็นกลุ่มเป้าหมายระดับล่าง (Low cast) ฉะนั้นการออกแบบและการผลิตจึงเน้นไปที่ การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ด้วยระบบที่ดีที่สุดแต่มีต้นทุนต่ำที่สุด ไม่ใช่ผลิตสินค้าราคาถูกแต่เป็นราคาที่สมเหตุสมผล (วัชรินทร์ จรุงจิตรสุนทร. 2548 : 56) จึงได้ผลิตภัณฑ์ออกมา ผู้วิจัยมีแรงบันดาลใจมาจากการ ที่ผู้วิจัยได้ไปลงภาคสนามที่ประเทศเขมรและประเทศลาว ทางกลุ่มชุมชนต่างๆ ของประเทศเพื่อนบ้าน ได้ทำสินค้าออกมาในประเภทของที่ระลึกตั้งโชว์ หรือที่ทับกระดาดเป็นสัญลักษณ์ท้องถิ่นตัวเองทั้งหมด ผู้วิจัยจึงได้คิดถึงท้องถิ่นบ้านเกาะเกร็ด มีผลิตภัณฑ์ประเภทอะไรบ้างที่ผู้มาเที่ยวสะดวกต่อการซื้อกลับไปเป็นของที่ระลึกได้ ที่ทางท้องถิ่นยังไม่เคยผลิตออกมา ผู้วิจัยได้นำประสบการณ์ที่พบมานำมาร่วมปรึกษากับกลุ่มผู้ผลิตถึงเรื่องนี้ จึงได้ทำผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ออกมา

จากการที่ผู้วิจัยได้นำเสนอกับกลุ่มถึงกระบวนการขั้นตอนการทำตั้งแต่แรกไปจนถึงกระบวนการขั้นตอนสุดท้ายคือการได้ผลิตภัณฑ์ออกมาทางกลุ่มจึงได้ร่วมกันวิพากษ์วิจารณ์ และเสนอแนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แผ่นทับกระดาดินเผาตามหัวข้อที่ผู้วิจัยเสนอได้แก่ ความสัมพันธ์ของวัสดุความสัมพันธ์ของสี การออกแบบ รูปแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มลูกค้า ได้ข้อสรุปว่า ด้านการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับมีความสวยงามเป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจมากที่สุด ตัวเจดีย์ใช้สีอะคริลิกสีขาว สีแดงระบายฐานบนเจดีย์ ภายในวงกลมชั้นในแกะลายเส้นในลักษณะเส้นนูน ต่ำ ล้อมรอบเจดีย์ มุเตาเอียงอยู่กลางน้ำ ดูเห็นเด่นชัดยิ่งขึ้น ด้านราคากำหนดจากต้นทุน ประโยชน์คุณค่าได้ข้อสรุปราคาที่ราคา 99 บาท เพราะเป็นงานทำมือล้วนๆ กลุ่มลูกค้า ยอมรับว่าตรงใจและขายได้แน่นอน โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวและลูกค้าทั่วไป เพราะราคาไม่แพง พอสมเหตุผลสามารถซื้อได้ นอกจากนั้นกลุ่มผู้ผลิตมีความพอใจในตัวผลิตภัณฑ์มากเพราะทางกลุ่มยังไม่เคยผลิตผลิตภัณฑ์แผ่นทับกระดาดินเผาออกมาจำหน่าย



ภาพประกอบ 87 รูปแบบผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์แผ่นทับกระดาด
ผลงานสำเร็จพร้อมจำหน่าย บ้านเกาะเกร็ด

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ปัจจุบันบ้านสามโคกมีผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทตกแต่งสถานที่ เช่น แจกันประดับผ้าไหม เครื่องปั้นดินเผาตกแต่งตู้ปลา และเครื่องปั้นดินเผาประเภทของใช้ เช่น กระถางต้นไม้หลากหลายรูปแบบ แต่เนื่องจากทางกลุ่มผู้ผลิตประสบปัญหาภัยธรรมชาติบ่อยครั้ง และสมาชิกของกลุ่มขาดการผลิตเครื่องปั้นดินเผามานาน ทำให้กลุ่มขาดความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ทางกลุ่มจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค



2.1 สำนวนความต้องการของกลุ่มผู้ผลิต บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี

จากการสำรวจกลุ่มผู้ผลิต โดยวิธีการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม จำนวน 6 คน พบว่า ทางกลุ่มมีความต้องการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาตกแต่งประดับบ้านในหลายหลายรูปแบบที่มีความทันสมัย และ เครื่องปั้นดินเผาประเภทของใช้ชิ้นงานขนาดเล็กๆ สะดวกต่อการซื้อกลับบ้าน เช่น โคมไฟ ที่รองแก้วน้ำ แจกันดอกบัว ชุดเซทสปา และจานอเนกประสงค์ กลุ่มต้องการผลิตภัณฑ์ที่ตกแต่งบ้านหรือของใช้ในรีสอร์ท จะได้นำผลิตภัณฑ์ไปเสนอขายเจ้าของรีสอร์ทเพื่อโชว์ให้แขกมาพิกดู (สมศักดิ์ สนเล็ก. 2556 : สัมภาษณ์)

2.2 สำนวนความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ด้วยการสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคและการสัมภาษณ์ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ชุมชน ผู้บริโภคที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องปั้นดินเผาอันดับแรก คือ กระถางปลูกต้นไม้หลากหลายรูปแบบ รองลงมาเครื่องปั้นดินเผาประดับผ้าไหม และเครื่องปั้นดินเผาประดับตุ๊กตา กลุ่มไม่มีผลิตภัณฑ์อื่นมาจำหน่ายมากนัก ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยมีขนาดเล็กสะดวกต่อการซื้อเป็นของฝากหรือของที่ระลึก

2.3 การคัดสรรผลิตภัณฑ์ บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ สังเกตและสนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้ผลิต กลุ่มมีความต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาทั้ง 2 ประเภท คือ ประเภทสอยงามตกแต่งสถานที่ มี 2 ชนิด เช่น ผลิตภัณฑ์โคมไฟลายดอกบัว ผลิตภัณฑ์แจกันทรงดอกบัว และผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทของใช้ 3 ชนิด คือ ผลิตภัณฑ์ชุดเซทสปาบัวตูมบัวบาน ผลิตภัณฑ์ชุดจานดอกบัวอเนกประสงค์ และผลิตภัณฑ์ชุดรองแก้วน้ำรูปดอกบัว รวมผลิตภัณฑ์ 5 ชนิด ส่วนกลุ่มผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ที่มีความเป็นทันสมัย ขนาดเล็ก ๆ

“...อยากได้ของใหม่ๆต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาแบบของใช้กระจุกกระจิกสวยงามที่ใช้ตามโรงแรมหรือรีสอร์ทมันขายง่ายกว่าของชิ้นใหญ่ ๆ จะได้ไปเสนอขายตามรีสอร์ทแถวบ้าน...”

(วรรณิ จันทรา. 2556 : สัมภาษณ์)

เมื่อพิจารณาความต้องการของทั้งสองกลุ่ม กลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภค มีความต้องการที่เหมือนกันและแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้ผลิตบ้านสามโคกมีความต้องการผลิตภัณฑ์ขนาดเล็ก ๆ ประเภทตกแต่งสถานที่สวยงาม เช่น ผลิตภัณฑ์โคมไฟรูปดอกบัว ผลิตภัณฑ์แจกันดอกบัวตูม และผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของที่ระลึก เช่นผลิตภัณฑ์ชุดเซทสปาบัวตูมบัวบาน ผลิตภัณฑ์จานดอกบัว และผลิตภัณฑ์ชุดรองแก้วน้ำรูปดอกบัว ส่วนผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยมีขนาดเล็ก สะดวกต่อการซื้อเป็นของฝากหรือของที่ระลึก ทั้งสองกลุ่มร่วมคัดสรร ผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของทั้งสองกลุ่มเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์คัดสรรเบื้องต้นในการพัฒนา ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์โคมไฟรูปดอกบัว ผลิตภัณฑ์แจกันดอกบัว ผลิตภัณฑ์ ชุดเซทสปาบัวตูมบัวบาน ผลิตภัณฑ์จานดอกบัวดินเผา และผลิตภัณฑ์ชุดรองแก้วน้ำรูปดอกบัว



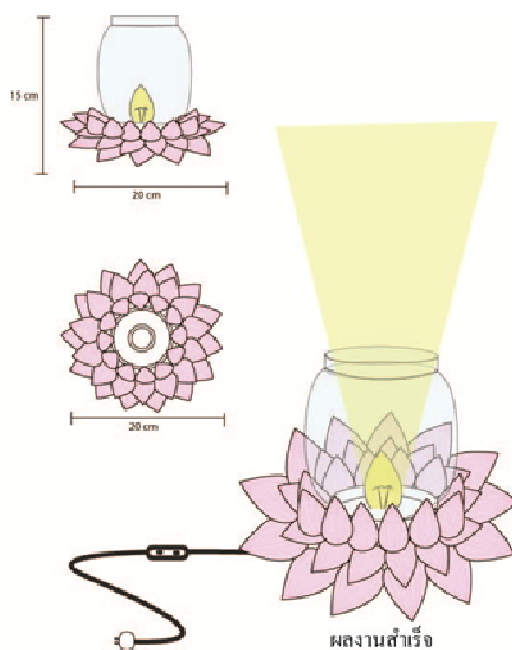
2.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ผลิตและของผู้บริโภค บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี

การออกแบบร่างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบ้านสามโคก มีผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 5 ชนิด โดยผู้วิจัยได้ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ อาจารย์พัชรินทร์ อนวัชรประยูร วิทยาลัยช่างศิลป์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ในเรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ถูกต้องสวยงาม และตรงกับหลักการการออกแบบผลิตภัณฑ์ แล้วจึงนำไปคัดเลือกจากผู้ผลิต จำนวน 5 คนและผู้บริโภค จำนวน 10 คน โดยคัดเลือกให้เหลือผลิตภัณฑ์ 1 ชนิด เพื่อนำไปทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบนั้นๆขึ้นมา ซึ่งแบบร่างของบ้านสามโคกมี 2 ประเภท คือประเภท ตกแต่งสวยงามและประเภทของใช้ โดยได้รูปแบบผลิตภัณฑ์และผลการคัดเลือกดังนี้

ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทตกแต่งสวยงาม บ้านสามโคก

1) ผลิตภัณฑ์โคมไฟรูปดอกบัว

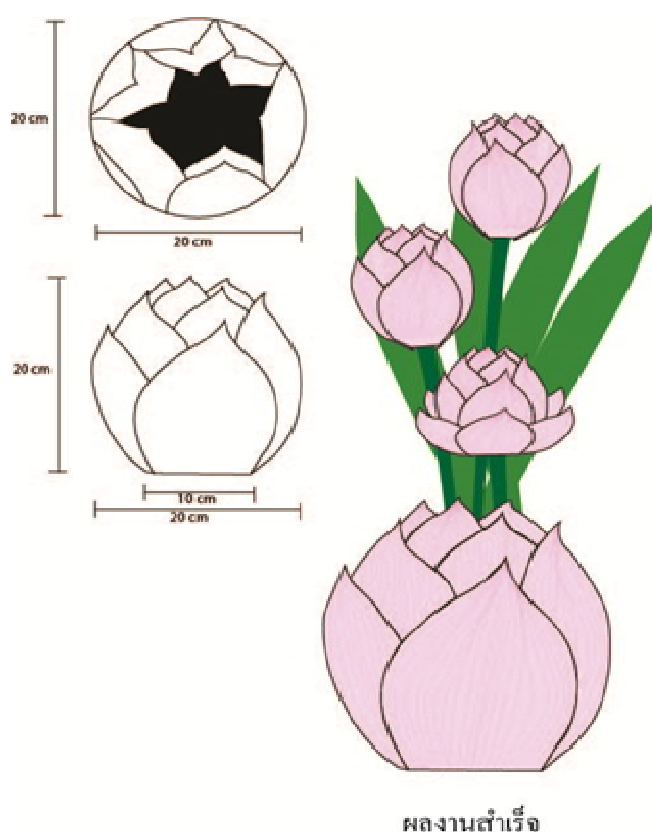
ทางกลุ่มบ้านสามโคก และผู้บริโภคต่างมีความต้องการโคมไฟดินเผา เนื่องจากทางกลุ่มไม่สามารถออกแบบเองได้ และไม่เคยผลิตโคมไฟดินเผา มีแต่กระถางต้นไม้หลากหลายชนิด และเครื่องปั้นประดับผ้าไหมจึงทำให้ผู้บริโภคไม่มีทางเลือกในการซื้อผลิตภัณฑ์ ส่วนผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทใช้งานพร้อมประดับบ้านมากกว่า ผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มมีอยู่เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีสมัยใหม่ เจริญก้าวหน้า ของใช้บางอย่างเน้นในด้านพลาสติกส่วนใหญ่ และรูปแบบไม่สวยไม่ถูกใจจึงชอบที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาทำด้วยมือแกะลายเป็นรูปดอกไม้สวยงาม ดูมีคุณค่ามากกว่า ผู้วิจัยจึงได้สอบถามจากผู้บริโภคและผู้ผลิตถึงประเภทของผลิตภัณฑ์โคมไฟดินเผา จึงได้ผลสรุปออกมา คือโคมไฟดอกบัวดินเผาแบบตั้งพื้น ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบโคมไฟลายดอกบัวดินเผาลักษณะดังนี้



ภาพประกอบ 88 แบบร่าง โคมไฟรูปดอกบัว

2) ผลิตภัณฑ์แจกันดอกบัว

แจกันทรงดอกบัวตูมเป็นผลิตภัณฑ์ ออกแบบในลักษณะเป็นรูปแจกันทรงดอกบัวตูม เป็นงานฝีมือปั้นทั้งหมด ด้านบนกลีบบัวเปิดปากกว้างเพื่อใช้ประโยชน์ ตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ ทางกลุ่มมีความคิดที่จะนำผลิตภัณฑ์ชุดตกแต่งประดับห้อง เพื่อไปนำเสนอให้รีสอร์ทหรือโรงแรมในจังหวัดปทุมธานี เพื่อเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ ให้ผู้คนทั่วไปได้รู้จักกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา แจกันทรงดอกบัวตูม และยังเป็นการช่วยส่งเสริมให้กลุ่มได้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นด้วย ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบแจกันดินเผาทรงดอกบัวตูม ดังภาพประกอบ 89



ภาพประกอบ 89 แบบร่าง ผลิตภัณฑ์แจกันทรงดอกบัวตูม

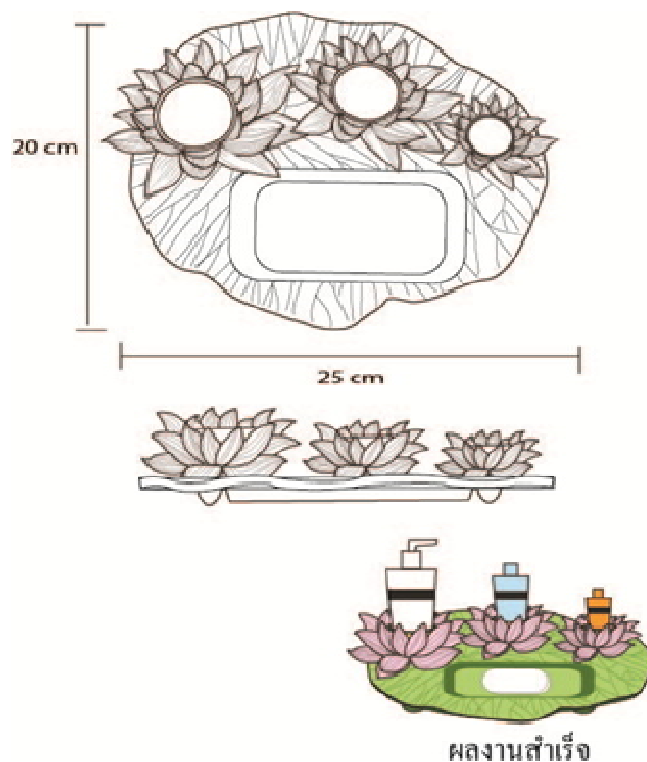
ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ประเภทของใช้ที่ระลึก บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี

3) ผลิตภัณฑ์ ชุดเซทสปาบัวตูมบัวบาน

ชุด เซทสปาบัวสามดอกเป็นผลิตภัณฑ์ ออกแบบในลักษณะเป็นดอกบัวสามดอกคือ บัวแรกแย้ม บัวตูม และบัวบาน วางติดกันและตกแต่งนูนต่ำตามกลีบบัว เพื่อเพิ่มสวยงามให้กับผลิตภัณฑ์ ชุดเซทสปาบัวตูมบัวบานเป็นเซทที่สำหรับใส่เครื่องหอมวางโชว์ในห้องรับแขก ห้องทำงาน เนื่องจากกลุ่มสามโคกได้ผลิตเครื่องปั้นดินเผา รูปทรงดอกบัวสามดอกขึ้นมา ซึ่งจะเป็นการดีที่จะใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาในการทำเซทสปาบัวแรกแย้มบัวตูมบัวบาน จึงผลิตผลิตภัณฑ์ชุดนี้ เซทสปาบัวตูมบัวบานเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทตกแต่งบ้านเป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มสาม



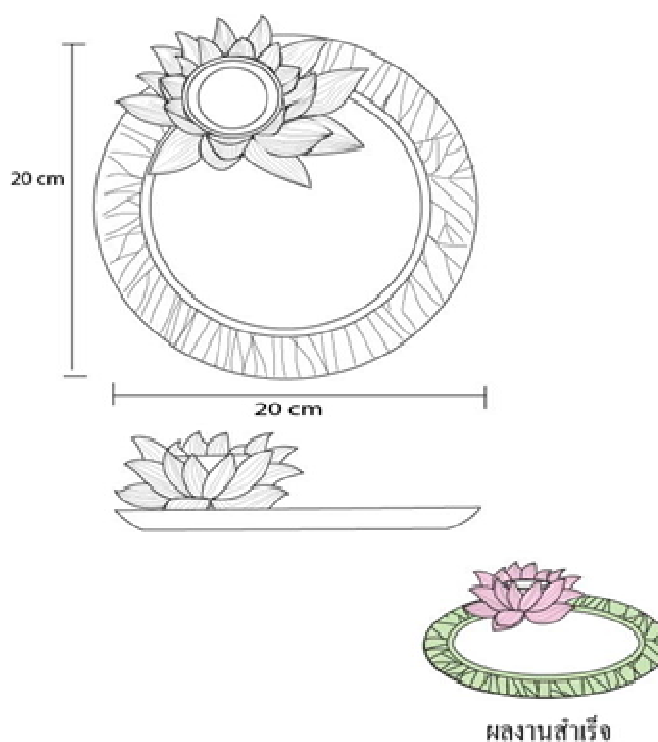
โคกมีความคิดที่จะนำผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ไปนำเสนอให้รีสอร์ทหรือโรงแรม และสถานที่ราชการในจังหวัดปทุม เพื่อเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ให้ผู้คนทั่วไปได้รู้จักกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเซทสปาบัวตูมบัวบาน และยังเป็นการช่วยส่งเสริมให้กลุ่มได้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นด้วย ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบชุดเซทสปาทรงบัวแรกแย้มบัวตูมและบัวบาน ดังภาพประกอบ 90



ภาพประกอบ 90 แบบร่าง ชุดเซทสปาบัวตูมบัวบาน

4) ผลิตภัณฑ์งานดอกบัวดินเผา

ชุดงานดอกบัวดินเผาเป็นผลิตภัณฑ์ ประเภทตกแต่งหรือผลิตภัณฑ์ประดับบ้านมีหลายรูปแบบหลายสไตล์ วัสดุที่ประกอบทำก็มีให้เลือกมากมายหลายชนิดตั้งแต่ พลาสติก พีวีซี ไม้ ผ้าชนิดต่าง ๆ หรือดิน ขึ้นอยู่กับผู้ผลิตออกแบบตัวงานให้เข้ากับวัสดุที่ใช้ซึ่งกลุ่มบ้านสามโคกใช้ดินเป็นตัวหลัก ในการทำงานดอกบัว อาจจะมีการผสมกับวัสดุชนิดอื่น ๆ เพื่อความเหมาะสม และสวยงามโดยให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และผู้ผลิต ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ ดังภาพประกอบ 91

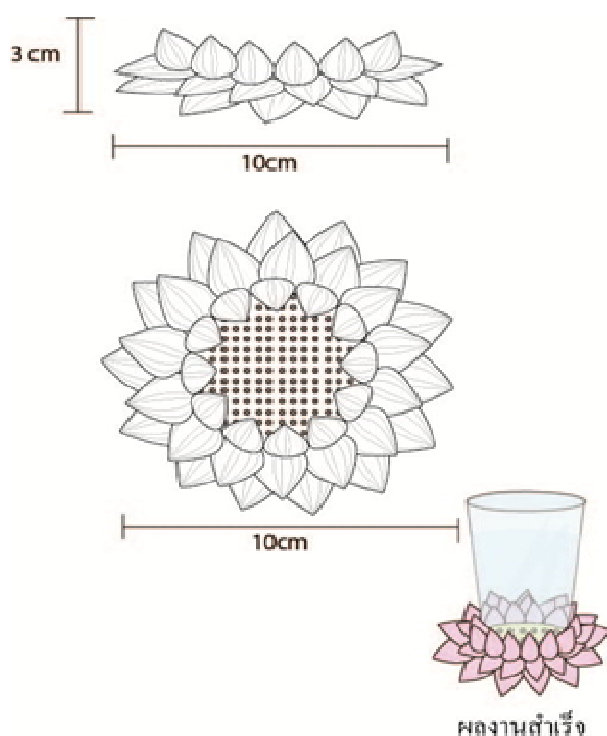


ภาพประกอบ 91 แบบร่าง ชุดจานดอกบัว

5) ผลิตภัณฑ์ชุดรองแก้วน้ำรูปดอกบัว

ชุดรองแก้วดินเผาลายดอกบัวเป็นผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ ผลิตด้วยดิน ปั้นเป็นรูปคล้ายจานลายดอกบัว ตามกลีบดอกบัว แกะลายเส้น ใช้สีอะคริลิก ระบายตามเส้นแกะ ลายเพื่อความสวยงาม ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางของวงในคล้ายจานมีความกว้าง 6 เซนติเมตร ผู้วิจัยจึง ได้ออกแบบร่างชุดรองแก้วน้ำรูปดอกบัว ดังภาพประกอบ 92



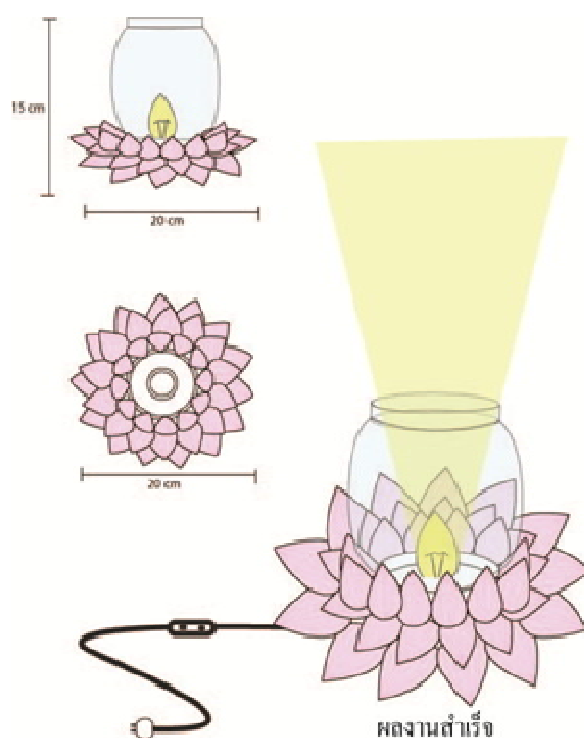


ภาพประกอบ 92 แบบร่าง ผลิตภัณฑ์ชุดรองแก้วน้ำ

2.5 ผลการคัดเลือกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ผลิตและผู้บริโภค บ้านสามโคก

ในขั้นตอนของการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาจากภาพแบบร่างจากผู้บริโภคจำนวน 10 คน และผู้ผลิต จำนวน 6 คน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ 1 ชนิด ผลปรากฏว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้บริโภคและผู้ผลิตมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์โคมไฟแบบตั้งพื้น โดยส่วนใหญ่ลูกค้าให้เหตุผลว่าชอบเพราะโคมไฟตั้งพื้นลายดอกบัวมีแก้วสีครอบ เก๋ดี สามารถเสียบไฟฟ้าได้ ประดับบ้านสวยงาม ส่วนผู้ผลิตส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าชอบเพราะมีการนำแก้วใสสีหลากหลายมาครอบดอกบัว เมื่อเสียบไฟสีเส้นของแก้วสีต่าง ๆ ที่ครอบไว้จะออกมาสวยงาม และโคมไฟลายดอกบัวพร้อมแกะลายปูนดำมีรูปแบบสวยเก๋





ภาพประกอบ 93 แบบร่าง ผลิตภัณฑ์คัดสรรค์ โคมไฟกลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มผู้บริโภค
คัดเลือกมากที่สุด

2.6 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ บ้านสามโคก จังหวัด ปทุมธานี

กลุ่มผู้ผลิตร่วมดำเนินการผลิตและการจัดการผลิตผลิตภัณฑ์ 2 ประเภท 5 ชนิด ออกแบบโดยคำนึงถึงประโยชน์ในการใช้สอย ความสะดวกสบายในการใช้ ความสวยงาม และความ เป็นสมันิยมแต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นเช่นเดิม คือ ผลิตภัณฑ์ทำด้วยดินเป็นงานทำ มือทั้งหมดผลิตภัณฑ์มีลักษณะพิเศษเป็นดินเผาประเภทไม่เคลือบ (Earthen Ware) เนื้อดินเมื่อเผา แล้วมีสีส้มอมแดง ผู้วิจัยได้ดำเนินการเลือกหาวัสดุที่สามารถเสริมเติมแต่งให้เข้ากันกับผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เหล่านั้นให้มีความเป็นสมันิยม รวมทั้งกำหนดตราสัญลักษณ์ ของกลุ่มที่จะแสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบมาในรูปแบบของ ป้ายติดกล่องบรรจุภัณฑ์ ซึ่งการออกแบบตามเอกลักษณ์ของท้องถิ่นจากหนังสือและสอบถามพูดคุยกับ ใช้ทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์เข้ามาเกี่ยวข้อง และนำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คุณค่า มูลค่า และ รายได้





ภาพประกอบ 94 กล่องบรรจุภัณฑ์ พร้อมตราสัญลักษณ์ บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ด้านคุณค่า กลุ่มบ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นมาจากการทำเครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญบ้านสามโคก จากการที่ได้สอบถามทางกลุ่มทางกลุ่มได้กล่าวว่า เอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นมาจากชื่อตำบลสามโคก ซึ่งในสมัยก่อนได้สันนิษฐานว่า มาจากชาวมอญสองคนพี่น้อง มีอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผา ได้ขุดดินเป็นเนินโคกเพื่อทำเตาเผา 3 เตา ไว้สำหรับเผาตุ่มชาวบ้านจึงเรียกติดปากว่า บ้านสามโคก (ภูมิปัญญาสามโคก. 2552 : 6) ซึ่งกลุ่มบ้านสามโคกยังไม่มีตราสัญลักษณ์ที่ออกมา เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ผู้วิจัยจึงได้ขออนุญาตทางกลุ่มในการออกแบบตราสัญลักษณ์บ้านสามโคก ครั้งนี้ ซึ่งทางกลุ่มได้อนุญาตจึงได้ตราสัญลักษณ์ออกมาซึ่งมีคุณค่าทางจิตใจที่บ่งบอกถึงวิถีชีวิตของชาวมอญสามโคกในอดีตนำภูมิปัญญาติดตัวมาเลี้ยงครอบครัวมีชื่อเสียงในด้านปั้นตุ่มน้ำ คนทั่วไปรู้จักกัน “ตุ่มสามโคกเมืองปทุม”

ตราสัญลักษณ์ทำเป็นรูปตุ่มน้ำสามโคก 3 ใบ วางซ้อนกัน และคำว่า “SAMKHOK” เป็นตัวอักษรภาษาอังกฤษลงไป จากเดิมที่กลุ่มยังไม่มีตราสัญลักษณ์ที่ชัดเจน ทางกลุ่มได้เห็นและกล่าวว่าชอบสัญลักษณ์นี้เพราะมีการแสดงถึงตุ่มสามโคกในอดีตและสามารถบ่งบอกถึงบ้านสามโคกได้อย่างดี ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผามีมูลค่าสูงขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น เมื่อผู้วิจัยได้ทำการผลิตผลิตภัณฑ์ออกมาและออกแบบตราสัญลักษณ์พร้อมกล่องบรรจุภัณฑ์เพื่อบ่งบอกถึงความเป็นชุมชนท้องถิ่นของบ้านสามโคก ผู้วิจัยจึงได้นำผลิตภัณฑ์ทั้งหมดและแบบตราสัญลักษณ์มาจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ กลุ่มบ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์ ผู้เข้าร่วมประชุมจากกลุ่มผู้ผลิต 3 ชุมชน เจ้าหน้าที่ของรัฐ และผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา 3 ชุมชน จำนวน 25 คน เพื่อนำผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จมานำเสนอ และอธิบายถึงขั้นตอนการผลิตตั้งแต่แรกไปจนถึงผลิตออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งทางกลุ่มได้มีการสนใจในตัว

ผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากการที่ทางกลุ่มได้มีการเข้ามาดูแล สัมผัสในตัวผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดได้มีการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ



ภาพประกอบ 95 การประชุมเชิงปฏิบัติการของกลุ่มบ้านสามโคก ที่บ้านแก่ง

ด้านมูลค่า กลุ่มบ้านสามโคก ได้ทำผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 5 ชนิด เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ คือ โคมไฟดอกบัว ที่รองแก้วลายดอกบัว แจกันทรงดอกบัวตูม ชุดเครื่องหอมสปา และจานดอกบัวอ่อนกระจกประแสง ซึ่งในการออกแบบผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ชนิดนี้ได้มาจากการประชุมเชิงปฏิบัติการของกลุ่ม และในครั้งนี้ทางกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์ที่ถูกคัดเลือกมากที่สุดมา 1 ชนิด คือ โคมไฟลายดอกบัว เป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าและกลุ่มต้องการมากที่สุด ลักษณะของชุดโคมไฟดอกบัวเป็นรูปแบบทั่วไป สามารถประดับตกแต่งบ้านหรือสวนก็ได้ขึ้นอยู่กับผู้ใช้ ผู้วิจัยใช้ดินปั้นกลีบดอกบัวเป็นชั้นๆ แล้วนำหลอดแก้วสีมาครอบตรงกลางหลอดไฟ เพื่อความสวยงาม ซึ่งทางกลุ่มไม่เคยผลิตในลักษณะนี้มาก่อน ในลักษณะโคมไฟตั้งพื้นสามารถใช้ไฟฟ้าได้ มีรูปแบบรูปดอกบัวบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นบ้านสามโคก เนื่องจากว่าจังหวัดปทุมธานีในอดีตเรียกว่า “เมืองสามโคก” มานานแสนนาน ผู้วิจัยได้คำนึงถึงความสวยงามโดยใช้หลักของทฤษฎีสุนทรียศาสตร์เข้ามาเกี่ยวข้อง และยังคำนึงถึงรูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความเป็นสมัยนิยม แต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น ซึ่งเอกลักษณ์ของกลุ่มบ้านสามโคกจะเป็นผลิตภัณฑ์ทำมือ ผลิตภัณฑ์ชนิดไม่เคลือบ จะออกแบบในรูปสัญลักษณ์แทนโดยใช้ภาพโคมไฟดอกบัว เป็นผลิตภัณฑ์จัดอยู่ประเภทตกแต่งบ้านหรือประดับบ้าน ผู้วิจัยใช้รูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสำคัญด้านประโยชน์ใช้สอยมาก่อนรูปแบบ ซึ่งมีราคาเหมาะสมกับกำลังซื้อของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ซื้อหรือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ (วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. 2548 : 53) ซึ่งกลุ่มเป้าหมายลูกค้าของผู้ผลิตเป็นกลุ่มเป้าหมายทั่วไป



(Target Public) ฉะนั้น การออกแบบต้องมีรูปแบบที่สนองตอบได้หลากหลายและเพียงพอต่อคนทุกระดับชั้น อายุ และอาชีพต่าง ๆ กัน (วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. 2548 : 56) จึงได้ผลิตภัณฑ์ออกมา

ผลการการนำเสนอได้ข้อสรุปขั้นตอนการผลิตแต่แรกเริ่มไปจนถึงกระบวนการขั้นตอนสุดท้าย คือ การได้ตัวผลิตภัณฑ์ออกมาทางกลุ่มจึงได้ร่วมกันวิพากษ์วิจารณ์ และเสนอแนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โคมไฟลายดอกบัวตามหัวข้อที่ ผู้วิจัยเสนอ ได้แก่ ความสัมพันธ์ของวัสดุ ความสัมพันธ์ของสี การออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ ให้มี ราคา ซึ่งได้ข้อสรุปร่วมกันว่า ด้านความสัมพันธ์ ของวัสดุ ทางกลุ่มให้ความเห็นว่าอุปกรณ์ แก้วใสหรือแก้วสีที่นำมาใช้ร่วมเข้ากันได้กับผลิตภัณฑ์ ด้านความสัมพันธ์ของสี ผลิตภัณฑ์เมื่อเผาแล้วสีของดินออกมาเป็นสีธรรมชาติ คือส้มแก่สวยงาม ด้านการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ทางกลุ่มได้ให้ความเห็นว่า เมื่อปั้นออกมาเป็นรูปดอกบัวใช้ประโยชน์ประเภทของประดับบ้าน ในลักษณะโคมไฟ ดูดีมีราคา ด้านราคา ทางกลุ่มได้ให้ความเห็นว่าราคา 450 บาท เนื่องจากกลีบบัว ต้องใช้ความละเอียดในการทำ ด้านกลุ่มลูกค้าทางกลุ่มได้ให้ความเห็นว่า กลุ่มเป้าหมายเป็นโรงแรม ลูกค้าใน กรุงเทพมหานครและชาวต่างชาติ โคมไฟลายดอกบัวเป็นผลิตภัณฑ์คัดสรร ตรงกับความต้องการทั้งของผู้ผลิตและผู้ใช้ กลุ่มผู้ผลิตมีความพอใจในตัวผลิตภัณฑ์มาก และจะนำโคมไฟรูปดอกบัวไปเสนอให้กับทางรีสอร์ทและโรงแรม



ภาพประกอบ 96 แบบร่าง ผลิตภัณฑ์ประเภทตกแต่งสวยงาม พร้อมจำหน่าย

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์

3.1 สำนวจความต้องการของกลุ่มผู้ผลิต บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจุบันทางกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา มี 2 ประเภท คือ ประเภทสวยงามตกแต่งสถานที่ คือ กระจ่างเหลี่ยมเขียนภาพสี ลายต้นไม้ดอกไม้ต่างๆบนภาชนะด้านข้าง มีหลายขนาดด้วยกัน อาทิ เช่น ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ทางกลุ่มผู้ผลิตจะนำเสนอขาย ผลิตภัณฑ์เป็นชุดๆ อย่างบัวพร้อมขารองเป็นชุดมี 3 ขนาด คือ ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ประเภทเครื่องใช้สวยงาม คือ คนโทดินเผา โอ่งน้ำขนาดเล็ก แต่เครื่องปั้นดินเผาเหล่านี้ยังไม่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเท่าที่ควร ซึ่งกลุ่มจะขายดีมากที่สุด คือ กระจ่างเหลี่ยม ทางกลุ่มจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ผลการสัมภาษณ์ สันทนา กลุ่มกับกลุ่มผู้ผลิต กลุ่มมีความต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทสวยงามตกแต่งบ้านและประเภทเครื่องปั้นดินเผาของที่ระลึกชิ้นเล็ก เพื่อสะดวกต่อผู้บริโภคซื้อกลับบ้าน

“...อยากได้ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชิ้นเล็ก ๆ ผู้ซื้อจะได้ซื้อกลับบ้านสะดวกไม่หนักมาก และขอให้แบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นด้วย อย่างที่นี้ปลาเสือถือเป็นเอกลักษณ์ ก็อยากได้ ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเป็นรูปปลาเสือ...”

(วีรชาติ ทาพิทย์. 2556 : สัมภาษณ์)

3.2 สำนวจความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์

ความต้องการของผู้บริโภคทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ ต้องการให้มีการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ชิ้นเล็ก ๆ น้ำหนักเบาสะดวกต่อการพกพาให้มีความหลากหลายชนิด และหลายรูปแบบ ต่างจากที่มีอยู่แล้ว และผู้บริโภคยังต้องการให้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ ดัดแปลงให้มีความทันสมัยมากขึ้น

“...เครื่องปั้นดินเผาของบ้านมอญเขียนภาพสีสวยๆเราอยากได้นะแต่ไม่สะดวกซื้อกลับบ้านไปฝากเพื่อนฝูง เป็นงานชิ้นใหญ่ อยากให้เขาทำงานชิ้นเล็กออกมาบ้างจะได้ซื้อไว้เป็นที่ระลึก...”

(เทียม เปี่ยมขุนทด. 2556 : สัมภาษณ์)

3.3 การคัดสรรผลิตภัณฑ์ บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์

กลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม มีความต้องการที่เหมือนกันและแตกต่างกัน กลุ่มผู้ผลิตต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึกของใช้ ซึ่งทางกลุ่มไม่เคยผลิตมาก่อน ส่วนทางกลุ่มผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าขนาดเล็กๆสะดวกต่อการซื้อกลับบ้านเพื่อฝากเพื่อฝูง

3.4 การออกแบบร่างผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ผลิตและผู้บริโภค บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์

การออกแบบร่างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบ้านแก่ง มีผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 5 ชนิด โดยผู้วิจัย ได้ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ อาจารย์พัชรินทร์ อนวัชรประยูร วิทยาลัย

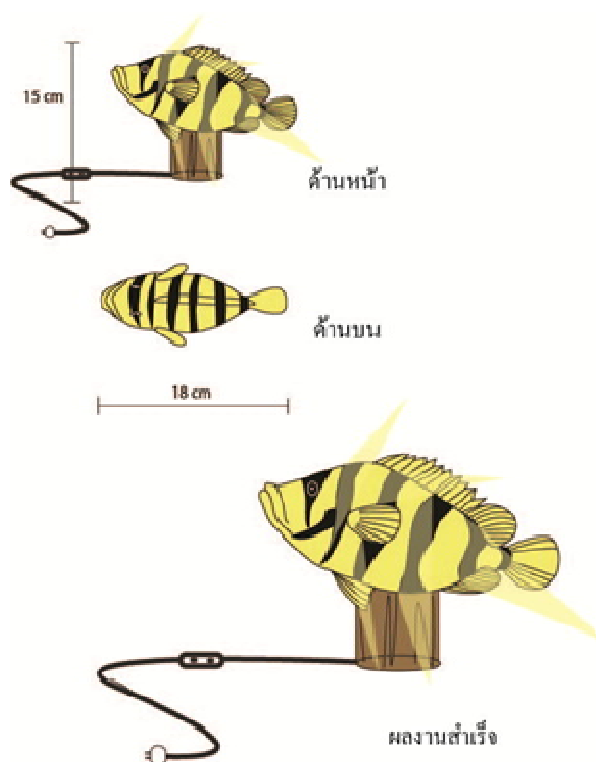


ช่างศิลป์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ในเรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ถูกต้องสวยงาม และตรงกับหลักการการออกแบบผลิตภัณฑ์ แล้วจึงนำไปคัดเลือกจากผู้ผลิตจำนวน 5 คนและผู้บริโภค จำนวน 10 คน โดยคัดเลือกให้เหลือผลิตภัณฑ์ 1 ชนิด เพื่อนำไปทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบนั้น ๆ ขึ้นมา ซึ่งแบบร่างของบ้านแก่ง มี 2 ประเภท คือประเภทตกแต่งสวยงาม และประเภทของที่ระลึกของใช้ โดยได้รูปแบบผลิตภัณฑ์และผลการคัดเลือกดังภาพประกอบดังนี้

ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทตกแต่งสวยงาม

1) ผลิตภัณฑ์โคมไฟรูปปลาเสื่อตอ

โคมไฟดินเผาปลาเสื่อตอผลิตภัณฑ์ มีขนาดความยาวตัวปลา 18 เซนติเมตร ความกว้างตัวปลา 18 เซนติเมตร วัดระดับจากตอไม้ถึงตัวปลาสูง 15 เซนติเมตร เป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบและผลิตด้วยดินล้าตัวปลาฉลุโปร่งรอบตัวปลา เพื่อให้แสงสว่างลอดผ่าน ส่วนเกล็ดปลาระบายด้วยสีอะคริลิก และรูปตอไม้ปั้นด้วยดินใช้พื้นที่สีเลียนแบบของจริง อุปกรณ์เสริมใช้เสียบไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ได้ โคมไฟดินเผาปลาเสื่อตอเป็นผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผู้ผลิตมีความต้องการที่จะนำมาจำหน่าย ทางผู้วิจัย จึงได้ออกแบบโคมไฟดินเผาปลาเสื่อตอ ดังภาพประกอบ 97

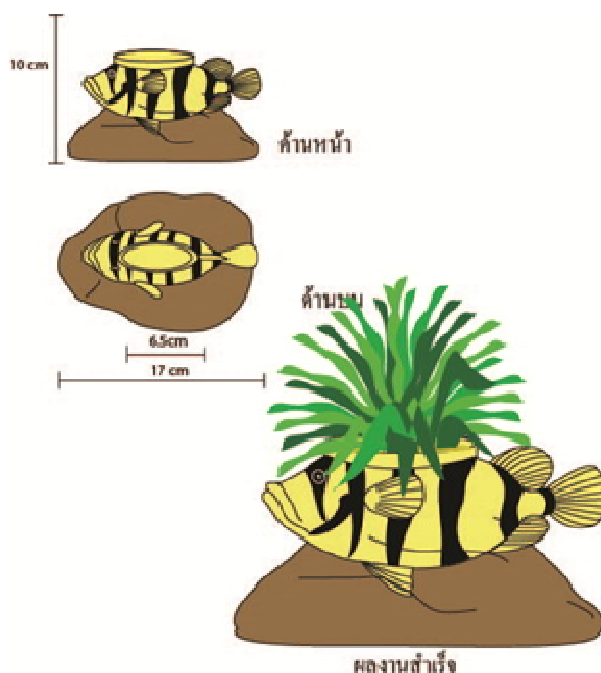


ภาพประกอบ 97 แบบร่าง โคมไฟปลาเสื่อตอ

2) ผลิตภัณฑ์กระถางต้นไม้แพนซีปลาเสื่อตอ

กระถางต้นไม้แพนซีปลาเสื่อตอ และผลิตด้วยดินเหนียว มีขนาดความยาวตัวปลา 15 เซนติเมตร ตัวปลากว้าง 8 เซนติเมตร ฐานยาว 15 เซนติเมตร ความสูงจากฐานถึงครึ่งปลา สูง 13 เซนติเมตร ลำตัวปลา ขุดลายนูนต่ำ ตกแต่งด้วยสีอะคริลิก เพิ่มเติมทั้งตัวเพื่อ

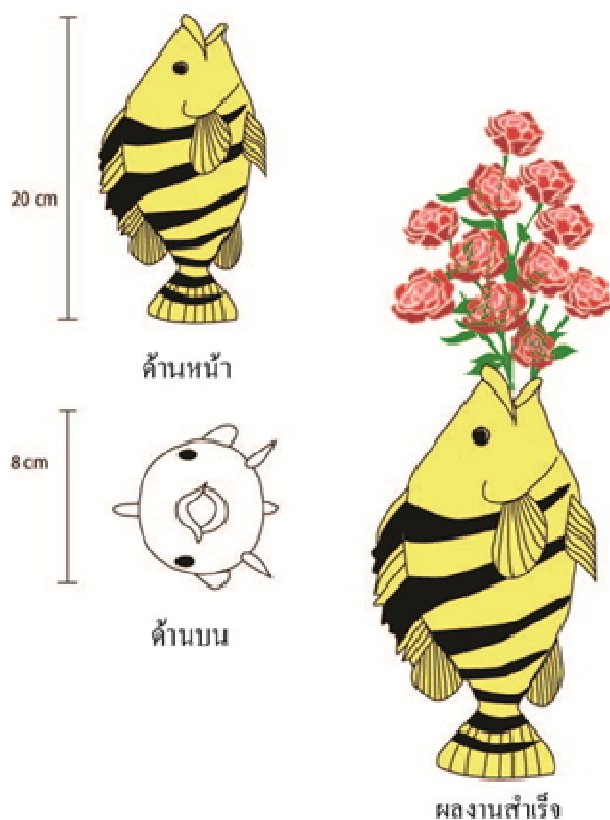
ความสวยงาม ทางกลุ่มต้องการกระถางต้นไม้ขนาดเล็ก ไว้สำหรับปลูกต้นไม้จริง หรือต้นไม้ปลอม ประดับโชว์ เนื่องจากทางกลุ่มได้บอกว่า กระถางต้นไม้ที่นี้ได้ผลิตเป็นประจำสามารถทำได้ และ กระถางปลาเสื่อต ทางกลุ่มไม่เคยทำ โดยกลุ่มเป้าหมายผู้ผลิตคือ สถานที่ราชการ โรงแรม และ ชาวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมในกลุ่ม ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบกระถางต้นไม้ปลาเสื่อต ดังภาพประกอบ 98



ภาพประกอบ 98 แบบร่างกระถางต้นไม้แฟนซีปลาเสื่อต

3) ผลิตภัณฑ์แจกันปลาเสื่อต

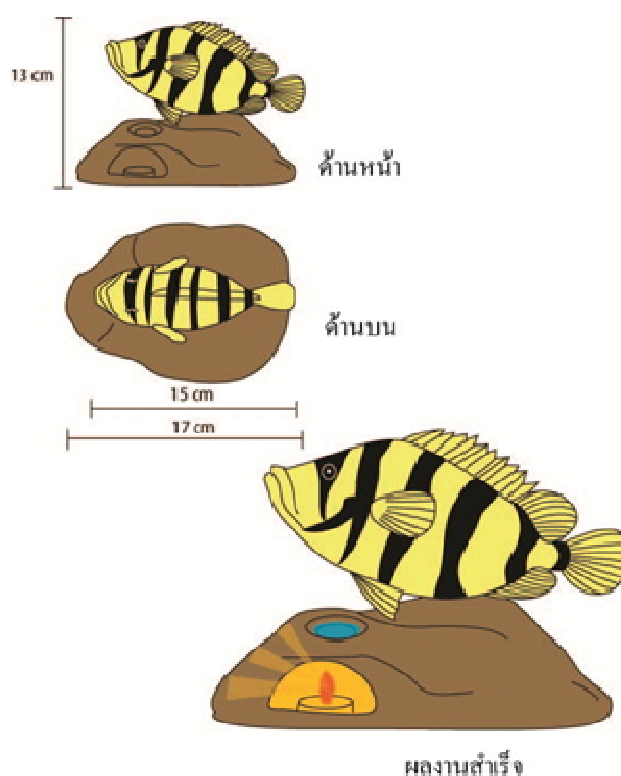
แจกันดินเผาปลาเสื่อต ออกแบบและผลิตด้วยดินเหนียวทั้งตัวมี ขนาดความ สูงของตัวปลา 18 เซนติเมตร ความกว้างตัวปลา 10 เซนติเมตร ฐานกว้าง 7 เซนติเมตร และ ตกแต่งด้วยสีอะคริลิก เป็นผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผู้ผลิตมีความต้องการที่จะนำมาจำหน่าย ทางผู้วิจัยจึงได้ ออกแบบผลิตภัณฑ์แจกันดินเผาปลาเสื่อต ดังภาพประกอบ 99



ภาพประกอบ 99 แบบร่าง แจกันรูปปลาเสื่อตอ

4) ผลิตภัณฑ์เตาน้ำมันหอมสปา

เตาน้ำมันหอม สปา ออกแบบและผลิตด้วยดินเหนียว ลักษณะปั้นลอยตัว ตัวปลา มีขนาดความยาว 13 เซนติเมตรฐานโหนดหินมีขนาดความยาว 17 เซนติเมตร ลำตัวปลาใช้สีอะคริลิกตกแต่งรอบตัวเพื่อเพิ่มความสวยงาม ดังภาพประกอบ 100

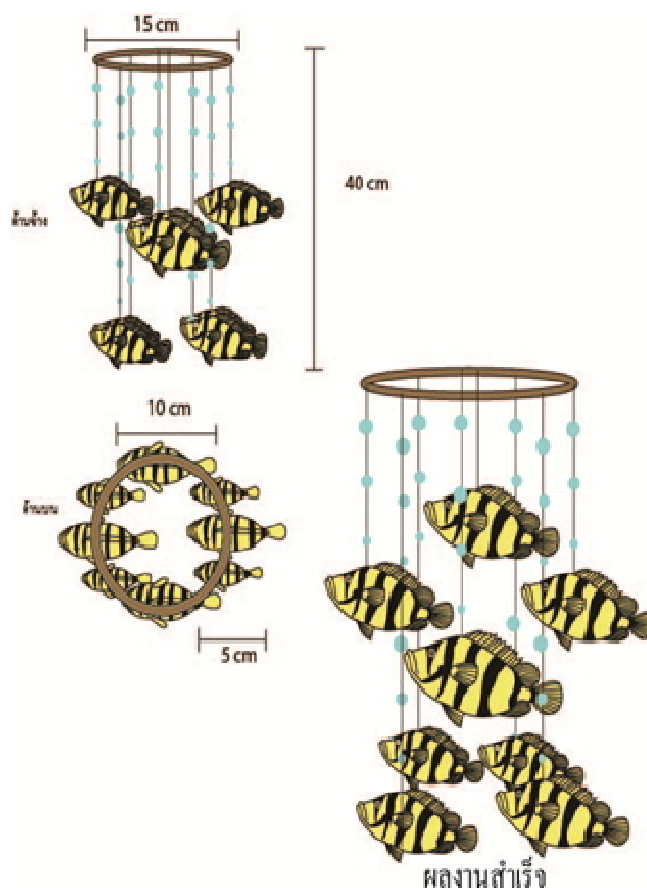


ภาพประกอบ 100 แบบร่าง ผลิตภัณฑ์เตาน้ำมันหอม สปา

5) ผลิตภัณฑ์โมบายครอบครัวปลา

ชุดโมบายครอบครัวปลาดินเผา ผลิตภัณฑ์ดินเหนียวใช้สีอะคริลิกระบายสีเพิ่มสีสันให้สวยงามยิ่งขึ้น ขนาด ความสูง 40 เซนติเมตร ฐานวงกลม กว้าง 15 เซนติเมตร และไม้แขวนแล้วแต่ความเหมาะสมโมบายครอบครัวปลาดินเผาเป็นผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผู้ผลิตมีความต้องการที่จะนำมาจำหน่าย ซึ่งทางกลุ่มจะเน้นเป้าหมายไปที่นักท่องเที่ยว และนักเรียน นิสิต นักศึกษา ที่เข้ามาศึกษาข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบโมบายครอบครัวปลา ดังภาพประกอบ 101





ภาพประกอบ 101 แบบร่างผลิตภัณฑ์ชุดโมบายกรอบครีวปลา

3.5 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กลุ่มผู้ผลิตบ้านแก้ว ได้ดำเนินการออกแบบและผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาออกมา 2 ประเภท มี 5 ชนิด โดยใช้หลักการออกแบบมาเป็นตัวค้ำประกันในการออกแบบ เช่น ประโยชน์ใช้สอยความสะดวกสบายและที่สำคัญยังคงความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นเอาไว้ คือผลิตภัณฑ์ทำด้วยดินเป็นงานทำมือผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทไม้เคลือบแต่นิยมเพ้นส์สี เป็นภาพต่างๆ เช่น ต้นไม้ ดอกไม้ ภาพปลา บนภาชนะเครื่องปั้น ผู้วิจัยนำผลิตภัณฑ์จากทางกลุ่มมาดำเนินการเลือกหาวัสดุที่สามารถมาเสริมเติมแต่งให้เข้ากันกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาและพัฒนาผลิตภัณฑ์เหล่านั้นให้เป็นสมัยนิยม นอกจากผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผลิตขึ้นมา 5 ชนิด แล้วกลุ่มยังมีตราสัญลักษณ์ที่สร้างขึ้นให้บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบมาในรูปแบบของป้ายติดกล่องบรรจุภัณฑ์ซึ่งการออกแบบในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค้นหาและศึกษาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นจากหนังสือและสอบถามพูดคุยกับสมาชิกในกลุ่มถึงที่มาและจึงนำมาออกแบบ โดยใช้ทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์เข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งจะต้องมีปฏิสัมพันธ์อย่างมีความหมายกับธรรมชาติและบริบททางสังคม ที่สำคัญคือ

กลุ่มบ้านแก้ว จังหวัดนครสวรรค์ มีเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นมาจาก ในสมัยก่อนนครสวรรค์เรียกกันว่า เมืองปากน้ำโพ อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติทางน้ำ โดยเฉพาะปลาเสือตอ เป็นที่ขึ้นชื่อของเมืองปากน้ำโพ และยังเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นที่รู้จักกันในชุมชนดี



ผู้วิจัยจึงได้ขออนุญาตทางกลุ่มในการออกแบบตราสัญลักษณ์ นอกจากนั้นกลุ่มบ้านแก่ง แต่เดิมที่ในท้องถิ่นทราบกันดีว่าปลาเสือตอเป็นเอกลักษณ์ แต่เนื่องจากทางกลุ่มไม่นำมาเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้ชัดเจนจึงยังไม่สื่อความหมาย และเพื่อเป็นการสื่อให้คนทั่วไปได้ทราบสัญลักษณ์นี้ คือ ปลาเสือตอ ผู้วิจัยจึงได้เพิ่มภาพบึงบอระเพ็ด ซึ่งเป็นสถานที่เที่ยวที่สำคัญของจังหวัดนครสวรรค์และคำว่าบ้านมอญลงไปจากนั้นจึงเพิ่มเติมความสวยงามด้วยปลาเสือตอแหวกว่ายอยู่ในบึงบอระเพ็ด ตราสัญลักษณ์ของกลุ่มบ้านแก่งจึงเป็นรูปหมู่ปลาเสือตอกำลังแหวกว่ายน้ำอยู่ในบึงบอระเพ็ด และมีคำว่า บ้านมอญอยู่ในตราสัญลักษณ์ด้วย ทางกลุ่มได้เห็นและกล่าวว่าแบบสวยดีเป็นการบ่งบอกและตอกย้ำให้ลูกค้าได้รู้จักผลิตภัณฑ์ของบ้านแก่งมากขึ้น พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นได้อย่างดี

จากที่กล่าวมาข้างต้น เมื่อผู้วิจัยได้ทำการผลิตผลิตภัณฑ์ออกมาและออกแบบตราสัญลักษณ์พร้อมกล่องบรรจุภัณฑ์เพื่อบ่งบอกถึงความเป็นชุมชนบ้านแก่ง ผู้วิจัยจึงได้นำผลิตภัณฑ์ทั้งหมดและแบบตราสัญลักษณ์มาจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ กลุ่มบ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์ ในครั้งนี้ได้มีผู้มาเข้าร่วมประชุม จากกลุ่มผู้ผลิต 3 ชุมชน เจ้าหน้าที่ของรัฐและผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาจำนวน 25 คน เพื่อนำผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จมานำเสนอ และอธิบายถึงขั้นตอนการผลิตตั้งแต่แรกไปจนถึงออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ซึ่งทางกลุ่มมีการสนใจในตัวผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากการที่ทางกลุ่มได้มีการเข้ามาดูแล สัมผัสในตัวผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดและได้มีการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ



ภาพประกอบ 102 การประชุมเชิงปฏิบัติการ บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์

ผู้วิจัยได้นำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบ้านแก่ง ทั้งหมด 5 ชนิด คือ โคมไฟปลาเสื่อตอ กระถางต้นไม้ปลาเสื่อตอ เตาน้ำมันหอม โมบายครอบครีวปลา และแจกันรูปปลาเสื่อตอและตราสัญลักษณ์ของบ้านแก่ง ซึ่งในการออกแบบผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ชนิดนี้ ได้มาจากการประชุมเชิงปฏิบัติการของกลุ่ม และในครั้งนี้ทางกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์ที่ถูกคัดเลือกมากที่สุดพร้อมทั้งตราสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นบ้านแก่งมานำเสนอ ผู้วิจัยได้คำนึงถึงความสวยงาม ความสำคัญด้านประโยชน์ใช้สอยและใช้รูปแบบมาก่อนใช้สอยไปควบคู่กัน จุดประสงค์เพื่อยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้นเพื่อนำไปสู่การเพิ่มราคา (วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. 2548 : 53) โดยใช้หลักของทฤษฎีสุนทรียศาสตร์เข้ามาเกี่ยวข้อง และยังคำนึงถึงรูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความเป็นสมัยนิยมแต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ที่ถูกคัดเลือกมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์โมบายครอบครีวปลา เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึก มีลักษณะพวงโมบายครอบครีวปลา ใช้สีอะคริลิคตกแต่งตัวปลาเพื่อเพิ่มความสวยงามและมีมูลค่าเพิ่ม ประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับสภาพความเป็นไปของสังคม ด้านราคาเหมาะสมกับกำลังซื้อของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ซื้อ หรือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งกลุ่มลูกค้าของผู้ผลิตส่วนใหญ่ คือลูกค้าต่างพื้นที่ที่เข้ามาเยี่ยมชมที่กลุ่ม ลูกค้าในกรุงเทพมหานคร และลูกค้าในจังหวัดนครสวรรค์ จึงถือได้ว่าลูกค้าเป็นกลุ่มเป้าหมายทั่วไป (Target Public) ฉะนั้นการออกแบบและการผลิตต้องมีรูปแบบที่สนองตอบได้หลากหลายและเพียงพอต่อคนทุกระดับชั้น อายุ จึงได้ผลิตภัณฑ์ออกมา เพื่อให้เข้ากับยุคสมัย และยังคำนึงถึงรูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความเป็นสมัยนิยม แต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นเช่นเดิม ซึ่งเอกลักษณ์ของกลุ่มบ้านแก่งอย่างแรก คือ ใช้เส้นสีน้ำมันภาพต่างๆ เช่น ภาพต้นไม้ ภาพดอกไม้ ภาพปลาเสื่อตอ บนภาชนะเครื่องปั้นดินเผาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ จุดเด่นอยู่ที่การเพ้นสีรูปภาพและนำมาประยุกต์ ประกอบกับฝีมือการเขียนภาพที่สวยงาม จึงได้ผลิตภัณฑ์ออกมา



ภาพประกอบ 103 ผลิตภัณฑ์โมบายครอบครีวปลาพร้อมจำหน่าย

ผู้วิจัยได้ร่วมกับกลุ่มนำเสนอถึงการระบวนการขั้นตอนการทำตั้งแต่แรกไปจนถึงกระบวนการขั้นตอนสุดท้าย คือ การได้ตัวผลิตภัณฑ์ออกมาให้ที่ประชุมร่วมวิพากษ์วิจารณ์ และเสนอแนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โมบายครอบครัพลตามหัวข้อที่ผู้วิจัยเสนอ ได้แก่ความสัมพันธ์ของวัสดุ ความสัมพันธ์ของสี การออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ ราคาและกลุ่มลูกค้า ได้ข้อสรุปว่า ด้านความกลมกลืนของวัสดุ เส้นเอ็นในล่อนมีความเข้ากันดีกับดิน ด้านความสัมพันธ์ของสี ใช้สีเหลืองและสีดำซึ่งเป็นสีธรรมชาติของปลาเสือตอ ให้สีสวยมีความเข้ากันดีมาก ด้านการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ทางกลุ่มได้ให้ความเห็นว่า รูปแบบสวย ดูแปลกดี สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้มาก ด้านราคา เนื่องจากเป็นปลาตัวเล็ก ตัวน้อยทำให้เสียเวลา และใช้ความละเอียด เมื่อตัวปลาเสร็จเรียบร้อยแล้วต้องนำมาลงสีอีก ใช้เวลา เกือบ 2 วัน ทางกลุ่มจึงให้ความเห็นว่า ราคาขายอยู่ที่ 59 บาท ด้านกลุ่มลูกค้า ให้ความเห็นว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้าที่เข้าเยี่ยมชมที่กลุ่ม ลูกค้าในกรุงเทพมหานครและคนในพื้นที่ กลุ่มมีความพอใจในตัวผลิตภัณฑ์มาก สังเกตจากการที่กลุ่มให้คะแนนใจเข้ามาสัมผัสผลิตภัณฑ์และพูดคุยถึงโมบายครอบครัพลามากที่สุด นอกจากผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 5 ชนิดแล้ว ยังพอใจในตราสัญลักษณ์ของกลุ่มที่จะแสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่เป็นป้ายติดกล่องบรรจุภัณฑ์และเป็นตราสัญลักษณ์ของกลุ่มบ้านแก่ง



ภาพประกอบ 104 กล่องบรรจุภัณฑ์ พร้อมตราสัญลักษณ์ บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์

ผลิตภัณฑ์คัดสรร 3 ใน 15 ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่คัดสรรเป็นตัวแทน ประกอบด้วย (1) แผ่นพับกระดาษภาพเจดีย์มูเตาเอียงตั้งกลางแม่น้ำเจ้าพระยาของบ้านเกราะเกร็ด (2) ผลิตภัณฑ์โคมไฟรูปดอกบัวบ้านสามโคก (3) ผลิตภัณฑ์โมบายครอบครัพลบ้านแก่ง ทั้งสาม



ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นในด้านความแปลกใหม่ ประโยชน์ใช้สอย อัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมไทย และตรงกับความต้องการของตลาด

3.6 การจัดการด้าน 4p ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จากสภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์แนวทางการพัฒนาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง ทั้ง 3 กลุ่ม ที่มีปัญหาที่มีความเหมือนกัน คือ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ มีปัญหาเรื่องรูปแบบที่ยังยึดอยู่กับแบบของใช้ดั้งเดิม ปัญหาด้านวัตถุดิบราคาแพงในเกาะเกร็ดและมีลดน้อยลงในบ้านก่ง ปัญหาด้านเครื่องมืออุปกรณ์ ปัญหาขั้นตอนการผลิตและ ปัญหาการจัดการ 4p ผู้ผลิตไม่มีระบบการจัดการที่ดี ทั้งการจัดการการผลิต ซึ่งผลการสนทนากลุ่มได้ข้อสรุปแนวทางพัฒนาที่สำคัญคือ รูปแบบให้คงรูปทรงเดิมแต่ใช้ประโยชน์ได้ทั้งการใช้ในครัวเรือน การตกแต่งบ้านและการใช้เป็นของที่ระลึก จัดให้มีการสืบทอดทั้งในชุมชนและการส่งเสริมในด้านการศึกษ ส่งเสริมช่างที่มีให้มีโอกาสพัฒนาความคิดและมีมือรวมทั้งถ่ายทอดด้วยกระบวนการจัดการความรู้ในกลุ่ม และด้านการจัดการ สร้างความเข้มแข็งให้กลุ่มในด้านการจัดการ ผลิตตามความต้องการของตลาด ตั้งราคาที่เป็นธรรมจากคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมและเป็นของที่ระลึก สร้างและพัฒนากลยุทธ์ทั้งในและนอกพื้นที่ เสนอให้ใช้เทคนิคการขายทางวัฒนธรรม รวมทั้งพัฒนาการจัดการให้ครบวงจร บูรณาการทั้งการผลิตและการจำหน่าย ต้องการผลิตผลิตภัณฑ์ให้ทันกับความต้องการของลูกค้า ราคามือธรรม เน้นคุณค่าและมีการควบคุมคุณภาพ พัฒนาเป็นอาชีพ สร้างรายได้และต่อเนื่อง ความต้องการในด้านการผลิตและการจัดการที่ได้จากการปฏิบัติการจริง ทั้งกลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มผู้ซื้อ มีความต้องการในส่วนที่คล้ายกันคือ ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ทั้งการใช้สอยและเป็นของที่ระลึก คงอัตลักษณ์คือเป็นดินเผาไม่เคลือบผลิตด้วยมือ แปลกใหม่ทันสมัย สวยงามน้ำหนักเบาสะดวกต่อการพกพาและการปฏิบัติการการผลิตและการจัดการผลิตภัณฑ์คัดสรรจริงจังทั้ง 15 ผลิตภัณฑ์ ผนวกกับการประชุมปฏิบัติการเสนอผลงาน วิพากษ์และสร้างข้อสรุปร่วมกันเกี่ยวกับการผลิตและการจัดการเพื่อธุรกิจสร้างสรรค์ ได้ข้อสรุปที่เป็นหลักการที่สอดคล้องกันเกี่ยวกับการผลิตและการจัดการผลิตภัณฑ์เพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนี้

ข้อสรุปหลักการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แนวทางการพัฒนาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้องเป็นกระบวนการเดียวกัน โดยบูรณาการการผลิต การตลาดและการจัดการเป็นเรื่องเดียวกันครบวงจร
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้องเน้นการสร้างสรรค์ ริเริ่มดัดแปลงให้คงอัตลักษณ์และความต้องการของตลาด ทำแล้วต้องขายได้ ไม่ทิ้งของเดิมโดยสิ้นเชิง
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เกี่ยวข้องกับองค์การหรือกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาและผู้ซื้อหรือลูกค้าทั้งภายในและภายนอกจำนวนมาก การพัฒนาและการจัดการผลิตภัณฑ์จึงต้องเป็นการจัดการที่ดี ยึดหลักธรรมาภิบาลตามหลักบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 10 ประการในการจัดการโดยต้องยึดหลักประสิทธิผล (Effectiveness) หลักประสิทธิภาพ (Efficiency) หลักการตอบสนอง



(Responsiveness) หลักการรับผิดชอบ (Accountability) หลักความโปร่งใส (Transparency) หลักการมีส่วนร่วม (Participation) หลักการกระจายอำนาจ (Decentralization) หลักนิติธรรม (Rule of Law) หลักความเสมอภาค (Equity) และฉันทามติ (Consensus Oriented)

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทย รมัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการพัฒนาโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมจึงต้องยึด หลักการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางศิลปวัฒนธรรม

5. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทย รมัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการพัฒนาของใช้ที่มีความจำเป็นในการดำรงชีวิต จึงต้องยึดหลักประโยชน์ใช้สอยเป็นสำคัญ โดยของที่ผลิตต้องมีประโยชน์และใช้ประโยชน์ได้จริง

6. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทย รมัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการพัฒนาในเชิงธุรกิจจึงต้องยึดหลักการตลาดและ ความต้องการของตลาดเป็นสำคัญ

7. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทย รมัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบัน การ พัฒนาจึงต้องยึดหลักหลักการสร้างงาน การสร้างอาชีพและรายได้ที่สอดคล้องกับการพัฒนาในปัจจุบัน

8. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทย รมัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นงานทางวัฒนธรรมและความเป็นเอกลักษณ์ของชาติ การผลิตและการจัดการจึงต้องยึดหลักการสร้างคุณค่าและคงอัตลักษณ์และความเป็นไทย

นั่นคือ การผลิตต้องเน้นการมีประโยชน์ สร้างสรรค์ ทันสมัย สวยงาม ขนาด เล็ก น้ำหนักเบา สะดวกต่อการพกพา ผลิตเป็นอาชีพและมีรายได้ การดำเนินการพัฒนาการผลิต และจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรมัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเชิง บูรณาการทั้งการผลิตและการจำหน่ายอย่างสร้างสรรค์ใน 9 ขั้นตอน โดยศึกษาความต้องการของ ตลาด ศึกษาศักยภาพการผลิต คัดเลือกผลิตภัณฑ์เป้าหมาย วางแผนการผลิตและการตลาด ออกแบบและผลิตอย่างสร้างสรรค์ ตรวจสอบคุณภาพและตั้งราคา ดำเนินการด้านการตลาดและ จำหน่าย ติดตามประเมินผลและทบทวนและปรับปรุงพัฒนา ตามลำดับ ดังนี้

1. การศึกษาความต้องการของตลาด ดำเนินการเป็นอันดับแรกในขั้น การศึกษาภูมิปัญญาและแนวทางการพัฒนา ซึ่งได้ข้อสรุปว่าผู้ซื้อต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ ระลึก สวยงาม น้ำหนักเบา กะทัดรัด ใช้ประโยชน์ได้และมีเอกลักษณ์ของไทยรมัญภาคกลางและ ประเทศไทย

2. ศึกษาศักยภาพการผลิต ดำเนินการในขั้นศึกษาภูมิปัญญาและปัญหาการ ผลิต พบว่ากลุ่มแม่จะมีข้อจำกัดในด้านวัตถุดิบ การสืบทอด ช่างและการจัดการ แต่ยังมี ความสามารถพอในการผลิตให้สนองความต้องการของผู้ซื้อ ถ้าขายได้ในราคาที่ เป็นธรรม ใช้ในการ เลี้ยงชีพได้

3. คัดเลือกผลิตภัณฑ์เป้าหมาย ดำเนินการในขั้นสุดท้ายของการศึกษาแนว ทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เลือกผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อและความสามารถในการผลิต ของกลุ่มผู้ผลิต



4. วางแผนการผลิตการตลาดและออกแบบผลิตภัณฑ์ ดำเนินการเป็นขั้นตอนแรกของการพัฒนาการผลิตและการจัดการ โดยการสนทนากลุ่มและการประชุมปฏิบัติการกลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มผู้ซื้อในแต่ละพื้นที่ การคัดสรรผลิตภัณฑ์ ออกแบบการผลิต

การวางแผนเพื่อพัฒนาเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญต้องมีการพัฒนาด้านคุณภาพและรูปแบบสินค้าอย่างสม่ำเสมอ การออกแบบต้องทันสมัยเหมาะสมกับความนิยมของตลาด มีการจัดระดับคุณภาพมาตรฐานการผลิตเครื่องปั้นดินเผาด้านลวดลายต้องแกะสลักสวยงาม การจัดเตรียมผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเพื่อขายต้องมีลวดลายแกะสลักสวยงาม รูปแบบให้ตรงกับความต้องการมากที่สุด มีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาแบบใหม่ๆ โดยนำวัสดุอุปกรณ์เข้ามาเป็นส่วนประกอบของเครื่องปั้นดินเผาเพื่อเพิ่มความสวยงามให้กับผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญ และเพิ่มมูลค่าด้วยการนำวัสดุสี พลาสติกเพื่อตกแต่งลวดลาย สุดท้ายได้ผสมผสานระหว่างการนำวัสดุสีและพลาสติกเป็นส่วนประกอบของเครื่องปั้นดินเผา เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเครื่องปั้นดินเผาดังกล่าวเป็นที่ต้องการของตลาด

5. การผลิตและการจัดการอย่างสร้างสรรค์ ดำเนินการในขั้นปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มอบหมายและสร้างความเข้าใจในแบบของผลิตภัณฑ์คัดสรร ดำเนินการผลิตและสร้างตราสัญลักษณ์ สนับสนุนการผลิตและติดตามผล

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อระบบการตลาด เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องอาศัยฝีมือ และความคิดสร้างสรรค์ ในปัจจุบันตลาดของหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา มีการแข่งขันกันสูง กลุ่มผู้ผลิตจะต้องแสดงให้เห็นถึงคุณภาพที่ดี ประกอบด้วยการบริหารจัดการทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีกระบวนการประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดทำหน่วย และการส่งเสริมการตลาด จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์สนองตอบความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้ ดังนั้นการเสนอผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมของลูกค้าจึงเป็นการนำเสนอที่ดี

6. การตรวจสอบคุณภาพและตั้งราคา ดำเนินการเป็นขั้นสุดท้ายของการผลิต ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยกลุ่ม พร้อมกับร่วมพิจารณาสะท้อนคุณค่าและตั้งราคาผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาเป็นเครื่องกำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนซื้อสินค้าและบริการ การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผานั้นเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลาย ๆ ด้าน ไม่ใช่ต้นทุนของวัตถุดิบหรือต้นทุนในการดำเนินกิจการเท่านั้น ยังต้องพิจารณาถึงอำนาจซื้อของลูกค้า คู่แข่ง กระแสสังคม และต้องเข้าใจความต้องการ การยอมรับในราคาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ลูกค้าตั้งเป้าหมายจะซื้อด้วย การกำหนดราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาต้องใช้วิธีการกำหนดราคาตามคุณภาพ ความประณีตของงานและคุณภาพของดิน ราคาจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความประณีตของลวดลายในการแกะสลักที่ละเอียดและความยากง่ายในการปั้น

7. ดำเนินการด้านการตลาดและจำหน่าย ดำเนินการในขั้นปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์การจัดจำหน่าย เป็นการจัดหาแหล่งขายซึ่งปัจจุบันการจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางมีหลายลักษณะ ทั้งการตั้งร้านขายปลีกหรือจำหน่ายโดยตรงแก่ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าที่กลุ่ม การส่งไปจำหน่ายยังร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่าย ในตัวอำเภอหรือในจังหวัด การออกร้านตามงานเทศกาลต่าง ๆ งานแสดงสินค้าในกรุงเทพฯ และในส่วนภูมิภาค ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว และเป็นการเปิดตลาดเครื่องปั้นดินเผาให้สนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้น สมาชิกทุกคนที่จะช่วยเหลือกันใน



การแสวงหาช่องทางการตลาดเมื่อมีโอกาส กลุ่มต้องเรียนรู้เทคนิคในการขายแบบต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำการตลาดต่อไป โดยปรีชาผู้เชี่ยวชาญทางการตลาดหรือสถาบันมาช่วยกระจายสินค้าไปถึงตลาดเป้าหมาย การเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ต้องมีช่องทางการจำหน่ายเข้ามาเกี่ยวข้อง ช่องทางการจำหน่ายประกอบด้วย สถาบันการตลาด คนกลาง ธุรกิจการขายตัวสินค้า ธุรกิจการกระจายตัวสินค้า ธุรกิจการให้บริการทางการตลาด และสถาบันการเงิน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การจำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค และจำหน่ายโดยผ่านคนกลาง ระดับการค้าส่งหรือการค้าปลีก ซึ่งต้องพิจารณาจากลักษณะของสินค้า ลักษณะตลาดนโยบายของผู้ขายและสภาวะการแข่งขัน

การจัดการโดยการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านช่องทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคได้พบเห็นเว็บที่ขายสินค้าได้มากที่สุด เมื่อเป็นที่รู้จักแพร่หลายแล้วก็จะมีการบอกต่อแบบปากต่อปากก็จะทำให้มีผู้บริโภคเข้ามาโดยตรงมากขึ้น เป็นการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้กว้างขึ้น สามารถที่จะขยายไปสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายอื่นๆได้มากขึ้น สามารถเข้าถึงได้ไม่จำกัดจำนวน ไม่จำกัดเวลา ทำให้เกิดโอกาสในการทำตลาด เนื่องจากข้อมูลของผู้ผลิตลดลง ผู้ผลิตมีช่องทางกระจายสินค้าถึงมือผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น มีค่าใช้จ่ายต่ำและมีความเสี่ยงที่ลดลงจึงต้องพิจารณาว่าสินค้าของตนเหมาะกับผู้บริโภคกลุ่มใด และจะเลือกรูปแบบใดในการทำพาณิชย์เพื่อจะวางกลยุทธ์ให้เหมาะสมช่องทางการจำหน่ายและสถานที่จำหน่าย รูปแบบที่ดีที่สุด คือ การเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง โดยไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าสำคัญต่าง ๆ เป็นครั้งคราว จะมีโอกาสพบผู้บริโภคโดยตรง กลุ่มเป้าหมายจะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด

8. ติดตามประเมินผลและการส่งเสริมการตลาด ดำเนินการในขั้นการจัดการกลุ่มจัดระบบการติดตามประเมินผลควบคู่กับการควบคุมคุณภาพการผลิตรวมทั้งดำเนินการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่าง ๆ ในการติดตามประเมินผล กลุ่มได้จัดการการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง ได้มีการแจกนามบัตรติดต่อ ใช้แผ่นพับใบปลิว โฆษณาสินค้าตามหนังสือวารสารท้องถิ่น ลงนิตยสารข่าวเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย มีการเปิดตัวโดยการเข้าในกิจกรรมต่าง ๆ ที่พัฒนาการจังหวัด พัฒนาการอำเภอ ด้วยการใช้ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์ การประสานร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ รวมทั้งสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งทำให้เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงถือว่าเป็นการส่งเสริมการจำหน่ายที่ดีเปิดให้ความรู้แก่ชาวต่างประเทศ และนักศึกษาที่เข้ามาทำวิทยานิพนธ์ จัดทำปฏิทินเหตุการณ์ท่องเที่ยวและเป็นแหล่งศึกษาดูงานของประชาชนผู้สนใจทั่วไป

9. การทบทวนและปรับปรุงพัฒนา เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการผลิตและการจัดการ กลุ่มจัดให้มีการทบทวน แลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการผลิตและการจัดการในรอบปี เช่นเดียวภาสกรประชุมปฏิบัติการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ที่ดำเนินการในกระบวนการวิจัยโดยจัดระบบการติดตามประเมินผลทั้งจากภายในและภายนอก จัดประชุมทบทวนการดำเนินการในรอบปี จัดการความรู้การผลิตและการจัดการในกลุ่ม รวมทั้งสร้างข้อสรุปเพื่อการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ผลิตภัณฑ์คัดสรร 3 ใน 15 ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่คัดสรรเป็นตัวแทนการพัฒนาการผลิตและการจัดการ ประกอบด้วย (1) แผ่นทับกระดาดภาพเจดีย์มูเตาเอียงตั้งกลางแม่น้ำเจ้าพระยาของบ้านเกราะเกร็ด (2) ผลิตภัณฑ์โคมไฟรูปดอกบัวบ้านสามโคก (3) ผลิตภัณฑ์โมบายครอบครัวปลาบ้านเก่ง ทั้งสามผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นในด้านความแปลกใหม่ที่ได้จากภูมิปัญญา



การออกแบบ การปั้น การทำลวดลายและการเผาที่มีอยู่เดิมกับแนวคิดใหม่เกี่ยวกับความงาม สัญลักษณ์และการสร้างสรรค์ ด้านประโยชน์ใช้สอยที่คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยทั้งการใช้ในชีวิตประจำวัน เครื่องประดับตกแต่งและของที่ระลึก ด้านอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมไทย เน้นสัญลักษณ์และเอกลักษณ์ของไทยรามัญภาคกลาง สัญลักษณ์ตามสภาพที่ตั้งและทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ และด้านการตรงกับความต้องการของตลาด ทั้งกระบวนการการผลิตและการจัดการ มีการศึกษาความต้องการของผู้ซื้อ ศักยภาพในการผลิต แนวทางพัฒนาและความต้องการร่วมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการจัดการ โดยร่วมผลิต ร่วมจำหน่ายและร่วมจัดการอย่างครบวงจร ดังตาราง 6

ตาราง 6 สรุปการจัดการ 4p เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การจัดการ 4p เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง	
1.ผลิตภัณฑ์	การผลิตเน้นการมีประโยชน์ สร้างสรรค์ ทันสมัย สวยงาม ขนาดเล็ก น้ำหนักเบา สะดวกต่อการพกพา เป็นอาชีพและมีรายได้
2. ราคา	เป็นเครื่องกำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนซื้อสินค้าและบริการ
3. สถานที่จำหน่าย	เป็นการจัดหาแหล่งขาย ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรงไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าสำคัญๆ จะมีโอกาสพบผู้บริโภค และกลุ่มเป้าหมายจะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด
4. การส่งเสริมการตลาด	กลุ่มจัดระบบการติดตามประเมินผลควบคู่กับควบคุมคุณภาพการผลิต

โดยสรุป ดำเนินการพัฒนาการผลิตและจัดการผลิตภัณฑ์ตามแนวทางข้างต้น ภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางจะเป็นทุนทางวัฒนธรรมและมีบทบาทสำคัญอย่างแท้จริงในการพัฒนาประเทศ



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) แบบมีส่วนร่วม (Participative Research) ลักษณะการวิจัยพัฒนา (R & D) ดำเนินการวิจัยใน 3 พื้นที่เป้าหมายคือ บ้านเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี และบ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์ ที่เป็นชุมชนไทยรามัญ มีศูนย์เครื่องปั้นดินเผาและมีการสืบทอดหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาจากบรรพบุรุษต่อเนื่อง เก็บรวบรวมข้อมูลในภาคสนามด้วยการสังเกต (observation) การสัมภาษณ์ (interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) พร้อมกับการนำเสนอข้อมูลผลการวิจัยด้วยการเขียนเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ซึ่งมีความมุ่งหมายของการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ตามลำดับดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สรุปผล
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง
2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สรุปผล

1. ภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง
ภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเป็นความรู้ความสามารถการปั้นและผลิตของใช้จากดินเผาที่สร้างสรรค์ สั่งสม สืบทอดกันมาจนเป็นวัฒนธรรมพื้นบ้านและเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยรามัญ สืบทอดภูมิปัญญาการปั้นจากบรรพบุรุษชาวไทยรามัญที่อพยพจากเมืองมะตะมะ เมืองหงสาวดีและเมืองพะสิม สภาพแวดล้อมที่ตั้งชุมชนส่วนใหญ่เป็นเกาะกลางแม่น้ำและริมแม่น้ำและมีดินที่เป็นวัตถุดิบพิเศษแตกต่างจากดินทั่วไป จึงสร้างสรรค์ภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาจนมีชื่อเสียงแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมเป็นของใช้ในครัวเรือนได้แก่ โอ่ง อ่าง ครก กระถาง ฯลฯ ต่อมาพัฒนาเป็นของใช้สวยงามเพื่อเป็นเครื่องบรรณาการ เช่น หม้อน้ำลายจิตร กระจุกกำยานและของที่ระลึกอื่น ๆ



ปัจจุบันมีการพัฒนารูปแบบโดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย ทั้งเป็นของใช้ในครัวเรือน ของใช้ประดับบ้านและของบรรณาการหรือของที่ระลึก มีการพัฒนารูปแบบต่อเนื่องมาแต่ยังคงรักษารูปทรงเดิมของภาชนะเครื่องใช้และเครื่องบรรณานการนั้น ๆ วัตถุประสงค์ในการผลิตเดิมใช้ดินธรรมชาติที่เป็นดินเหนียวสีนวลปนเหลือง ที่มีธาตุเหล็กผสมอยู่เล็กน้อย เมื่อเผาแล้วมีสีแดงเนื้อดินละเอียดเนียนสีสวยขึ้นเงามันที่ได้จากแหล่งธรรมชาติแต่ปัจจุบันทั้งนนทบุรีและสามโคกใช้ดินเหนียวประดิษฐ์จากโรงงานโดยสั่งซื้อดินสำเร็จรูปจากโรงงานที่อำเภอสามโคก ส่วนบ้านแก่งมีบึงดินธรรมชาติที่ทางราชการสงวนไว้เพื่อส่งเสริมศิลปหัตถกรรมบ้านบ้านเป็นการเฉพาะ มีกระบวนการผลิต 4 ขั้นตอน ทั้งอดีตและปัจจุบัน คือ ขั้นตอนเตรียมดิน การขึ้นรูป การตกแต่งและการเผาตามลำดับ มีการผนวกพิธีกรรมในแต่ละขั้นเป็นการเฉพาะ เครื่องมืออุปกรณ์ประกอบด้วยแป้นหมุน เครื่องนวดดินและอุปกรณ์การแกะสลักและเครื่องมือเฉพาะตามความถนัดของช่างแต่ละคน ปัจจุบันพัฒนามาเป็นแป้นหมุน เครื่องนวดดินและอุปกรณ์การแกะสลักไฟฟ้าเป็นการทุ่นแรงและผลิตได้เร็วและมากขึ้น การแกะสลักและทำลวดลายมีความโดดเด่นแตกต่างกันไป กลุ่มเกาะเกร็ดมีความโดดเด่นในด้านการแกะสลักลวดลายบนภาชนะเครื่องปั้น เช่นลายลายวิจิตร ลายบัวคว่ำบัวหงายและลายเครือเถา ทั้งลายนูน ลายโปร่งและลายตัดแปะ กลุ่มบ้านสามโคก ไม่นิยมแกะสลักลวดลายบนภาชนะ แต่นำเครื่องปั้นดินเผามาประยุกต์ดัดแปลงใหม่โดยการนำผ้าไหมหรือผ้าฝ้ายมาประดับภาชนะเครื่องปั้น เรียกว่า เครื่องปั้นประดับผ้าไหม บ้านแก่งก็เช่นเดียวกันไม่มีการแกะลวดลายบนภาชนะเครื่องปั้นดินเผา เนื่องจากว่าช่างแกะสลักมีน้อย งานแกะลวดลายเป็นงานที่ต้องใช้เวลาานจึงไม่นิยมทำ แต่มาใช้วิธีการเพ้นสีเป็นภาพดอกไม้ ภาพต้นไม้และภาพสัตว์ต่างบนภาชนะเครื่องปั้น การควบคุมการผลิต อดีตมีการผลิตใช้ในครัวเรือนและจำหน่ายในชุมชน ควบคุมคุณภาพด้วยภูมิปัญญาช่าง ผลิตตามกำลังการผลิตของช่าง ไม่มีการควบคุมการผลิตในภาพรวม ปัจจุบันมีการรวมกลุ่มการผลิตและจำหน่าย ควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ทั้งจากภายในและภายนอกโดยหน่วยงานส่งเสริมหัตถกรรมพื้นบ้าน(OTOP) และมาตรฐานอุตสาหกรรมซึ่งหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง ได้รับการรับรองและประกาศเกียรติคุณด้านการผลิตต่อเนื่องมา เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาหม้อน้ำลายวิจิตรสีดา OTOP ปี พ.ศ. 2547 ระดับ ห้า ดาว บ้านเกาะเกร็ด และผลิตภัณฑ์หม้อน้ำสลักลายวิจิตรขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จังหวัดนนทบุรี ปี พ.ศ. 2553 เป็นอาทิ และผลิตภัณฑ์หม้อน้ำสลักลายวิจิตรได้รับให้เป็นตราสัญลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตกำหนดราคาเองจากค่าวัตถุดิบ รวมค่าขนส่ง ค่าอุปกรณ์ ค่าแรงและความยากง่ายของผลิตภัณฑ์ มีการจัดการการผลิตและจำหน่ายการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการผลิตและการจำหน่ายหลากหลายวิธี รวมทั้งการจำหน่ายทางอิเล็กทรอนิกส์ แต่การจัดการและองค์กรยังไม่ได้รับการส่งเสริมให้เข้มแข็งพอ

2. สภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในด้านการผลิต ยังใช้รูปแบบเพื่อใช้สอยแบบดั้งเดิม ขาดผู้สืบทอดช่างปั้นช่างแกะสลักลดน้อยลง ขาดการสร้างสรรค์ วัตถุประสงค์สูงขึ้น บ่อดินธรรมชาติมีแนวโน้มจะหมดไปในอนาคต แนวทางการพัฒนาด้านการผลิตต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ แบบตรงความต้องการของผู้ใช้ ให้มีการสืบทอดผ่านสถานศึกษา กลุ่มอาชีพและมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากภายนอก



ต่อเนื่อง ผลิตได้ไม่เพียงพอและไม่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ราคาไม่ได้มาตรฐานไม่สะท้อนคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ส่วนปัญหาด้านการจัดการ ขาดข้อมูลความต้องการผลิตภัณฑ์ ขาดแผนการผลิตและการตลาด ขาดระบบการควบคุมคุณภาพและคุณค่าผลิตภัณฑ์และองค์การจัดการจัดการยังไม่เข้มแข็ง แนวทางการพัฒนา ให้มีการจัดการผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ดี เพิ่มการประชาสัมพันธ์ เพิ่มการตลาดทั้งในและนอกชุมชน ตลาดออนไลน์ ตั้งราคาจากคุณค่าทางศิลปะและวัฒนธรรม ใช้มาตรการทางการตลาด 4Ps ให้เกิดผลต่อการสร้างรายได้สร้างอาชีพ

3. พัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จุดแข็งสำคัญในการผลิตคือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อมานาน ที่ตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพและเป็นแหล่งท่องเที่ยว มีโอกาสที่รัฐส่งเสริม มีจุดอ่อนที่การสืบสานทักษะฝีมือ ผลิตได้ไม่ตรงกับความต้องการของตลาดและมีอุปสรรคด้านเงินทุนและความต่อเนื่องของการพัฒนา ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องการให้ผลิต ที่ได้ทั้งการรักษาอัตลักษณ์ ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ ลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้น้ำหนักเบา พกพาง่ายเป็นของที่ระลึกได้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดำเนินการพัฒนาคู่มือทั้งการผลิตและการจัดการทางการตลาด โดยการพัฒนากิจกรรมผลิตภัณฑ์ ต้องศึกษาความต้องการของผู้ซื้อ สังเคราะห์ความต้องการร่วม เลือกผลิตภัณฑ์คัดสรรโดยยึดเกณฑ์คุณค่า คงอัตลักษณ์ไทย มีประโยชน์ สร้างสรรค์ ทันสมัย ขนาดเล็ก น้ำหนักเบา สะดวกต่อการพกพาและผลิตเป็นอาชีพและมีรายได้ ดำเนินการพัฒนากิจกรรมผลิตและการจัดการโดยยึดหลักบูรณาการ สร้างสรรค์และธรรมาภิบาล หลักการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางศิลปะและวัฒนธรรม หลักประโยชน์ใช้สอย หลักการตลาดและความต้องการของตลาดและหลักการสร้างอาชีพและรายได้ โดยดำเนินการพัฒนาเชิงบูรณาการใน 9 ขั้นตอน โดยศึกษาความต้องการของผู้ซื้อ ศึกษาศักยภาพการผลิต วางแผนการผลิตและการตลาด ออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ผลิตผลิตภัณฑ์คัดสรร ตรวจสอบคุณภาพและตั้งราคา จัดสถานที่จำหน่าย ส่งเสริมการตลาด ประเมินผลและปรับปรุงพัฒนา ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่ร่วมคัดเลือกเป็นตัวแทน ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์โคมไฟดินเผา นาฬิกา แจกัน แผ่นทับกระดาษ และพวงกุญแจดินเผาของเกาะเกร็ด ผลิตภัณฑ์โคมไฟรูปดอกบัว แจกันดอกบัว ชุดเซตสปาบัวตูมบัวบาน จานดอกบัวดินเผาและชุดรองแก้วน้ำรูปดอกบัวของสามโคก ผลิตภัณฑ์โคมไฟรูปปลาเสือตอ กระถางต้นไม้แฟนซีปลาเสือตอ แจกันปลาเสือตอ เตาน้ำมันหอมสปาและโมบายครอบครัวปลาของบ้านแก่ง ผลิตภัณฑ์คัดสรรเป็นตัวแทนประกอบด้วย (1) แผ่นทับกระดาษภาพเจดีย์มูเตอียงตั้งกลางแม่น้ำเจ้าพระยาของบ้านเกราะเกร็ด (2) ผลิตภัณฑ์โคมไฟรูปดอกบัวบ้านสามโคก (3) ผลิตภัณฑ์โมบายครอบครัวปลาบ้านแก่ง ทั้งสามผลิตภัณฑ์มีลักษณะสร้างสรรค์ แปลกใหม่ มีประโยชน์ใช้สอย คงอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมไทยและตรงกับความต้องการของผู้ใช้ นำไปสู่การสร้างคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสร้างรายได้

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางจึงต้องพัฒนาทั้งการผลิตและการจัดการอย่างบูรณาการ โดยการผลิตต้องได้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะสร้างสรรค์ แปลกใหม่ มีประโยชน์ใช้สอย คงอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมไทยและตรงกับความต้องการของผู้ใช้ การจัดการต้องจัดการคาบเกี่ยวทั้งผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา สถานที่จำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด พัฒนาใน 9 ขั้นตอน ที่จะนำไปสู่การสร้างคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม



มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและการสร้างรายได้ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่เป็นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนและพัฒนาประเทศที่เป็นรูปธรรม

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้ข้อค้นพบสำคัญสามารถอภิปรายผลเพิ่มเติม ดังนี้

1. ภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง

1.1 ผลการวิจัยพบว่า ภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเป็นความรู้ความสามารถการปั้นและผลิตของใช้จากดินเผาที่สร้างสรรค์ ส่งสม สืบทอดกันมาจนเป็นวัฒนธรรมพื้นบ้านและเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยรามัญ เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาการปั้นจากบรรพบุรุษชาวไทยรามัญที่อพยพจากเมืองมะละแหมะ เมืองหงสาวดีและเมืองพะลิมตามสภาพแวดล้อมที่ตั้งชุมชนที่เป็นเกาะกลางแม่น้ำ ริมแม่น้ำและมีดินที่เป็นวัตถุดิบพิเศษแตกต่างจากดินทั่วไปมีข้ออภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

ภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเป็นความรู้ความสามารถการปั้นและผลิตของใช้จากดินเผาที่สร้างสรรค์ ส่งสม สืบทอดกันมาจนเป็นวัฒนธรรมพื้นบ้านและเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยรามัญ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเป็นภูมิปัญญาอณูดั้งเดิมที่สืบทอดมาได้อย่างยั่งยืนและได้รับการยอมรับเป็นส่วนหนึ่งของภูมิปัญญาและวัฒนธรรมไทย เหตุผลของความยั่งยืนและการยอมรับนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าเกิดจากสาเหตุสำคัญ 4 ประการ ประการแรกคือความผูกพันในภูมิภานาเดิมและชาติพันธุ์มอญที่ไม่มีประเทศเป็นบ้านของตนเองของชาวไทยรามัญ จึงมีความผูกพันสูงกับสิ่งที่สืบทอดจากบรรพบุรุษและต้องการให้เป็นเอกลักษณ์ของเผ่าตน ประการที่สอง เนื่องจากการยอมรับชนชาติมอญของคนไทย นับเป็นญาติพี่น้องและเป็นเครือญาติมาแต่อดีต ที่สำคัญคือมอญช่วยไทยรบพม่า ประการที่สาม ภูมิประเทศทั้งเกาะเกร็ด สามโคกและบ้านแก่ง ล้วนเป็นทำเลที่เป็นที่ลุ่ม อุดมด้วยดินเหนียวที่เป็นวัตถุดิบในการปั้นประกอบกับภูมิปัญญาเดิมชาวไทยรามัญจึงสืบสานต่อเนื่องและประการที่สี่ ประโยชน์และความจำเป็นในการประกอบอาชีพ ชาวไทยรามัญสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นและมีประโยชน์การดำรงชีวิตและเป็นอาชีพได้มาแต่อดีต ด้วยประโยชน์ของเครื่องปั้นดินเผาทั้งในการเป็นสิ่งของเครื่องใช้และเครื่องบรรณาการหรือของที่ระลึกในปัจจุบันทำให้เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางมีการสืบทอดมาจนปัจจุบัน และพร้อมที่จะได้รับการพัฒนาให้เป็นปัจจัยการผลิตสำคัญในการพัฒนาชุมชนและการพัฒนาประเทศ

วัฒนธรรมมอญเป็นวัฒนธรรมที่เคยรุ่งเรืองมาก่อน แพร่เข้าสู่ประเทศไทยพร้อมกับคนมอญ ได้รับการยอมรับและปรับปรนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไทย สอดคล้องกับแนวคิดตามทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมที่กล่าวว่า วัฒนธรรมจะแพร่กระจายจากวัฒนธรรมที่เข้มแข็งกว่าหรือเจริญรุ่งเรืองมากกว่าสู่วัฒนธรรมที่อ่อนแอกว่าเสมอ นอกจากนั้นยังได้รับการยอมรับปรับปรนเป็นจนเป็นส่วนหนึ่งของตนเอง สอดคล้องกับผลการวิจัยของชาติรี เกษโพทอง (2554 : 150-160) ที่ศึกษาการสืบสานวัฒนธรรมมอญเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันในการใช้สื่อของเด็กและเยาวชนในจังหวัดปริมณฑล และพบว่า การสร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมแก่เด็กและเยาวชนมอญนั้นต้องดำเนินการให้เยาวชนเห็น



คุณค่า ยอมรับ ร่วมกิจกรรมการสืบสานได้ประโยชน์จากกิจกรรมสืบสานเครื่องปั้นดินเผาอยู่เป็นสำคัญ

1.2 ผลการวิจัยพบว่า แบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมเป็นของใช้ในครัวเรือนได้แก่ โอ่ง อ่าง ครก กระถาง ฯลฯ และของใช้ประเภทสวยงามเพื่อเป็นเครื่องบรรณาการ เช่น หม้อน้ำลายจิตร กระจุกกำยานและของที่ระลึกอื่น ๆ ปัจจุบันมีการพัฒนารูปแบบโดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย ทั้งเป็นของใช้ในครัวเรือน ของใช้ประดับบ้านและของบรรณาการหรือของที่ระลึก มีการพัฒนารูปแบบต่อเนื่องมาแต่ยังคงรักษารูปทรงเดิมของภาชนะเครื่องใช้และเครื่องบรรณานการนั้น ๆ มีข้ออภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

การที่รูปแบบเครื่องปั้นดินเผาค่อย ๆ พัฒนาจากการผลิตเพื่อประโยชน์ใช้สอยในครัวเรือนจนปัจจุบันมีประเภทและรูปแบบที่มากขึ้นหลากหลายนั้น เป็นวิวัฒนาการตามวิวัฒนาการของสังคมที่ปรับเปลี่ยนไปตามบริบทของสังคมในแต่ละช่วงเวลา อดีตสังคมไทยรามัญภาคกลางเป็นสังคมอพยพและแรกเริ่มการตั้งถิ่นฐาน การทำมาหากินเป็นเรื่องที่มีความสำคัญสูงสุด การปรับใช้ภูมิปัญญาในสังคมยุคนั้นจึงเน้นการผลิตเพื่อใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิตเป็นสำคัญ ผลิตภัณฑ์จึงเป็นประเภทที่ใช้ที่จำเป็นในครัวเรือนก่อนคือ โอ่ง อ่าง หม้อน้ำ ถ้วยชามเครื่องใช้ในครัวเรือน ระยะเวลาต่อมาบ้านเมืองเจริญมากขึ้น ชาวไทยรามัญภาคกลางจึงผลิตผลิตภัณฑ์ใช้สอยอย่างอื่นมากขึ้น เช่น กระถางต้นไม้ เครื่องประดับบ้าน รวมทั้งเครื่องบรรณาการที่งดงามที่อาศัยฝีมือช่างเป็นการเฉพาะเพื่อการสร้างรายได้จากการจำหน่ายในกรุงเทพมหานครที่เป็นตลาดหลักและชุมชนอื่น ๆ ใกล้เคียง จนปัจจุบันสังคมเปลี่ยนไป ความจำเป็นในการใช้โอ่ง อ่างเครื่องปั้นดินเผามีน้อยลง การผลิตประเภทของใช้ในครัวเรือนลดลง หันมาผลิตประเภทของที่ระลึกและของใช้ตกแต่งสถานที่และบ้านเรือนมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เน้นการใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมในสังคมเป็นทุนที่เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนา

สอดคล้องกับทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม เครื่องปั้นดินเผาเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทยรามัญมาแต่อดีต เมื่อภาวะแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา เครื่องปั้นดินเผาคงรักษาความเป็นเครื่องปั้นดินเผาอยู่ได้เพราะมีการปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ให้มีประโยชน์ต่อสังคมอยู่เสมอ สอดคล้องกับการวิจัยของวิภา แก้วปานกัน (2552 : 163-163) ที่ได้วิจัยศึกษาแนวทางการพัฒนาหัตถกรรมเครื่องจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดนครราชสีมาเพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชน พบว่า แนวทางการพัฒนาหัตถกรรมเครื่องจักสานไม้ไผ่ ต้องพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ ให้มีลักษณะเด่น ไม่เหมือนใคร เป็นเอกลักษณ์ในท้องถิ่น และเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและประเพณีวัฒนธรรม สภาพอายุ และวัย ต้องการพัฒนาด้านประโยชน์ใช้สอย โดยควรจัดทำให้เหมาะสมกับสภาพการใช้สอยให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นที่สืบเนื่องกันมา

1.3 ผลการวิจัยพบว่า วัตถุดิบเดิมใช้ดินธรรมชาติ ที่เป็นดินเหนียว สีนวลปนเหลือง ที่มีธาตุเหล็กผสมอยู่เล็กน้อย เมื่อเผาแล้วมีสีแดงเนื้อดินละเอียดเนียนสีสวยขึ้นเงามันที่ได้จากแหล่งธรรมชาติแต่ปัจจุบันทั้งนนทบุรีและสามโคกใช้ดินเหนียวประดิษฐ์จากโรงงานโดยสั่งซื้อดินสำเร็จรูปจากโรงงานที่อำเภอสามโคก ส่วนบ้านแก่งมีบึงดินธรรมชาติที่ทางราชการสงวนไว้เพื่อส่งเสริมศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นการเฉพาะ มีกระบวนการผลิต 4 ขั้นตอนทั้งอดีตและปัจจุบันคือ ขั้นตอนเตรียมดิน การขึ้นรูป การตกแต่งและการเผาตามลำดับ มีการผนวกพิธีกรรมในแต่ละขั้นเป็นการเฉพาะ



เครื่องมืออุปกรณ์ประกอบด้วยแป้นหมุน เครื่องนวดดินและอุปกรณ์การแกะสลักและเครื่องมือเฉพาะตามความถนัดของช่างแต่ละคน ปัจจุบันพัฒนามาเป็นแป้นหมุน เครื่องนวดดินและอุปกรณ์การแกะสลักไฟฟ้าเป็นการทุ่นแรงและผลิตได้เร็วและมากขึ้น มีข้ออภิปรายเพิ่มเติมดังนี้

ดินเหนียวที่เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตเดิมเป็นดินที่มีคุณสมบัติและลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในพื้นที่ เป็นดินเหนียวธรรมชาติที่มีส่วนผสมของดิน ประกอบกับภูมิปัญญาการใช้ทรายผสมในอัตราที่พอเหมาะและการเผาด้วยฟืนและการควบคุมอุณหภูมิที่พอดีทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีสีสวยงามแตกต่างกัน ผิวนูนเงาโดยไม่ต้องเคลือบเป็นลักษณะเด่นของเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง ส่วนกระบวนการและเครื่องมืออุปกรณ์การผลิตนั้น ส่วนใหญ่ยังใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ดั้งเดิมมา เนื่องจากเป็นงานศิลปหัตถกรรม การผลิตยังคงเน้นให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยมือ อุปกรณ์หลักจึงยังคงใช้แบบเดิมแต่มีการพัฒนาใช้เป็นอุปกรณ์ไฟฟ้า ที่ช่วยทุ่นแรง เพิ่มความเร็วและความสะดวกในการนวดดินและการขึ้นรูป ส่วนการทำลวดลาย การแกะสลักมีการพัฒนาเครื่องมือขึ้นใช้ตามความถนัดของช่าง โดยในกระบวนการผลิตการออกแบบรูปทรงจึงมีความสำคัญสูงสุด ควบคู่กับการสืบสานและพัฒนาฝีมือช่างให้สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากขึ้นโดยปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์โดยยึดประโยชน์และตามความต้องการของผู้ซื้อเป็นสำคัญ

สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของสาคร คันธโชติ (2528 : 27-41) ที่ยึดหน้าที่ใช้สอย การประหยัด ความแข็งแรง วัสดุ โครงสร้าง ความงาม และลักษณะเด่นพิเศษเฉพาะอย่างเป็นหลักคิดในการพัฒนา สอดคล้องกับการวิจัยของ อรัญ วานิชกร (2555 : ออนไลน์) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกเครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลเกาะเกร็ด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการผลิตและความต้องการของนักท่องเที่ยวตลอดจนพัฒนาเครื่องปั้นดินเผาแบบใหม่ที่สอดคล้องกับบริบทสังคมเมือง พบว่า ด้านการผลิต ดินที่ใช้ปั้นในปัจจุบันเป็นดินที่ได้จากจังหวัดปทุมธานี ลักษณะของสีที่ได้จากการเผาได้แก่ สีส้ม สีแดง สีเทา สีดำ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอุณหภูมิในการเผา ยิ่งอุณหภูมิสูงสีจะเข้มขึ้นตามลำดับ เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดมีจุดเด่นอยู่ที่การผลิตขึ้นรูปด้วยมือ โดยใช้แป้นหมุน มีลวดลายจากการแกะสลักที่วิจิตรอ่อนช้อยและรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นงานหัตถกรรมอย่างแท้จริง เนื้อดินเผาผิวพื้นผิวธรรมชาติไม่มีการเคลือบใดๆ เมื่อสัมผัสจะรู้สึกเย็นสามารถบำบัด ผ่อนคลายได้ ส่วนข้อจำกัดคือ ไม่สามารถผลิตครั้งละมากได้เนื่องจากงานมีความละเอียดประณีตสูง ช่างปั้นและช่างแกะลวดลายที่มีความชำนาญมีน้อย เติมน้ำขนาดใหญ่ ต้องรอเตาเต็มจึงจะมีการเผาเพื่อประหยัดพลังงาน ฤดูกาลเปลี่ยนแปลง ฝนตก น้ำท่วม ขาดรูปแบบเรียบง่าย รูปแบบที่มีส่วนใหญ่วางราคาสูงและไม่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการใช้งาน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อเป็นของฝากของที่ระลึก นำไปตกแต่ง ต้องการความเป็นไทยร่วมสมัยมากขึ้น โดยต้องการรูปแบบที่ได้แรงบันดาลใจจากธรรมชาติ มีความแตกต่างและเน้นประโยชน์ใช้สอย รูปแบบที่พัฒนาเอกลักษณ์ของเกาะเกร็ดคือรูปทรงของหม้อลายวิจิตรและรูปทรงของเจดีย์เอียงของวัดปรมัยยิกาวาส ผลิตภัณฑ์ที่มีพื้นผิวสัมผัสที่เย็น มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้มากขึ้น เน้นการประดับตกแต่งและใช้งานบนโต๊ะ

1.4 ผลการวิจัยพบว่า การแกะสลักและทำลวดลายมีความโดดเด่นแตกต่างกันไป กลุ่มเกาะเกร็ดมีความโดดเด่นในด้านการแกะสลักลวดลายบนภาชนะเครื่องปั้น เช่น ลายลายวิจิตร ลายบัวคว่ำบัวหงายและลายเครือเถา ทั้งลายนูน ลายโปร่งและลายตัดแปะ กลุ่มบ้านสามโคก ไม่นิยมแกะสลักลวดลายบนภาชนะ แต่นำเครื่องปั้นดินเผามาประยุกต์ดัดแปลงใหม่โดยการนำผ้าไหม



หรือผ้าฝ้ายมาประดับภาชนะเครื่องปั้น เรียกว่า เครื่องปั้นประดับผ้าไหม บ้านแก่งก็เช่นเดียวกันไม่มีการแกะสลักลายบนภาชนะเครื่องปั้นดินเผา เนื่องจากว่าช่างแกะสลักมีน้อย งานแกะสลักลายเป็นงานที่ต้องใช้เวลานานจึงไม่นิยมทำ แต่มาใช้วิธีการเพ้นสีเป็นภาพดอกไม้ ภาพต้นไม้และภาพสัตว์ต่างบนภาชนะเครื่องปั้น การควบคุมการผลิต อดีตมีการผลิตใช้ในครัวเรือนและจำหน่ายในชุมชน ควบคุมคุณภาพด้วยภูมิปัญญาช่าง ผลิตตามกำลังการผลิตของช่าง ไม่มีการควบคุมการผลิตในภาพรวม มีข้ออภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

การที่แต่ละกลุ่มมีจุดเน้นด้านลวดลายแตกต่างกัน โดยนนทบุรียังคงเน้นแบบลวดลายดั้งเดิม พัฒนาด้วยการแกะ ฉลุปรุ้งและการตัดแปะ อาจเนื่องจากสองสาเหตุสำคัญ ประการแรกอาจเนื่องจากช่างแกะเก๋มีกรรมสิทธิ์สืบทอดทักษะฝีมือการแกะและการทำลวดลายต่อเนื่อง ประการที่สองอาจเนื่องจากหมอน้ำลายวิจิตรเป็นต้นแบบที่ได้รับการยอมรับในความงดงามและคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมจนได้รับให้ใช้เป็นตราประจำจังหวัดนนทบุรี ยังคงความภาคภูมิใจพัฒนาและส่งเสริมต่อเนื่องมาโดยตลอด ส่วนบ้านสามโคกและบ้านแก่งแม้จะรักษาแบบเดิมไว้แต่อาจเนื่องจากข้อจำกัดด้านช่าง จึงประยุกต์มาใช้ในการตกแต่งผ้าและการวาดภาพดอกไม้ ต้นไม้ที่เป็นความงามที่อาศัยธรรมชาติแทน ไม่ว่าจะเป็นวิธีการใดต่างเน้นการสร้างคุณค่าและการขายได้ในราคาที่แพงขึ้นเป็นสำคัญ

1.5 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจุบันมีการรวมกลุ่มการผลิตและจำหน่าย ควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ทั้งจากภายในและภายนอกโดยหน่วยงานส่งเสริมหัตถกรรมพื้นบ้าน(OTOP) และมาตรฐานอุตสาหกรรมซึ่งหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง ได้รับการรับรองและประกาศเกียรติคุณด้านการผลิตต่อเนื่องมา เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาหมอน้ำลายวิจิตรสีดา OTOP ปี พ.ศ. 2547 ระดับ ห้า ดาว บ้านเกาะเกร็ด และผลิตภัณฑ์หมอน้ำสลักลายวิจิตร ขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จังหวัดนนทบุรี ปี พ.ศ. 2553 เป็นอาทิ และผลิตภัณฑ์หมอน้ำสลักลายวิจิตรได้รับให้เป็นตราสัญลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตกำหนดราคาเองจากค่าวัตถุดิบ รวมค่าขนส่ง ค่าอุปกรณ์ ค่าแรงและความยากง่ายของผลิตภัณฑ์ มีการจัดการการผลิตและจำหน่ายการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการผลิตและการจำหน่ายหลากหลายวิธี รวมทั้งการจำหน่ายทางอิเล็กทรอนิกส์ แต่การจัดการและองค์กรยังไม่ได้รับการส่งเสริมให้เข้มแข็งพอ มีข้ออภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

การจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางมีการพัฒนามาจากการผลิตและสืบทอดในระบบครัวเรือนมาเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายในชุมชนและชุมชนใกล้เคียงเพื่อสร้างรายได้อย่างเป็นรูปธรรมและกำลังพัฒนามาเป็นการจัดการในเชิงธุรกิจมากขึ้นในลักษณะธุรกิจครัวเรือน และการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาขึ้น มีระบบการจัดการทั้งการผลิตโดยเฉพาะในด้านคุณภาพ รูปแบบตามความต้องการของตลาดและการจัดการด้านการตลาดนั้น เนื่องจากความต้องการในการใช้ในครัวเรือนลดน้อยลง มีการใช้ผลิตภัณฑ์จากภายนอกมากขึ้น อย่างไรก็ตามเครื่องปั้นดินเผาก็ยังมีความสำคัญในฐานะเป็นอาชีพทั้งอาชีพหลักและอาชีพเสริม การรวมกลุ่มการผลิตเป็นพัฒนาการในการจัดการผลิตภัณฑ์ ประกอบกับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการช่วยเหลือ จากหน่วยงานของรัฐ ทำให้เกิดการพัฒนาผลิตเครื่องปั้นดินเผาในรูปแบบที่มีความทันสมัยตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น ปัจจุบันกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาทั้ง 3 พื้นที่เป็นการรวมตัวกันแบบหลวม ๆ มีการพัฒนาการเรียนรู้ของกลุ่ม การสร้างรายได้และความมั่นคงทางสังคมได้



และการที่ผลิตผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ช่วยให้สมาชิกของชุมชนมีรายได้สู่ครอบครัวและชุมชนของสังคมได้

สอดคล้องกับทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยมที่เป็นความพยายามรักษาสถิติของหน้าที่ของเครื่องปั้นดินเผาในขณะเดียวกันก็สอดคล้องกับทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนบทบาท หน้าที่และวิธีการให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่ สอดคล้องกับการวิจัยของ ทศนา หงส์มา (2555 : 93 - 94) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้บริโภค พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าอาหารเพื่อเป็นของฝาก/ของที่ระลึก ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP เรียงลำดับจากมากไปหาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านการจัดจำหน่าย

2. สภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง

2.1 ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านการผลิต ยังใช้รูปแบบเพื่อใช้สอยแบบดั้งเดิม และกำลังปรับเป็นประเภทของที่ระลึกมากขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ใช้ในครัวเรือนเดิมมีการใช้น้อยมาก ในปัจจุบัน ขาดผู้สืบทอด ช่างปั้นช่างแกะสลักลดน้อยลง ขาดการสร้างสรรค์ วัตถุดิบราคาสูงขึ้น บ่อดินธรรมชาติมีแนวโน้มจะหมดไปในอนาคต แนวทางการพัฒนาด้านการผลิตต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ แบบตรงความต้องการของผู้ใช้ ให้มีการสืบทอดผ่านสถานศึกษา กลุ่มอาชีพและมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากภายนอกต่อเนื่อง มีข้ออุปสรรคเพิ่มเติม ดังนี้

การผลิตยังคงใช้รูปแบบเดิมที่เน้นประโยชน์ใช้สอยและกำลังปรับเปลี่ยนเป็นประเภทของที่ระลึกมากขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ประเภทใช้ในครัวเรือนนั้นปัจจุบันมีการใช้น้อยมาก ผลิตภัณฑ์จึงได้ปรับเปลี่ยนเป็นประเภทสวยงามและของที่ระลึกมากและที่สำคัญคือช่างฝีมือลดน้อยลง และขาดการส่งเสริมการสืบทอดอย่างเป็นระบบ การสืบทอดในระบบครอบครัวมีน้อยลงและการสืบทอดในกลุ่มยังขาดระบบการส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการพัฒนาทักษะฝีมือจะต้องดำเนินการควบคู่กับการพัฒนาทักษะฝีมือในการออกแบบผลิตภัณฑ์ กล่าวกลุ่มจะต้องมีการจัดการการผลิตอย่างเป็นระบบ โดยรูปแบบต้องคำนึงถึง หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ 9 ประการ คือ หน้าที่ใช้สอย ความปลอดภัย ความแข็งแรง ความสะดวกสบายในการใช้ ความสวยงาม ราคาพอสมควร การซ่อมแซมง่าย โดยผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ มีที่มา ผลิตออกในเวลาเหมาะสม ราคาพอสมควร มีข้อมูลข่าวสาร เป็นที่ยอมรับ อายุการใช้งาน ความแข็งแรง คงทนต่อสภาพของการใช้งาน หรือประโยชน์ใช้สอย วัสดุหรือรูปทรงที่เน้นความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำใครและเหมาะสมกับสภาพความต้องการ และการดำรงชีวิตของมนุษย์ตามยุคสมัยเป็นสำคัญ นอกจากนั้นผลการวิจัยพบว่า เยาวชนรุ่นหลังมีความสนใจในอาชีพเครื่องปั้นดินเผาน้อย จึงทำให้ขาดบุคลากรในด้านช่างปั้น ช่างแกะสลักลาย ผู้วิจัยมีความเห็นว่ากลุ่มเครื่องปั้นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องตระหนักก็ต้องส่งเสริมให้ลูกหลานและเยาวชนรุ่นใหม่ได้มีการเรียนรู้ในงานกิจกรรมเครื่องปั้นดินเผาซึ่งเป็นภูมิปัญญาและเป็นมรดกที่สืบทอดกันมาให้มากขึ้น

สอดคล้องกับผลการวิจัยของกัลยา แก้วประดิษฐ์ (2555 : 30) ที่ทำการวิจัยเกี่ยวกับภูมิปัญญาพื้นบ้าน พบว่าภูมิปัญญาพื้นบ้านมีความสำคัญมากที่คนชุมชนท้องถิ่น ต้องอนุรักษ์ สืบสานถ่ายทอดให้ดำรงอยู่ เพื่อให้ชุมชนมีภูมิคุ้มกันจากกระแสยุคโลกาภิวัตน์ ภูมิปัญญาเป็นส่วนหนึ่ง



ของวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน ถ้าภูมิปัญญาสูญหายหรือไม่ได้สืบทอดเพียงหนึ่งชั่วอายุคนสังคมนั้นต้องเริ่มนับหนึ่งใหม่ในการดำเนินชีวิตให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของสังคมไทยในปัจจุบัน

ต้องถ่ายทอดภูมิปัญญาที่บรรพบุรุษสั่งสมไว้ให้รุ่นลูกหลานได้เรียนรู้สืบสานและพัฒนาให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มสูงขึ้น การวิจัยของอนุชิต กุลมาลา (2552 : 444-449) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านงานจักสานไม้ไผ่ เพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ ในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านงานจักสานไม้ไผ่ ยังคงไว้ซึ่งคุณค่าของงานหัตถกรรมพื้นบ้านตามแบบบรรพบุรุษและที่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพการณ์ของสังคมปัจจุบันปัญหาด้านวัตถุดิบ สภาพปัจจุบันขาดแคลนดิน ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการทำเครื่องปั้นดินเผา มีค่าใช้จ่ายในการขนส่งดินสูง และหน่วยงานของรัฐแบ่งพื้นที่ที่เป็นแหล่งวัตถุดิบไปทำประโยชน์ด้านอื่นมาก จึงทำให้ผู้ผลิตแก้ปัญหาเฉพาะหน้าโดยการซื้อวัตถุดิบที่สำเร็จรูปมาใช้ เฉพาะงานที่รับมาเท่านั้นมีข้ออภิปรายเพิ่มเติม คือการแก้ปัญหาเรื่องดินผู้วิจัยมีความเห็นว่ากลุ่มเครื่องปั้นดินเผาควรรวมตัวกันจัดกิจกรรมที่ครบวงจร ได้แก่การผลิตและการหาตลาดจำหน่าย เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญ ใช้หลักการแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนเข้ามาบริหาร เป็นกิจกรรมที่เรียกร้องความสนใจจากหน่วยภาครัฐและเอกชนเข้ามาช่วยกันดำเนินงานและร่วมกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาได้

สอดคล้องกับผลการวิจัยของชลพรรณ ดวงนภา (2552 : 344 – 346) ที่ศึกษาการใช้หลักเศรษฐศาสตร์เชิงพุทธในการจัดการป่าวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน จังหวัดตราด พบว่า แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดตราด ในการจัดการป่าวัฒนธรรมต้องเป็นกิจกรรมที่ครบวงจร ได้แก่ การผลิต การแปรรูปผลผลิตที่ได้จากป่าและการหาตลาดจำหน่ายผลผลิต มีการทำงานที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจชุมชน เป็นกิจกรรมที่บุคคล องค์กรชุมชนหรือเอกชนร่วมกิจการช่วยกันดำเนินงานด้วยตนเองทั้งหมด รวมทั้งมีการประสานทำงานกับพหุภาคีและผู้คนในท้องถิ่น มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสม ช่วยเหลือการผลิต การตลาด ทุนและการจัดการร่วมกัน

2.2 ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาด้านการตลาด ผลิตได้ไม่เพียงพอและไม่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ราคาไม่ไม่ได้มาตรฐานไม่สะท้อนคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ ตลาดจำกัดเฉพาะในชุมชนหรือในกลุ่ม แนวทางการพัฒนาให้มีการตั้งราคาจากคุณค่าทางศิลปะและวัฒนธรรม ใช้เทคนิคด้านการตลาด 4Ps ประชาสัมพันธ์และเพิ่มตลาดทั้งในและนอกพื้นที่ มีข้ออภิปรายเพิ่มเติมดังนี้

การที่กลุ่มมีปัญหาด้านการตลาด ทั้งผลิตภัณฑ์ขายไม่ได้ ขาดรายได้และสินค้าไม่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้นั้น เนื่องจากขาดการจัดการที่ประสานสัมพันธ์กันในการผลิตและการตลาดและขาดการจัดการอย่างเป็นระบบ ทั้งการศึกษาความต้องการของผู้ซื้อ การศึกษาเจาะกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้เฉพาะ รวมทั้งการจัดและบริการด้านการตลาดให้มากขึ้น การเสนอให้ตั้งราคาจากคุณค่าทางศิลปะและวัฒนธรรมนั้น เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ฐานวัฒนธรรม ราคาของผลิตภัณฑ์ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะประโยชน์ใช้สอยแต่ต้องเน้นวิธีการผลิตที่ผลิตด้วยมือเท่านั้น ความงดงามทางศิลปะ ความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ความยุ่งยากในการผลิตและความหายากหรือมีจำกัด การตลาดจึงต้องเริ่มจากการกำหนดราคาที่เหมาะสม บนฐานคุณค่าทางศิลปะและวัฒนธรรมเป็นสำคัญ โดยเน้น



วัตถุดิบ ที่มา วิธีการผลิตและความเป็นสัญลักษณ์ ราคาจึงขึ้นอยู่กับต้นทุนที่เป็นวัตถุดิบ ทั้งต้นทุนทางภูมิปัญญาบวกกับคุณค่าทางวัฒนธรรมและความพึงพอใจของผู้ซื้อเป็นสำคัญ ส่วนข้อเสนอให้มีการจัดการตามเทคนิคการตลาด 4Ps นั้นเป็นเทคนิคทางธุรกิจทั่วไป แต่จะเน้นการควบคุมคุณภาพในขั้นการผลิต ราคาแพงที่ไม่แพง ใช้วิธีการทางการตลาดทุกด้าน ทั้งการเพิ่มสถานที่และช่องทางในการจำหน่ายรวมทั้งการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งการเปิดตลาดทางออนไลน์ที่เพิ่มขีดความสามารถในการประชาสัมพันธ์และการสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ได้ มีการจัดวิธีการขายหลักทั้งขายตรงและขายปลีก นอกจากนั้นในการประชาสัมพันธ์เนื่องจากเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม นอกจากจะใช้การขายแบบวัฒนธรรมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงการยอมรับผลิตภัณฑ์ตามทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมผนวกกับสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ไม่ให้ความสำคัญการมองวัฒนธรรมเชิงสัมพัทธ์หรือเชิงเปรียบเทียบ คือการไม่นำผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของที่หนึ่งไปเปรียบเทียบกับวัฒนธรรมอื่น ต้องยอมรับวัฒนธรรมแต่ละวัฒนธรรมภายใต้บริบทของสังคมนั้น ๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญจำเป็นในการสร้างสรรค์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ซึ่งดำเนินการได้หลายลักษณะสอดคล้องกับการวิจัยของ ฉันทนา เอี่ยมสกุล (2550 : 8-10) วิจัยนาฏศิลป์ไทยสร้างสรรค์ พบว่า องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ ไม่ใช่เพียงความคิดริเริ่มแต่ประกอบด้วยลักษณะความคิดอื่น ๆ อีกเช่น ความคิดริเริ่ม (Originality) ความคิดคล่องแคล่ว (Fluency) ความยืดหยุ่นในการคิด (Flexibility) และความละเอียดลออ (Flaboration)

2.3 ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาด้านการจัดการ ขาดข้อมูลความต้องการผลิตภัณฑ์ ขาดแผนการผลิตและการตลาด ขาดระบบการควบคุมคุณภาพและคุณค่าผลิตภัณฑ์และองค์การจัดการจัดการยังไม่เข้มแข็ง แนวทางการพัฒนา ให้มีการจัดการผลิตภัณฑ์อย่างอย่างบูรณาการและสร้างสรรค์ด้วยองค์กรที่เข้มแข็งและการจัดการที่ดี มีข้ออภิปรายเพิ่มเติมดังนี้

กระบวนการผลิตในแต่ละพื้นที่ยังขาดการจัดการที่เกี่ยวข้องกันอย่างเป็นระบบ ทั้งการผลิต การตั้งราคา การจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด นอกจากนั้นกระบวนการผลิตเดิมแยกจากการบริหารจัดการ จึงส่งผลให้ขาดข้อมูลความต้องการในการผลิตและการตลาด ขาดการวางแผนการผลิตและการตลาด และการดำเนินการผลิตการจำหน่ายอย่างบูรณาการ ขาดระบบการควบคุมคุณภาพ การประเมินผลและการเรียนรู้เพื่อการปรับปรุงพัฒนาต่อเนื่อง นอกจากนั้นกลุ่มผู้ผลิตและหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามาร่วมกันแก้ปัญหาการจัดการหรือการแก้ปัญหาแบบมีส่วนร่วม ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชน เป็นการดำเนินการตามบทบาทหน้าที่ของชุมชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สอดคล้องกับการศึกษาของศาสตรา เหล่าอรรค (2554 : เว็บไซต์) ได้วิจัยการพัฒนามาตรฐานของเล่นพื้นบ้านเด็กอีสาน ในจังหวัดมหาสารคาม เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชน พบว่าการถ่ายทอดกระบวนการทำของเล่นพื้นบ้านส่วนใหญ่จะเป็นการสังเกตเอาเองว่าทำอย่างไร ใครมีความคิดสร้างสรรค์ก็ประยุกต์ตามความพอใจ หรือถ้าเป็นช่างหรือใครที่มีฝีมือก็สอบถามเทคนิควิธีการที่ทำให้ทำได้ดี ผลที่ตามมาคือผลิตได้ไม่พอ ผลิตได้แต่ขายไม่ออก ขาดช่างฝีมือ วัตถุดิบราคาแพง ขาดการพัฒนาแบบและการสร้างแบบที่สร้างสรรค์ คุณภาพไม่เป็นที่พอใจของผู้เกี่ยวข้อง ขาดการจัดการด้านการตลาด ทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาในภาพรวมไม่ประสบความสำเร็จ ไม่สามารถใช้ภูมิปัญญามาใช้ในการพัฒนารายได้ พัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนได้อย่างแท้จริง สอดคล้อง



กับ ผลการวิจัยของ ชีรพงษ์ วสดีติก (2546 : 88 – 94) ที่ได้ทำการศึกษารูปแบบการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่ารูปแบบการพัฒนาต้องมีการพัฒนาในด้านต่างๆ ผลิตภัณฑ์ต้องมีการวางแผนเพื่อพัฒนาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคุณภาพของเนื้อผ้าที่สม่ำเสมอ ลวดลาย สี สัน รูปแบบของผลิตภัณฑ์รวมทั้งต้องมีการประกันคุณภาพด้วยด้านราคา กำหนดราคาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม คือ คุณภาพของเส้นไหม ฝีมือ และความประณีตในการทอ รวมทั้งต้องมีการลดราคาให้กับผู้ซื้อ โดยเป็นราคาที่ต่ำกว่าร้านค้าปกติ ด้านการจำหน่ายภาวะการค้าของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศยังมีความต้องการอยู่มาก กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือตลาดต่างประเทศและตลาดกรุงเทพฯและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ด้านธุรกิจการผลิต ต้องมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ลวดลายและรูปแบบผลิตภัณฑ์ อีกทั้งมีการวางแผนการผลิตด้านการพัฒนาตลาด สีที่ใช้ย้อมต้องเป็นสีผลิตจากวัสดุธรรมชาติ เส้นไหมที่ใช้ทอผ้าต้องเป็นเส้นไหมจากการเลี้ยงไหมพื้นเมือง การผลิตสินค้าต้องเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านกลุ่มผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคไม่มีทางเลือกในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เนื่องจากว่ากลุ่มผู้ผลิตไม่เปลี่ยนแปลงระบบการจัดการการตลาด ผู้วิจัยมีความเห็นว่าสิ่งที่กลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาจะต้องตระหนักคือต้องศึกษาผู้บริโภค ความต้องการของผู้บริโภค และจัดการการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม จัดระบบข้อมูลความต้องการในด้านผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่มีประสิทธิภาพ เป็นตลาดเชิงรุก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Scbonwald และคณะ (2000 : 46) ได้ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาด ผลการวิจัยพบว่ามุมมองของการขายและการตลาดของธนาคารชุมชนในอเมริกาว่า นักการตลาดที่มีประสบการณ์จากธุรกิจการขายเพื่อที่จะให้ผลกำไรนั้นต้องเป็นระบบตลาดเชิงรุก และกลยุทธ์ทางการตลาด จึงต้องครอบคลุมถึงการสร้างวัฒนธรรมการขาย การกำหนดสิ่งแวดล้อมของตลาด การสร้างตราหรือยี่ห้อและการกำหนดลูกค้าเป้าหมาย การศึกษาของ Jung, Yoon Kim และคณะ (2005 : 46) ได้ศึกษาความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เป็นยุทธศาสตร์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ พบว่าประสิทธิภาพในการวางแผนกระบวนการต่าง ๆ ส่งผลให้การดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างเต็มที่ เช่น การตลาดและเทคนิคสำหรับโครงการสินค้าหลักเปรียบเทียบกับบริษัทที่ทุ่มเทให้กับผลิตภัณฑ์ในระดับต่ำ อย่างไรก็ตามเพียงการดำเนินงานที่ดีเยี่ยมทางการตลาดของโครงการที่ได้รับการพัฒนาเพื่อสนับสนุนสินค้าที่มีอยู่เท่านั้น

3. พัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3.1 ผลการวิจัยพบว่า พัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการศึกษาความต้องการของผู้ผลิตผู้บริโภค สังเคราะห์ความต้องการร่วม เลือกผลิตภัณฑ์คัดสรรโดยยึดเกณฑ์คุณค่า สวยงาม คงอัตลักษณ์ไทย มีประโยชน์ สร้างสรรค์ ทันสมัย ขนาดเล็ก น้ำหนักเบา สะดวกต่อการพกพาและผลิตเป็นอาชีพและมีรายได้ มีข้ออภิปรายเพิ่มเติมดังนี้

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต้องดำเนินการตามความต้องการร่วมของผู้ผลิต ผู้ซื้อ รวมทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผ่านขั้นตอนการออกแบบ การคัดเลือกผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ และคัดเลือกผลิตภัณฑ์คัดสรรเพื่อการจัดทำรายละเอียดแบบและดำเนินการพัฒนาและการจัดการตามลำดับ



ยึดความงามที่ทำให้มนุษย์เกิดความรู้สึกเพลิดเพลิน ชื่นชมหรือมีความรู้สึกในทางที่ดี มนุษย์ทุกคนต้องการที่จะดำเนินชีวิตท่ามกลางสิ่งแวดล้อมที่มีความงามในการดำรงอยู่ของมนุษย์ในระยะเริ่มแรก สิ่งที่ต้องการและนับเป็นความจำเป็นพื้นฐาน ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค ความจำเป็นพื้นฐานเหล่านี้ ทำให้มนุษย์ดำรงอยู่ได้อย่างมีความสุขมากขึ้น ยึดมาตรฐานความงามร่วมตามเกณฑ์สัมพัทธ์พิสัยตามทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ที่เชื่อว่าความงามมีเกณฑ์การตัดสินที่ผันแปรไปกับสภาวะแวดล้อม หรือกลุ่มสัมพัทธ์พิสัย (Relativism) ที่ยอมรับว่ากฎเกณฑ์ตัดสินทางสุนทรียศาสตร์นั้นขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อม วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น หรือขึ้นอยู่กับสภาพภูมิประเทศ ตลอดจนดิน ฟ้า อากาศของแต่ละพื้นที่ โดยไม่ขึ้นอยู่กับตัวผู้วิจารณ์ เพราะผู้วิจารณ์จะต้องวางตัวเป็นกลางและต้องพิจารณาร่วมกัน

การเลือกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อการพัฒนาต้องคำนึงถึงปัจจัยพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค ทั้งปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด สอดคล้องกับการวิจัยของทัศนางส์มา (2555: 93 - 94) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และพบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าอาหารเพื่อเป็นของฝาก/ของที่ระลึก ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP เรียงลำดับจากมากไปหาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านการจัดจำหน่าย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับการเลือกประเภทสินค้า OTOP อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ยกเว้นเพศของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อสินค้า OTOP เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ยกเว้นระดับการศึกษาของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับการเลือกลักษณะสินค้าในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อแตกต่างกัน

3.2 ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินการพัฒนาการผลิตและการจัดการโดยยึดหลักบูรณาการ สร้างสรรค์และธรรมาภิบาล หลักการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางศิลปะและวัฒนธรรม หลักประโยชน์ใช้สอย หลักการตลาดและความต้องการของตลาดและหลักการสร้างอาชีพและรายได้ โดยดำเนินการพัฒนาเชิงบูรณาการ ใน 9 ขั้นตอน โดยศึกษาความต้องการของตลาด ศึกษาศักยภาพการผลิต สังเคราะห์ความต้องการร่วมและคัดเลือกผลิตภัณฑ์คัดสรร วางแผนการผลิตและการตลาด ออกแบบและผลิตอย่างสร้างสรรค์ ตรวจสอบคุณภาพและตั้งราคา ดำเนินการด้านการตลาดและจำหน่าย ติดตามประเมินผลรวมทั้งทบทวนและปรับปรุงพัฒนาตามลำดับ มีข้ออภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

การพัฒนาโดยยึดหลักบูรณาการทุกฝ่ายเกี่ยวข้องและมีส่วนร่วมในการดำเนินการตามบทบาทหน้าที่สอดคล้องกับทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ ที่เฮอริเบิร์ต สเปนเซอร์ (Herbert Spencer) เชื่อว่าสังคมคือส่วนต่างๆที่ประกอบกันขึ้นเป็นมวลรวม เปรียบเหมือนระบบอินทรีย์ของร่างกายมนุษย์ที่ประกอบด้วยกลุ่มก้อนจุลินทรีย์ซึ่งเล็กมาก สังคมเติบโตด้วยกระบวนการสองแบบ แบบแรกคือการพอกพูนของหน่วยต่าง ๆ ตามธรรมชาติในลักษณะวิวัฒนาการ อีกแบบหนึ่งคือการประสานกันของส่วนต่าง ๆ หน่วยต่าง ๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกันมาก่อน การรวมตัวของกลุ่มต่างๆ



ทำให้เกิดความสับสนซับซ้อนมากขึ้นในโครงสร้างและ แรดคลิฟฟ์ บราวน์ (Alfred Reginald Radcliffe-Brown) ที่เชื่อว่าสังคมมีหน้าที่หลายอย่าง แต่ละอย่างก็ต่างปฏิบัติหน้าที่ประสานกันเพื่อความคงอยู่ของสังคม และยึดระบบค่านิยมเป็นแนวในการปฏิบัติหน้าที่ จุดที่สำคัญ ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อให้เห็นว่า เศรษฐกิจชุมชนจะพัฒนาได้ด้วยปัจจัยทางทรัพยากรมนุษย์ องค์การสังคม ผู้นำ และทุกคนมีหน้าที่ที่จะต้องทำและทำให้มีคุณภาพเพื่อความเจริญงอกงามของตนเอง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการผลิตภัณฑ์เพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้องดำเนินการอย่างสร้างสรรค์ในกระบวนการการผลิต สอดคล้องกับการวิจัยของฉันทนา เอี่ยมสกุล (2550 : 8-10) ที่วิจัยนาฏศิลป์ไทยสร้างสรรค์ (จินตนาการ) ธนกร ภิบาลรักษ์ (2551 : 166-168) ที่ศึกษาการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาการทอเสื่อจันทบูรเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของจังหวัดจันทบุรี กุลธิดา มังกรไชย (2551 : 157-159) ที่วิจัยภูมิปัญญาชุมชนบ้านบุในการผลิตชันลงหินเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน พระรัฐกร สุขอ้วน (2551 : 149-150) ที่วิจัยภูมิปัญญาพื้นบ้านในการอนุรักษ์ฟื้นฟูและพัฒนาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาเชิงเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ พระมหาสุติพนธ์ ชาติตร (2551 : 191) ที่วิจัยหัตถกรรมพื้นบ้าน หมอนขิดบ้านศรีฐานกับการพัฒนาเพื่อการส่งออก สอดคล้องกับการศึกษาของ วฤต วิศรุตเวศม์ (2552 : 298-306) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาเครื่องประดับเงินจากภูมิปัญญาพื้นบ้าน เพื่อเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดสุรินทร์

อนุชิต กุลมาลา (2552 : 444-449) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านงานจักสานไม้ไผ่ เพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ ในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง วิภา แก้วปานกัน (2552 : 163-163) ที่วิจัยแนวทางการพัฒนาหัตถกรรมเครื่องจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นการพัฒนาเพื่อใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและธุรกิจชุมชนที่เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ล้วนพบว่าในกระบวนการพัฒนา ต้องพัฒนาทั้งผลิตภัณฑ์และวิธีการอย่างสร้างสรรค์ ด้วยการริเริ่มดำเนินการใช้ภูมิปัญญาเป็นทุนในการพัฒนา และมีวิธีการจัดการเฉพาะที่เน้นการบูรณาการและการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นสำคัญ

3.3 ผลการวิจัยพบว่า 15 ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่ร่วมคัดเลือกเป็นตัวแทน ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์โคมไฟดินเผา นาฬิกา แจกัน แผ่นทับกระดาษ และพวงกุญแจดินเผาของเกาะเกร็ด ผลิตภัณฑ์โคมไฟรูปดอกบัว แจกันดอกบัว ชุดเซทสปาบัวตูมบัวบาน จานดอกบัวดินเผา และชุดรองแก้วน้ำรูปดอกบัวของสามโคก ผลิตภัณฑ์โคมไฟรูปปลาเสื่อตอ กระถางต้นไม้แฟนซีปลาเสื่อตอ แจกันปลาเสื่อตอ เตาน้ำมันหอมสปาและโคมบายศรีบวชปลาของบ้านแก่ง และผลิตภัณฑ์คิดสรรเป็นแบบการพัฒนาและการจัดการประกอบด้วย (1) แผ่นทับกระดาษภาพเจดีย์มูเตาเอียง ตั้งกลางแม่น้ำเจ้าพระยาของบ้านเกราะเกร็ด (2) ผลิตภัณฑ์โคมไฟรูปดอกบัวบ้านสามโคก (3) ผลิตภัณฑ์โคมบายศรีบวชปลาบ้านแก่ง ทั้งสามผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นในด้านความแปลกใหม่ ประโยชน์ใช้สอย อัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมไทย ตรงกับความต้องการของตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยบรรจุภัณฑ์ที่เป็นสัญลักษณ์ของผู้ผลิตหรือแหล่งผลิตสอดคล้องกับทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์ ที่ใช้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ในการใช้สร้างบำรุงรักษาและพัฒนาวัฒนธรรม และยังถ่ายทอดวัฒนธรรมให้กับคนรุ่นหลัง เมื่อมนุษย์เกิดความคิด ริเริ่มสร้างสรรค์ ก็จะทำให้เกิดการกระทำระหว่างกันในลักษณะใหม่ ๆ เกิดขึ้น การกระทำนี้ก็จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม



ความต้องการของผู้บริโภค สร้างสรรค์การผลิตโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก รวมทั้งจัดการกลุ่มอย่างเป็นระบบด้วยการจัดการที่ดี

2) ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ทั้งกระทรวงมหาดไทย กระทรวงวัฒนธรรมกระทรวงการท่องเที่ยว รวมทั้งส่วนราชการส่วนท้องถิ่นควรให้การส่งเสริมการผลิต การตลาดและการจัดการ โดยเฉพาะการพัฒนาและสืบทอดช่างปั้น ช่างแกะฝีมือ ให้สามารถยึดเป็นอาชีพได้

3) นักท่องเที่ยว ผู้ซื้อ ชาวไทยรามัญ และประชาชนทั่วไป ควรได้ศึกษา สนับสนุน และส่งเสริมผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชาวไทยรามัญเพื่อการอนุรักษ์สืบสานศิลปวัฒนธรรมและการพัฒนาชุมชนด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมของสังคม

1.2 ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีทั้งปัญหาการผลิตที่ยังใช้รูปแบบเพื่อใช้สอยแบบดั้งเดิม ขาดผู้สืบทอด ช่างปั้นช่างแกะสลักลดน้อยลง ขาดการสร้างสรรค์ วัตถุดิบราคาสูงขึ้น บ่อนดินธรรมชาติมีแนวโน้มจะหมดไปในอนาคต ไม่ราคาไม่ได้มาตรฐาน ไม่สะท้อนคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ ตลาดจำกัด ขาดข้อมูล แผนและการพัฒนาการจัดการ ต้องการให้มีการพัฒนาเกี่ยวกับการผลิตให้ตรงกับความต้องการของตลาด ให้มีการตั้งราคาจากคุณค่าทางศิลปะและวัฒนธรรม ใช้เทคนิคด้านการตลาด 4Ps ให้มีการสืบทอดผ่านสถานศึกษา กลุ่มอาชีพและมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากภายนอกต่อเนื่อง มีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1) กลุ่มผู้ผลิตควรพัฒนาการผลิตที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ มีการสืบสานภูมิปัญญาช่างต่อเนื่อง ตั้งราคาที่เหมาะสม จัดระบบคุณภาพทั้งภายในและภายนอก รวมทั้งจัดระบบการจัดการที่ดี

2) ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ทั้งกระทรวงมหาดไทย กระทรวงวัฒนธรรมกระทรวงการท่องเที่ยว รวมทั้งส่วนราชการส่วนท้องถิ่นควรให้การส่งเสริมการผลิตตามความต้องการของตลาด ส่งเสริมการตลาดและการจัดการตามหลักธรรมาภิบาล

3) นักท่องเที่ยว ผู้ซื้อ ชาวไทยรามัญ และประชาชนทั่วไป ควรสะท้อนความต้องการที่แท้จริงในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ให้ความสำคัญและส่งเสริมการตลาดเครื่องปั้นดินเผา

1.3 ผลการวิจัยพบว่า พัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการศึกษาความต้องการของผู้ผลิตและผู้บริโภค เลือกผลิตภัณฑ์คัดสรรเพื่อการพัฒนาโดยยึดเกณฑ์คุณค่า คงอัตลักษณ์ไทย มีประโยชน์ สร้างสรรค์ ทันสมัย ขนาดเล็ก น้ำหนักเบา สะดวกต่อการพกพาและผลิตเป็นอาชีพและมีรายได้ พัฒนาการผลิตและการจัดการโดยยึดหลักบูรณาการ สร้างสรรค์และธรรมาภิบาล หลักการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางศิลปะและวัฒนธรรม หลักประโยชน์ใช้สอย หลักการตลาดและความต้องการของตลาดและหลักการสร้างอาชีพและรายได้ โดยดำเนินการพัฒนาเชิงบูรณาการ ใน 9 ขั้นตอน โดยศึกษาความต้องการของตลาด ศึกษาศักยภาพการผลิต สังเคราะห์ความต้องการร่วมและคัดเลือกผลิตภัณฑ์คัดสรร วางแผนการผลิตและการตลาด ออกแบบและผลิตอย่างสร้างสรรค์ ตรวจสอบคุณภาพและตั้งราคา ดำเนินการด้านการตลาดและจำหน่าย ติดตามประเมินผลรวมทั้งทบทวนและปรับปรุงพัฒนา ตามลำดับ ผลิตภัณฑ์คัดสรรมีความโดดเด่นในด้านความแปลกใหม่ ประโยชน์ใช้สอย



อัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมไทยและตรงกับความต้องการของตลาด มีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1) ผู้ผลิต กลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญในภาคกลางควรดำเนินการพัฒนาการผลิตที่เป็นความต้องการร่วมของผู้ผลิตและผู้บริโภค จัดการโดยยึดหลักบูรณาการ สร้างสรรค์และธรรมาภิบาล หลักการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางศิลปะและวัฒนธรรม หลักประโยชน์ใช้สอย หลักการตลาดและความต้องการของตลาดและหลักการสร้างอาชีพและรายได้ โดยดำเนินการพัฒนาเชิงบูรณาการ ใน 9 ขั้นตอน พัฒนาการผลิต การตลาดและการจัดการที่ดี มีการควบคุมคุณภาพและพัฒนาต่อเนื่อง สร้างรายได้ให้กลุ่มอย่างมั่นคง

2) ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ทั้งกระทรวงมหาดไทย กระทรวงวัฒนธรรมกระทรวงการท่องเที่ยว รวมทั้งส่วนราชการส่วนท้องถิ่นควรให้การส่งเสริมกลุ่มในการการจัดการผลิตภัณฑ์ตามหลักการ ขั้นตอนตามความต้องการของกลุ่มจากการวิจัยนี้

3) นักท่องเที่ยว ผู้ซื้อ ชาวไทยรามัญ และประชาชนทั่วไป ควรให้ความสำคัญ สนใจ ให้ความร่วมมือและสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาการผลิตและการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเชิงสร้างสรรค์ และสะท้อนผลการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

4) หน่วยงานการปกครองส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ) และกลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาและผู้เกี่ยวข้องควรใช้ผลการวิจัยนี้เป็นกรอบแนวทางการดำเนินการและการส่งเสริมการพัฒนาให้เกิดผลจริงเป็นรูปธรรม รวมทั้งปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรดำเนินการศึกษาต่อเนื่องให้เกิดผลจริง โดยดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการผลิตภัณฑ์เพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่ศึกษาและพื้นที่ชุมชนไทยรามัญทั่วไปและพัฒนาวิธีการอย่างต่อเนื่อง

2.2 ควรศึกษาเชิงลึกเฉพาะเรื่อง ทั้งการศึกษาความต้องการของผู้ใช้ พัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ ศึกษาปัจจัยส่วนผสมการตลาด การวางแผนการผลิตและการตลาดเชิงบูรณาการ การควบคุมคุณภาพการผลิต การส่งเสริมการตลาด การพัฒนาเครือข่ายการผลิต การตลาด รวมทั้งศึกษาปัจจัยความสำเร็จอื่น ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลที่มีคุณภาพประกอบการพัฒนา

2.3 ควรศึกษาพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่อื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ

2.4 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการสืบสานภูมิปัญญาและการถ่ายทอดภูมิปัญญาการผลิตงานศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยมอญ เพื่อส่งเสริม อนุรักษ์และดำรงอยู่ของงานศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาอย่างยั่งยืน

2.5 ควรศึกษากระบวนการบริหารจัดการธุรกิจงานศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อการบริหารจัดการผลิตงานเครื่องปั้นดินเผาอย่างยั่งยืน

2.6 ควรวิจัยพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ วิเคราะห์ สำรวจความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กุลธิดา มังกรไชยยา. ภูมิปัญญาชุมชนบ้านบุในการผลิตชั้นลงหินเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2551.
- กุลธิดา นาคะเสถียร. ฝ้ายกเมืองใต้ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชน. วิทยานิพนธ์ ปร.ด. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2555.
- เกื้อ วงศ์บุญสิน. ประชากรกับการพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- กระทรวงวัฒนธรรม. แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ 2550-2559. กรุงเทพฯ : สำนักนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, 2550.
- เครือทีฟไทยแลนด์. เศรษฐกิจสร้างสรรค์คืออะไร. 2554.
<http://www.creativeathailand.org/about/about_cceo.php> 24 พฤศจิกายน 2554.
- คุณากร วาณิชวิรุฬห์. นิเวศของความคิดสร้างสรรค์ : ซึ่งการคิดกลายเป็นงาน. กรุงเทพฯ : ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC), 2553.
- คมสัน สุริยะ และคณะ. การวิเคราะห์และพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดกลาง และขนาดย่อมและวิสาหกิจในชุมชนในล้านนา สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่ : นันทพันธ์, 2551.
- จตุพร วิศิษฐ์โชติอังกูร. เครื่องมือวิจัยทางสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2548.
- จุไรรัตน์ จันทรธำรง และคณะ. ประวัติทฤษฎีทางมานุษยวิทยาสังคมและวัฒนธรรมโดยสังเขป. กรุงเทพฯ : คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536.
- ฉันทนา เอี่ยมสกุล. นาฏศิลป์ไทยสร้างสรรค์ (จินตนาการ). ม.ป.ท. : ม.ป.พ., 2550.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. วัฒนธรรมไทยกับขบวนการเปลี่ยนแปลงสังคม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2534.
- ชลพรรษ ดวงนภา. การใช้หลักเศรษฐศาสตร์เชิงพุทธในการจัดการป่าวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน จังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์ ปร.ด. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2552.
- ชาตรี เกษโพหนอง. การสืบสานวัฒนธรรมมอญเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันในการใช้สื่อของเด็กและเยาวชนในชุมชนเขตปริมณฑลกรุงเทพมหานคร. ม.ป.ท. : ม.ป.พ., 2554.
- ชลมา วงศ์กรานันต์. การศึกษาสภาวะข้อมูลวัตถุดิบของจริงประเภทงานหัตถกรรมเครื่องจักสาน. สงขลา : สถาบันทักษิณคดีศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ, 2542.
- ณิชาภา อินนุพัฒน์. คู่มือนักพัฒนาชุมชน. 2554.
<www.northandamantsunamirelief.com/.../commDevHandbook.doc>
10 ตุลาคม 2554.



- ต้นตะวันพันดาว. อะไรคือทุนทางวัฒนธรรม. 2554.
<<http://tontawanpandow.blogspot.com/2010/09/concept.html>>
10 กันยายน 2554.
- ทรงคุณ จันทกร. การถ่ายทอดภูมิปัญญาพื้นบ้านในเรื่องทรัพยากรดิน น้ำ ป่าไม้ของ
กลุ่มชาติพันธุ์กะเลิง. มหาสารคาม : สถาบันวิจัยศิลปวัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม, 2549.
- . คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออก ภาคกลาง
และภาคใต้. 2554. <<http://culturalscience.msu.ac.th/images/PDFNo1-14/224-233.pdf>> 10 กันยายน 2554.
- ทัศน หงษ์มา. ความคิดเห็นต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของนักศึกษาวิทยาลัย
ราชพฤกษ์ และสถาบันในเครือตั้งตรงจิตร. นนทบุรี : วิทยาลัยราชพฤกษ์, 2555.
- ธวัชชานนท์ ตาโรสง. หลักการศิลปะ. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ., 2547.
- ธนกร ภิบาลรักษ์. การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาการทอเสื่อจันทบูรเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของ
จังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2551.
- นวลลออ ทินานนท์. รายงานการวิจัยการศึกษางานหัตถกรรมพื้นบ้านในนครนายก. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2546.
- นวลน้อย บุญวงษ์ และธีรชัย สุดสด. สถาบันวิถีธรรม. กรุงเทพฯ : อัมรินทร์พรินติ้งแอนด์
พับลิชชิ่ง, 2544.
- นิสวันต์ พิษณุดำรง. “ทุนทางวัฒนธรรม : ชุมทรัพย์ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์,”
วารสารเศรษฐกิจและสังคม. 47(4) : 13-18 ; ตุลาคม - ธันวาคม, 2553.
- บุญเรือง สมประจวบ. หัตถกรรมไม้แกะสลักภาคกลาง : การศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านการผลิต
และพัฒนาเชิงพาณิชย์. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,
2553.
- ประกอบ ใจมั่น. การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของครูผู้สอนเกี่ยวกับการใช้ภูมิปัญญา
ท้องถิ่นกับการพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน. กรุงเทพฯ :
โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, 2539.
- ประเทือง คล้ายสุบรรณ. วัฒนธรรมพื้นบ้าน. กรุงเทพฯ : สุทธิสารการพิมพ์, 2531.
- ปิยะนิตย์ โอนพรตันวิบูล. “เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจพอเพียงขัดแย้งหรือสอดคล้องกัน,”
วารสารเศรษฐกิจและสังคม. 47(4) : 4-5 ; ตุลาคม- ธันวาคม, 2553.
- ประเสริฐ ศิลรัตน์. การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2538.
- ฝ่ายวิชาการ. พจนานุกรมไทยฉบับทันสมัยและสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2552.
- พวงแก้ว พรพิพัฒน์. “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” : พลังขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจไทย,” วารสาร
เศรษฐกิจและสังคม. 47(4) : 6-12 ; ตุลาคม - ธันวาคม, 2553.
- พระมหาชุติพันธ์ ชาติตร. หัตถกรรมพื้นบ้านหมอนขิดบ้านศรีฐานกับการพัฒนาเพื่อการส่งออก.
วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2551.



- พระรัฐกร สุขอ้วน. ภูมิปัญญาพื้นบ้านในการอนุรักษ์ฟื้นฟูและพัฒนาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาเชิงเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2551.
- พระมหาโสฬส พรหมมา. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านหินอ่อน กำแพงเพชร เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชน. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2553.
- พัชรินทร์ สิริสุนทร. ชุมชนปฏิบัติการด้านการเรียนรู้ : แนวคิด เทคนิค และกระบวนการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- พยอม วงศ์สารศรี และคณะ. การจัดการและการวางแผนธุรกิจ. กรุงเทพฯ : ศรีสยามพริ้นแอนด์แพ็ค, 2545.
- พิศาล บุญผูก. เกาะเกร็ดวัดเสาธงทอง. ม.ป.ท. : พิมพ์เผยแพร่ในงานอนุรักษ์มรดกไทย, 2543.
- . เครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ., 2553.
- . ประวัติมอญเมืองปทุมธานี. ม.ป.ท. : อนุสรณ์งานพระราชทานเพลิงศพ ศาสตราจารย์เกียรติคุณ นายแพทย์สุเอ็ด คชเสนี, 2551.
- พรชัย กาพันธ์. “กวีกฤตการศึกษาด้วยภูมิปัญญาไทย,” วารสารวิชาการ. 7 : 25-39 ; กรกฎาคม, 2545.
- พวงแก้ว พรพิพัฒน์. “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : พลังขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจไทย,” วารสารเศรษฐกิจและสังคม. 47(4) : 6 - 12 ; ตุลาคม - ธันวาคม, 2553.
- พิทยา ว่องกุล. “ความเป็นไทยและรากเหง้าภูมิปัญญาไทย,” วิทยารจารย์. 94(1) : 52-53 : มกราคม, 2554.
- มานิช กงกะนันท์. “หัตถกรรมพื้นบ้าน” ใน สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่มที่ 13. ม.ป.ป. <<http://guru.Sanook.com/cncyclopcdia>> 20 ตุลาคม 2554
- มารุต อัมรานนท์. ศิลปะพื้นบ้าน. ชลบุรี : คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2533.
- มัย ตะติยะ. สุนทรียภาพทางทัศนศิลป์. กรุงเทพฯ : มิตรสัมพันธ์กราฟิค, 2547.
- มนตรี ยอดบางเตย. ออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอเอสพริ้นติ้ง, 2538.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. 2558. <<http://elearning.nsruc.ac.th/>>; <<http://www.geocities.com/taltanot/>> 2558.
- ยุกติ มุกดาวิจิตร. อ่าน “วัฒนธรรมชุมชน” : วาทศิลป์และการเมืองของชาติพันธุ์นิพนธ์แนววัฒนธรรมชุมชน. กรุงเทพฯ : ฟาเดียวกัน, 2548.
- ยุพา ทรัพย์อุไรรัตน์. การใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการศึกษานอกระบบโรงเรียนภาค ตะวันออก. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- รัตน์ อุทัยผล. หัตถกรรมประจำถิ่นกรุงเทพฯ. กรุงเทพฯ : บริษัทกราฟิก, 2523.
- รัตน์ บัวสนธ์. “บทบาทการสร้างและทดสอบทฤษฎีทางการศึกษา,” วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร. 5(1) : 63-76 ; พฤษภาคม-สิงหาคม, 2535.
- รุ่ง แก้วแดง. ปฏิวัติการศึกษาไทย. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : มติชน, 2543.



- วนิดา ขำเขียว. สุนทรียศาสตร์. นนทบุรี : พีเอสพริ้นท์, 2543.
- วิบูลย์ ลิ้มสุวรรณ. เครื่องจักสานในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2538.
- . ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ต้นอ้อ แกรมมี่, 2539.
- . “หัตถกรรมพื้นบ้าน,” ใน เอกสารสอนชุดวิชาศิลปะการละเล่นและการแสดงพื้นบ้านของไทย หน่วยที่ 1-8. หน้า 35-36. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2532.
- วรารณ สามโกเศศ. เศรษฐกิจสร้างสรรค์. 2554. <[http : lkm.ru.ac.th.20,uok8](http://lkm.ru.ac.th.20,uok8)> 2554.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. การออกแบบ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2539.
- วิภา แก้วปานกัน. แนวทางอนุรักษ์และพัฒนาหัตถกรรมเครื่องจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2552.
- วิศรุต อรณรัตน์. ต้นทุนและผลตอบแทนการทำเลื้อยกระจูดของกลุ่มเลื้อยกระจูดทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง. วิทยานิพนธ์ บช.ม. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2552.
- วฤต วิศรุตเวช. แนวทางการพัฒนาเครื่องประดับเงินจากภูมิปัญญาพื้นบ้านเพื่อเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดสุรินทร์. วิทยานิพนธ์ ปร.ด. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2552.
- วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. หลักการและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : Idesign Publishing, 2548.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา, 2539.
- ศาสตรา เหล่าอรรค. ศึกษาวิจัยการพัฒนามาตรฐานของเล่นพื้นบ้านเด็กอีสานในจังหวัดมหาสารคามเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน. 2554. <[http://culturalscie.msu.ac.th/images/ PDENOI-7/76-82 pdf](http://culturalscie.msu.ac.th/images/PDENOI-7/76-82.pdf)> 10 กันยายน 2554.
- ศักดิ์ชัย เกียรติ์นาคินทร์. ทุนความคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ : ไร่เลย์, 2553.
- เสรี พงศ์พิศ. วัฒนธรรมกับการพัฒนาชนบทภูมิปัญญาไทย. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2536.
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชนบท. กรุงเทพฯ : อัมรินทร์พรินต์ติ้งกรุ๊ป, 2534.
- สำนักงานคณะกรรมการแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559). กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี, 2553.
- . ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11. 2544. <www.odd.go.th/Thai.html> 10 มิถุนายน 2544.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. สำนักนายกรัฐมนตรีแนวทางการส่งเสริมภูมิปัญญาไทยในการจัดการการศึกษา. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดี, 2540.
- สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. โครงการส่งเสริมมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วยทุนทางวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม, 2552.
- สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. การศึกษาสังคมและวัฒนธรรม : แนวความคิดวิธีวิทยาและทฤษฎี. ขอนแก่น : ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2544.



- สุวิทย์ แยมเพื่อน. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ศูนย์ตำราอาจารย์นิมิต จิระสันติการ, 2537.
- สุภางค์ จันทวานิช. ทฤษฎีสังคมวิทยา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งบัณฑิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- . ฐานคิดจากฐานแม่บทสู่วิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพฯ : พลังปัญญา, 2548.
- สาคร คันธโชติ. การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2528.
- สมคิด บางโม. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : วิทยพัฒน์, 2547.
- เสรี พงศ์พิศ. วัฒนธรรมกับการพัฒนาชนบทภูมิปัญญาไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการ
วัฒนธรรมแห่งชาติ, 2536.
- สุวรรณ วุมธยาคม. รูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทย. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
กองส่งเสริมหัตถกรรมไทย, 2544.
- สวนศรี ศรีแพงพงษ์. ศิลปะพื้นบ้านเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด. ม.ป.ท. : ม.ป.พ., 2534.
- สมบัติ กุสุมาลี. เขียนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2554.
- อนุกิต กุลมาลา. การศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านงานจักสานไม้ไผ่เพื่อเพิ่ม
มูลค่าเชิงพาณิชย์ในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท. มหาสารคาม :
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2552.
- อมรารวรรณ ทิวถนอม. “การเสริมสร้างทุนทางสังคมมุ่งสร้างสังคมใสสะอาด คนมีความสุข,”
เศรษฐกิจและสังคม. 42(6) : 65 – 69, 2548.
- อังกูล สมคะเนย์. สภาพและปัญหาการน าภูมิปัญญาชาวบ้านมาพัฒนาหลักสูตรในโรงเรียน
ประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ ค.ม.
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2535.
- เอกชัย สุนทรพงศ์ และคณะ. ความงามสุนทรียศาสตร์สำหรับผู้เฝ้ารู้. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์,
2529.
- เอกวิทย์ ณ ถลาง. ภูมิปัญญาท้องถิ่นชาวบ้านกับการพัฒนาชนบท. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :
เจริญวิทย์, 2540.
- อุษณี จิตตะปาโล. กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ : ศูนย์รวมหนังสือกรุงเทพ, 2540.
- อลิสรา รามโกมุท. ประวัติศาสตร์และถิ่นฐานบ้านเรือนชาวมอญเกาะเกร็ด. ม.ป.ท. : อนุสรณ์งาน
พระราชทานเพลิงศพ ศาสตราจารย์เกียรติคุณ นายแพทย์สุเ็ด คชเสนี, 2551.
- อภิชัย พันธเสน. พุทธศาสตร์. กรุงเทพฯ : อัมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2544.
- อานันท์ กาญจนพันธุ์. วัฒนธรรมทางเศรษฐกิจในเศรษฐกิจไร้วัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : โครงการ
จัดพิมพ์คปไฟ, 2549.
- เอ็ด ภิรมย์. เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ., 2548.
- เอกชัย สุนทรพงศ์ และคณะ. ความงามสุนทรียศาสตร์สำหรับผู้เฝ้ารู้. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์,
2529.



- อรัญ วาณิชกร. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกเครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลเกาะเกร็ด. ม.ป.ท. : ม.ป.พ., 2555.
- Boas, Franz Race. Language and Culture. New York : The Free Press, 1966.
- Cafarelli, Eugene Joseph. “Some Factors Influencing Problem Solving Activities : Perceptions of Product Development and Marketing Managers,” Dissertation Abstracts International. 55(04) : 925-A ; October, 2011.
- Choi, S.H. and H.H. Cheung. Multi-Material Virtual Prototyping for Product Development and Biomedical Engineering. Computers in Industry : June, 2007.
- Chalor Yaekkhoksung. “An Applied Using Local Wisdom to Making Ironware for Community Economic Development,” Journal of Social Sciences. 5(4) : 398-400, 2009.
- Colleen, C., D. Colleen and J. Jordan. “L. Brand Equality and Retailer Acceptance of Brand Extension Janpanit,” Journal of Retailing and Consumer Services. 3(2) : 178-243, 1999.
- Cory, Joseph P. “A Business Architecture for Technology Management Research and Cost Effectiveness,” Dissertation Abstracts International. 4(2) : 4231-A ; June, 1993.
- . Departments : A Study of Department Identity and Practices that Benefit the Scholar. s.l. : The Institution and the Public, 2009.
- Ilori, M.O., J.S. Oke and S.A. Sanni. “Management of New Product Development in Sleeted Food Companies in Nigcria,” Technovation. 20(6) : 333-342 ; June, 2000.
- Jung – Yoom Veronica Wong and Teck – Yong Eng. “Product Variety Strategy for Improving New Product Development Proficiencies,” Technovation. 25(9) : 1001-1005 : September, 2009.
- Kanno Tetsuya. An Institutional Analysis of the Commercial Viability of Weaving Projects in Northeast Thailand Master Thesis. Khonkaen : Khonkaen University, 2011.
- Mpark, Philip Hookon. “The Development Strategy of Self-Reliance (JUCHE) Rural Development in The Democratic People’s Republic of Korea,” Dissertation Abstracts International. 3(4) : 2894-A : Sumer, 1998.
- Pang-Lo Liu, Wen Chin Chen and Chih Hung Tsau. “An empirical Study on The Correlation Between. The Knowledge Management Method and New Product Development Strategy on Product Performance in Taiwan’s Industries,” Technovation. 23(7) : 589-594 : March, 2005.



- Radcliffe, J.C. and R.C. Farentions. Plymetric Explosive Power Training. Illinois. United State of America : Human Kinetics, n.d.
- Rosengarten, Dale. Social Origins of the African-American Low Country Basket. Doctor's Thesis Harvard : Harvard University, 1997.
- Ricky, W. and L.Z. Judith. Brand Imitation and its Effects on innovation, Competition and Brand Equity. s.l. : Business Horizon, 1999.
- Rondinelli, Dennis A. Development Projects as Policy Experiments : An Adaptive Approach To Development Administration. London : Rutledge, 1990.
- Schonwald, Josh. Core Marketing Strategies. s.l. : Community Bander, 2000.
- Seibert, Scott Edward. "Social Interaction, Cross-Functional Integration and Project Performance in the New Product Development Process," Dissertation Abstracts International. 55(05) 1320 – A ; November, 2010.
- Surasin. Indigenous Knowledge in Natural Resource Management : The Case Study of Two Villages in Thailand. Ph.D. Dissertation Madison : The University of Wisconsin-Madison, 1996.
- Veramu, Joseph. "Sustainable Development through Community Education in the South Pacific," Community Education International. 5(7) : 6-9 ; July, 1996.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
เครื่องมือการวิจัย



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย
เรื่อง ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์
และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
(แบบ 1 แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้รู้และกลุ่มผู้ปฏิบัติ)

คำชี้แจง 1) แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสัมภาษณ์กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) และกลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informant) เกี่ยวกับภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง สภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2) ไทยรามัญภาคกลาง หมายถึง ชุมชนไทยรามัญ บ้านเกาะเกร็ด นนทบุรี บ้านสามโคก ปทุมธานี และบ้านแก่ง นครสวรรค์

3) กลุ่มผู้รู้และผู้ปฏิบัติที่ให้การสัมภาษณ์ประกอบด้วย
 กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) ได้แก่ ประธานและเลขานุการกลุ่มกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา เจ้าหน้าที่จากส่วนราชการและผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ มีจำนวนทั้งสิ้น 15 คน แบ่งได้ ดังนี้

กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informant) ได้แก่ ช่างปั้นและสมาชิกกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด สามโคกและบ้านแก่งกลุ่ม ๆ ละ 15 คนจำนวนทั้งสิ้น 45 คน

4) แบบสัมภาษณ์นี้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview Guidelines) ประกอบด้วย ข้อสัมภาษณ์ 4 ตอน

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการสัมภาษณ์
- ตอนที่ 2 ภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง
- ตอนที่ 3 สภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- ตอนที่ 4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- ตอนที่ 5 ความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการสัมภาษณ์

1. ผู้ให้การสัมภาษณ์
 - 1.1 ชื่อ
 - 1.2 เพศ
 - 1.3 อายุ ปี
 - 1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด สาขา
 - 1.5 ตำแหน่ง



- 1.6 ประสบการณ์
- 1.7 สถานภาพการให้ข้อมูล ผู้รู้ ผู้ปฏิบัติ ผู้เกี่ยวข้องทั่วไป
2. ผู้สัมภาษณ์ ชื่อ
- สัมภาษณ์ในฐานะ
3. วัน เวลา สถานที่สัมภาษณ์
- สัมภาษณ์วันที่เดือน.....พ.ศ.....
- เวลา สถานที่

ตอนที่ 2 ภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง

รายการข้อสัมภาษณ์	บันทึกผลการสัมภาษณ์
1. ประวัติความเป็นมาของภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญ	
2. ชนิดผลิตภัณฑ์ของภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผา	
3. วัตถุประสงค์การผลิต ผลิตภัณฑ์ของภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผา	
4. เครื่องมือการผลิต ผลิตภัณฑ์ของภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผา	
5. ขั้นตอนการผลิต ผลิตภัณฑ์ของภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผา	
6. การประเมินคุณภาพการผลิต ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา	
7. การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ของภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผา	
8. การตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา	
9. การจัดการผลิตภัณฑ์ของภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผา	
10. อื่น ๆ	



ตอนที่ 3 สภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง
เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

รายการข้อสัมภาษณ์	บันทึกผลการสัมภาษณ์	
	ประเด็นปัญหา	แนวทางการพัฒนาตามความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์
ปัญหาการผลิต		
1. ปัญหาเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา		
2. ปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา		
3. ปัญหาเกี่ยวกับการสืบสานเครื่องปั้นดินเผา		
4. ปัญหาเกี่ยวกับด้านช่างปั้น ช่างแกะสลัก		
5. ปัญหาเกี่ยวกับเครื่องมืออุปกรณ์		
6 ปัญหาเกี่ยวกับกระบวนการผลิตเครื่องปั้นดินเผา		
ปัญหาการจัดการ		
7. ปัญหาการควบคุมคุณภาพการผลิตเครื่องปั้นดินเผา		
8. ปัญหาเกี่ยวกับการตั้งราคาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา		
9. ปัญหาเกี่ยวกับการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา		
10. ปัญหาเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด		



ตอนที่ 4 ความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแนวทางการพัฒนาการจัดการผลิตภัณฑ์
เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ประเด็นการสัมภาษณ์	บันทึกผลการสัมภาษณ์		
	จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคการผลิต และการจัดการ	ความต้องการของผู้ให้สัมภาษณ์	แนวทางการพัฒนาตามความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์
1. ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการผลิต (3 ประเภทตามลำดับ)			
2. ชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการผลิต (3 ชนิดตามลำดับ)			
3. ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการผลิต (แบบ วัสดุดิบ ขนาด สี ความงาม ลวดลาย อัตลักษณ์)			
4. แผนการผลิต/กำหนดการผลิต			
5.แบบผลิตภัณฑ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์			
6 การดำเนินการผลิต (ผู้รับผิดชอบ สถานที่ เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก)			
7.การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์			
8. การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์			
9. การจำหน่ายผลิตภัณฑ์			
10. การส่งเสริมการตลาด			



ตอนที่ 5 ความคิดเห็นทั่วไปในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแนวทางการพัฒนาการจัดการผลิตภัณฑ์
เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1. เกร็ดความรู้/ความภาคภูมิใจในผลิตภัณฑ์

.....

2. ความคิดเห็นทั่วไปในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแนวทางการพัฒนาการจัดการผลิตภัณฑ์
เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

.....

.....



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย
เรื่อง ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์
และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
(แบบ 2 แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั่วไป)

คำชี้แจง 1) แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสัมภาษณ์กลุ่มผู้ซื้อและผู้เกี่ยวข้องทั่วไป (General Informants) เกี่ยวกับภูมิปัญญาศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง สภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และความต้องการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2) ไทยรามัญภาคกลาง หมายถึง ชุมชนไทยรามัญ บ้านเกาะเกร็ด นนทบุรี บ้านสามโคก ปทุมธานี และบ้านแก่ง นครสวรรค์

3) กลุ่มผู้ซื้อและผู้เกี่ยวข้องทั่วไปที่ให้สัมภาษณ์ประกอบด้วย
 กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) ได้แก่ ประธานและเลขานุการกลุ่มกลุ่ม
 เครื่องปั้นดินเผา เจ้าหน้าที่จากส่วนราชการและผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ มีจำนวนทั้งสิ้น 15 คน แบ่งได้ ดังนี้

กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informant) ได้แก่ ช่างปั้นและสมาชิกกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด สามโคกและบ้านแก่งกลุ่ม ๆ ละ 5 คนจำนวนทั้งสิ้น 15 คน

4) แบบสัมภาษณ์นี้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview Guidelines) ประกอบด้วย ข้อสัมภาษณ์ 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ตอนที่ 3 ความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการสัมภาษณ์

1. ผู้ให้การสัมภาษณ์

1.1 ชื่อ

1.2 เพศ

1.3 อายุ ปี

1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด สาขา

1.5 ตำแหน่ง

1.6 ประสบการณ์ตำแหน่ง.....

1.7 สถานภาพการให้ข้อมูล ผู้รู้ ผู้ปฏิบัติ ผู้เกี่ยวข้องทั่วไป



2. ผู้สัมภาษณ์ ชื่อ
 สัมภาษณ์ในฐานะ
4. วัน เวลา สถานที่สัมภาษณ์
 สัมภาษณ์วันที่เดือน.....พ.ศ.....
 เวลา สถานที่

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญ
 ภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

รายการข้อสัมภาษณ์	บันทึกผลการสัมภาษณ์	
	ประเด็นปัญหา	แนวทางการพัฒนาตามความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์
1. ปัญหาเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์		
2. ปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบในการผลิต		
3. ปัญหาเกี่ยวกับการสืบสาน		
4. ปัญหาเกี่ยวกับช่างปั้น ช่างแกะสลัก		
5. ปัญหาเกี่ยวกับเครื่องมืออุปกรณ์		
6. ปัญหาเกี่ยวกับกระบวนการผลิต		
7. ปัญหาเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพ		
8. ปัญหาเกี่ยวกับราคา		
9. ปัญหาเกี่ยวกับการตลาด		
10. ปัญหาการจัดการทั่วไป		



ตอนที่ 3 ความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแนวทางการพัฒนาการจัดการผลิตภัณฑ์
เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

รายการข้อสัมภาษณ์	บันทึกผลการสัมภาษณ์	
	ความต้องการของผู้ให้สัมภาษณ์	แนวทางการดำเนินการให้เป็นไปตามความต้องการ ของผู้ให้สัมภาษณ์
1. ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่เคยซื้อ /แหล่งซื้อ		
2. เหตุผลที่เลือกซื้อ (กรณีเคยซื้อ)		
3. ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ต้องการซื้อ (3 ประเภทตามลำดับ)		
4. ชนิดผลิตภัณฑ์ที่ต้องการซื้อ (3 ชนิดตามลำดับ)		
5. ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการซื้อ (แบบ วัสดุดิบที่ผลิต ประโยชน์ขนาด สี ลวดลาย ความงาม อัตลักษณ์ ลักษณะพิเศษอื่น		
6.. วัตถุประสงค์ของการเลือกซื้อ		
7. ลักษณะการผลิต/การดำเนินการผลิต (ผู้รับผิดชอบ สถานที่ เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก)		
8. การควบคุมคุณภาพ		
9. การกำหนดราคา/ราคาที่ต้องการ		
10. แหล่งซื้อ/การจำหน่าย/วิธีการซื้อ		
11. สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ		



ตอนที่ 4 ความคิดเห็นทั่วไปในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแนวทางการพัฒนาการจัดการผลิตภัณฑ์
เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลางเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1. ข้อเสนอแนะทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

.....

2. ข้อเสนอความต้องการทั่วไปเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาการจัดการผลิตภัณฑ์
และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

.....



แบบสังเกตเพื่อการวิจัย
เรื่อง ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์
และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (แบบ 3)

คำชี้แจง 1) แบบสังเกตนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้บันทึกสภาพพฤติกรรมการผลิต การจัดการและการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง

2) ไทยรามัญภาคกลาง หมายถึง ชุมชนไทยรามัญ บ้านเกาะเกร็ด นนทบุรี บ้านสามโคก ปทุมธานี และบ้านแก่ง นครสวรรค์

3) แบบสังเกตนี้เป็นแบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant observation Guidelines) ประกอบด้วย รายการข้อสังเกต 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการสังเกต

ตอนที่ 2 สภาพ ปัญหา และพฤติกรรมปฏิบัติเกี่ยวกับการผลิต การพัฒนา การซื้อและการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง

ตอนที่ 3 ข้อสังเกตทั่วไปเกี่ยวกับการพัฒนาการผลิตและการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการสังเกต

1. แหล่งเป้าหมายการสังเกต.....
 ที่ตั้ง เลขที่.....ถนน.....อำเภอ/เขต
2. ชื่อผู้สังเกต
 สังเกตในฐานะ
3. วัน เวลา สถานที่สังเกต
 สังเกตวันที่เดือน.....พ.ศ.....
 เวลา สถานที่



ตอนที่ 2 สภาพ ปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจัดการ เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง

รายการสังเกต	บันทึกผลการสังเกต		
	สภาพกายภาพ	ปัญหา	พฤติกรรมผู้เกี่ยวข้อง
1. ประเภท/ชนิดผลิตภัณฑ์			
2. ลักษณะของผลิตภัณฑ์			
3. สถานที่ผลิต			
4. วัตถุดิบในการผลิต			
5. การออกแบบ			
6. ช่างปั้น ช่างแกะและ ผู้เกี่ยวข้อง			
7. การสืบสาน เครื่องปั้นดินเผา			
8. การกำหนดราคา			
9. แหล่งจำหน่าย/ การตลาด			
10. กลุ่ม/สมาชิกกลุ่มการ ผลิตเครื่องปั้นดินเผา			
11. ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์			
12. การจัดการการผลิตและ การจำหน่าย			
13. การสนับสนุนจาก หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง			



รายการสังเกต	บันทึกผลการสังเกต		
	สภาพกายภาพ	ปัญหา	พฤติกรรมผู้เกี่ยวข้อง
14. การสนับสนุนร่วมมือจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น			
15. รายได้ของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา			
16. บทบาทเครื่องปั้นดินเผากับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน			
17. ความเป็นอยู่ของช่างครอบครัว สมาชิกกลุ่ม			

ตอนที่ 3 ข้อสังเกตทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต การพัฒนา การซื้อและการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง

1. ข้อสังเกตทั่วไปเกี่ยวกับการพัฒนาการผลิตและการจัดการเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง

.....

.....

2. ข้อสังเกตทั่วไปเกี่ยวกับการจำหน่ายและการซื้อเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง



แบบสนทนากลุ่มเพื่อการวิจัย
เรื่อง ศิลปหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง : การพัฒนาผลิตภัณฑ์
และการจัดการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (แบบ 4)

.....

ชี้แจง 1. แบบสนทนากลุ่มนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดและบันทึกการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับสภาพ ปัญหา แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง

2. ให้แต่ละพื้นที่จัดแบ่งกลุ่มเพื่อทำการสนทนากลุ่ม แยกเป็นกลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติและกลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั่วไป กลุ่มละ 5-8 คน

3. ให้แต่ละกลุ่มร่วมกันอภิปรายตามประเด็นที่กำหนด หาข้อยุติร่วมกันในแต่ละประเด็น

4. แบบนี้ใช้บันทึกข้อมูลการสนทนากลุ่ม 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการสนทนากลุ่ม

ตอนที่ 2 สภาพ ปัญหาและแนวทางพัฒนาและการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง

ตอนที่ 3 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาคัดสรรเพื่อการพัฒนาการผลิตและการจัดการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการสนทนากลุ่ม

1. กลุ่ม

2. จำนวนสมาชิก.....คน

3. วัน เวลา สถานที่จัดสนทนา

วันที่เดือน.....พ.ศ.....เวลา

สถานที่

4.รายชื่อผู้ร่วมสนทนากลุ่ม

ที่	ชื่อ-สกุล	ที่อยู่/โทรศัพท์	ลายมือชื่อ



ตอนที่ 2 สภาพ ปัญหา แนวทางพัฒนาและผลิตภัณฑ์คัดสรรในการพัฒนาการผลิตและการจัดการ
ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไทยรามัญภาคกลาง

รายการการสนทนากลุ่ม	บันทึกผลการสนทนากลุ่ม
1. ลักษณะและคุณสมบัติที่ ดีเด่นของเครื่องปั้นดินเผา ไทยรามัญภาคกลางที่ตน เกี่ยวข้อง (รวมอภิปรายและ ยาข้อยุติและนำเสนอ คุณลักษณะดีเด่นเป็นข้อ ๆ ตามลำดับความดีเด่น ไม่ เกิน 10 ข้อ)	
2. ปัญหาการผลิตผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผาที่ประสบ ทั้งด้านรูปแบบ วัสดุดิบ ช่าง การสืบสาน การกำหนด ราคา การตลาด เรียง ตามลำดับความสำคัญของ ปัญหา (ไม่เกิน 10 ปัญหา)	
3. แนวทางการแก้ปัญหา ตามข้อ 2 แต่ละข้อ ตามลำดับ	
4. แนวทางการแก้ปัญหา ตามข้อ 4 แต่ละข้อ ตามลำดับ	
5. ปัญหาการบริหาร จัดการเครื่องปั้นดินเผา(ไม่ เกิน 10 ปัญหาตามลำดับ)	



รายการการสนทนากลุ่ม	บันทึกผลการสนทนากลุ่ม
6. จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคการผลิตและการจัดการ	
7. แนวทางการแก้ปัญหา ตามข้อ 5 แต่ละข้อ ตามลำดับ	

ตอนที่ 3 ผลลัพธ์สร้างสรรค์ที่เลือกเป็นเป้าหมายการผลิตและการจัดการและลักษณะผลลัพธ์ที่ต้องการ (เสนอไม่เกินกลุ่มละ 3 ผลลัพธ์)

ประเภท ชนิด ชื่อผลลัพธ์	ลักษณะสำคัญของผลลัพธ์



แบบปฏิบัติการเพื่อการวิจัย
 วิพากษ์และสร้างรูปเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไทย
 รัชมัญญาภาคกลาง เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (แบบ 5)
 ประชุมวันที่
 สถานที่ประชุม.....

ประเด็น	ข้อพิจารณา	ข้อสรุป
1) แนวทางพัฒนาการผลิต	1) รูปแบบปรับแต่คงรูปแบบเดิม 2) เอนกประสงค์ 3) กำหนดราคาจากศิลปะและคุณค่าทางวัฒนธรรม 4) สร้างและพัฒนาการตลาดทั้งในและนอกพื้นที่ 5) ใช้เทคนิคการขายทางวัฒนธรรม 6) พัฒนาการจัดการให้ครบวงจร 7) บูรณาการทั้งการผลิตและการจำหน่าย 8) พัฒนาด้านทักษะการผลิตต่อเนื่อง 9) ผลิตผลิตภัณฑ์กับความต้องการของลูกค้า 10) ราคาเป็นธรรม เน้นคุณค่า 11) ควบคุมคุณภาพ 12) พัฒนาเป็นอาชีพ สร้างรายได้	
2) แนวทางพัฒนาการจัดการ	หลักการในการพัฒนาและการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไทยรัชมัญญาภาคกลางเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 1) บูรณาการการผลิต การตลาดและการจัดการเป็นเรื่องเดียวกันครบวงจร 2) เน้นการสร้างสรรค์ ริเริ่มดัดแปลงให้คงอัตลักษณ์และความต้องการของตลาด 3) ยึดหลักธรรมาภิบาลตามหลักบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 10 ประการ 4) สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางศิลปวัฒนธรรม 5) ยึดประโยชน์ใช้สอยและความต้องการของตลาด 6) สร้างงาน การสร้างอาชีพและรายได้ 7) สร้างคุณค่า คงอัตลักษณ์และความเป็นไทยผลิตและจำหน่ายอย่างสร้างสรรค์ใน 9 ขั้นตอน 1) การศึกษาความต้องการของตลาด	



ประเด็น	ข้อพิจารณา	ข้อสรุป
	2) ศึกษาศักยภาพการผลิต 3) คัดเลือกผลิตภัณฑ์เป้าหมาย 4) วางแผนการผลิตการตลาดและออกแบบผลิตภัณฑ์ 5) การผลิตและการจัดการอย่างสร้างสรรค์ 6) การตรวจสอบคุณภาพและตั้งราคา 7) ดำเนินการด้านการตลาดและจำหน่าย 8) ติดตามประเมินผลและการส่งเสริมการตลาด 9) การทบทวนและปรับปรุงพัฒนา	
3. ผลิตภัณฑ์คัดสรร	(1) แผ่นทับกระดาษภาพเจดีย์มูเตตาเอียงตั้งกลางแม่น้ำเจ้าพระยาของบ้านเกราะเกร็ด (2) ผลิตภัณฑ์โคมไฟรูปดอกบัวบ้านสามโคก (3) ผลิตภัณฑ์โมบายครอบครัวปลาบ้านแก่ง ลักษณะสร้างสรรค์ -ความแปลกใหม่ที่ได้จากภูมิปัญญาการออกแบบ การปั้น การทำลวดลายและการเผาที่มีอยู่เดิมกับแนวคิดใหม่เกี่ยวกับความงาม สัญลักษณ์และการสร้างสรรค์ คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยทั้งการใช้ในชีวิตประจำวัน เครื่องประดับตกแต่งและของที่ระลึก -อัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมไทย เน้นสัญลักษณ์และเอกลักษณ์ของไทยรามัญภาคกลาง -สัญลักษณ์ตามสภาพที่ตั้งและทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ -ตรงกับความต้องการของตลาดและความสามารถของผู้ผลิต -ร่วมผลิต ร่วมจำหน่ายและร่วมจัดการอย่างครบวงจร	

(ลงชื่อ)ผู้บันทึก
(.....)



ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์



รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

- กรรณิการ์ ทาทิพย์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 55/4 หมู่ 1 ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2556.
- กาญจนา เคี่ยมสมุทร เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 99/2 หมู่ 1 ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เมื่อวันที่ 14 เมษายน 2556.
- กิมไล้ กิจบำรุง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 52 หมู่ 1 ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2556.
- จินดา ทาทิพย์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 55/1 หมู่ 1 ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2556.
- เฉลิมศักดิ์ ปาลาเป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 2 หมู่ 1 ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เมื่อวันที่ 12 เมษายน 2556.
- ชโลม บุญคำภา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 78 หมู่ 2 ตำบลสามโคก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2556.
- เตือนใจ หมายสุข เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 29/1 หมู่ 2 ตำบลสามโคก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2556.
- ทองห่อ จีวออก เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 85 หมู่ 1 ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เมื่อวันที่ 14 เมษายน 2556.
- ธวัชชัย เชื้อเต็ง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 53/1 หมู่ 1 ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2556.
- น้ำอ้อย ดาวทอง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 18/1 หมู่ 4 ตำบลสามโคก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2556.
- นิคม บางจริง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 37/2 หมู่ 1 ตำบลสามโคก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2556.
- บุญส่ง ขุนอินทร์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 38 หมู่ 1 ตำบลสามโคก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2556.
- ปรียาพร ทรพรุทธานนท์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 79/1 หมู่ 1 ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เมื่อวันที่ 14 เมษายน 2556.
- เป้า เลี้ยงสุข เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 49 หมู่ 1 ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2556.
- พันธ์ กลสิการ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 20/2 หมู่ 1 ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2556.
- พิศาล บุญผูก เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 19 หมู่ 7 ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2556.
- มลิ วงศ์จำนง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 77/1 หมู่ 1 ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2556.



[illegible]

- สันติ พุ่มไม้ใหญ่ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 53/2 หมู่ 1
ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2556.
- สุชาติ พักสุข เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 13 หมู่ 1
ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2556.
- สุทิน บางจริง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 37/2 หมู่ 1
ตำบลสามโคก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2556.
- สุนีย์ ดิขสง่า เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 90/1 หมู่ 1
ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เมื่อวันที่ 12 เมษายน 2556.
- สุรจิตต์ ชื่นพันธุ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 52 หมู่ 1
ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เมื่อวันที่ 12 เมษายน 2556.
- สุรัตน์ บัวหิรัญ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 54 หมู่ 1
ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เมื่อวันที่ 14 เมษายน 2556.
- เสริม โมกศักดิ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 13 หมู่ 1
ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2556.
- อภิสิทธิ์ ประดิษฐวงศ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, กัญญ์ ยังน้อย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 55/2
หมู่ 1 ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เมื่อวันที่ 12 เมษายน 2556.



ภาคผนวก ค
ภาพประกอบกิจกรรม





ภาพประกอบ 105 นายพิศาล บุญผูก ผู้ทรงคุณวุฒิด้านภูมิปัญญาการทำเครื่องปั้นดินเผา
ของชาวไทยรามัญภาคกลาง



ภาพประกอบ 106 นายสันติ พุ่มไม้ใหญ่ ช่างปั้นผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา



ภาพประกอบ 107 นายศรีเมือง ทรรทรานนท์ ช่างแกะสลักกลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา



ภาพประกอบ 108 นางเป้า เลี้ยงสุข ผู้ทรงคุณวุฒิด้านภูมิปัญญาการทำเครื่องปั้นดินเผา บ้านแก่ง จังหวัดนครสวรรค์



ภาพประกอบ 109 ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายนิคม บางจริง ประธานกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาประดับผ้าไหม บ้านสามโคก จังหวัดปทุมธานี



ประวัติย่อของผู้วิจัย



ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ	นางกัญญ์ ยังน้อย
วันเกิด	วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2498
สถานที่เกิด	อำเภอริโอเสาะ จังหวัดนราธิวาส
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 53/3 หมู่ 1 ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี รหัสไปรษณีย์ 11120
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	บุคลากรพัฒนาระบบสวัสดิการการเงินรัฐวิสาหกิจ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	กองพัฒนาระบบสวัสดิการ องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ สำนักงานใหญ่ 131 ถนนเทียมร่วมมิตร ห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10320
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2512	มัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสงเคราะห์ประชาสงขลา
พ.ศ. 2515	ประกาศนียบัตรวิชาการศึกษาชั้นสูง (ป.กศ.ชั้นสูง) วิชาเอกสังคมศึกษา วิทยาลัยครูสงขลา
พ.ศ. 2545	ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) วิชาเอกประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
พ.ศ. 2553	ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
พ.ศ. 2558	ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

