

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สังคมและวัฒนธรรมย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพราะความต้องการของมนุษย์ไม่มีที่สิ้นสุดแต่การเปลี่ยนแปลงจะเร็วหรือช้าขึ้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มาเกี่ยวข้อง เช่น ระดับการศึกษาของคนในสังคมการสื่อสารคมนาคม ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การนำมาเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมกับสังคมเป็นของคู่กัน ต้องไปด้วยกันเสมอ ถ้าสังคมเปลี่ยนวัฒนธรรมก็เปลี่ยนสังคมก็เปลี่ยน มีผลเกี่ยวเนื่องกัน ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เช่น การค้นพบ การประดิษฐ์ การขัดแย้ง การแข่งขัน

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรมมีผลทำให้ระบบ รูปแบบทางสังคม และวิถีชีวิตของมนุษย์ทั้งที่เป็นวัตถุและไม่ใช่วัตถุเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอไม่ว่าจะเป็นชนชาติใด เนื่องจากปัญหาที่มนุษย์ประสบอยู่ในสังคมเป็นประจำ ประกอบกับมีความต้องการจะปรับปรุงวิถีชีวิตของตนเอง และครอบครัวใหม่สภาพดีขึ้นกว่าเดิม จะเห็นว่าวัฒนธรรมกับสังคมต้องไปด้วยกันเสมอ มีผลเกี่ยวเนื่องกัน โดยเฉพาะในระบบความสัมพันธ์ของมนุษย์ที่อยู่ร่วมกันในสังคม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็มีความสัมพันธ์กับโครงสร้างของสังคมด้วย เช่น การรับเอาแบบอย่างความเป็นอยู่ในเรื่องอาหารการกิน การแต่งกาย การพักผ่อนหย่อนใจ ฯลฯ โดยสิ่งเหล่านี้ไม่ถือเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเว้นเสียแต่การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม มีผลสะท้อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบความสัมพันธ์ของบุคคลแตกต่างไปจากที่เคยเป็นอยู่มาแต่เดิม เช่น แต่เดิมความสัมพันธ์เป็นแบบใกล้ชิด เช่น การลงแขกทางการเกษตรแต่เมื่อมีเทคโนโลยีเข้ามาความสัมพันธ์ของคนในสังคมก็น้อยลง ในอดีตสร้างบ้านเหมาะแก่ธรรมชาติต่อมาเลียนแบบตะวันตกเมื่ออากาศร้อนก็ต้องพึ่งแอร์คอนดิชัน สิ่งแวดล้อมก็เปลี่ยนไป การละเล่นในอดีต เช่น รำวง คนมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งแตกต่างจากการดูคอนเสิร์ตในปัจจุบันที่มีส่วนร่วมแต่ขาดความสัมพันธ์^๑ เช่นเดียวกับวัฒนธรรมการเป็นอยู่เครื่องใช้ไม้สอยต่างๆ ที่ว่ายุคหินเคยใช้หินเอามาขัดให้แหลมใช้แทนอาวุธก็เปลี่ยนมาเป็นใช้เหล็กตีเป็นมีดหรืออาวุธต่าง ๆ แทน สมัยก่อนการใช้คอนโท หม้อน้ำดินเผา ใส่น้ำเพื่อต้ม มาถึงปัจจุบันใช้กระติกน้ำ เขี่ยก้นน้ำพลาสติกแทน สมัยในอดีตเคยใช้หม้อแกงดินเผาหุงต้มอาหาร มาปัจจุบันใช้หม้อสแตนเลส หม้อไฟฟ้าแทน ซึ่งตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงทั้งหลายเหล่านี้เป็นผลสืบเนื่องมาจาก

^๑ จิตติวัฒน์ สืบเสนาะ, “ชีวิตและวัฒนธรรมไทย” [ออนไลน์] แหล่งที่มา: https://www.google.co.th/#q=http://jitiwat๑๒๓๔.blogspot.com/๑_๔๒๑๓.html. [๕ สิงหาคม. ๒๕๖๐].

การเปลี่ยนแปลงของโลกซึ่งจะเลี่ยงการเปลี่ยนแปลงนี้ได้ยาก มีแต่จะคอยอนุรักษ์ไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันดีงามไว้เพื่อให้ลูกหลาน หรือคนรุ่นหลังได้ศึกษาต่อเพียงเท่านั้น

สำหรับการเปลี่ยนแปลง ส่งผลกระทบอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่ต้องเตรียมตัวรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะตามมาด้วย ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมเกี่ยวกับการทอผ้า ซึ่งประสบปัญหามากในขณะนี้เพราะว่าเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม การแต่งกายที่เปลี่ยนไป เช่นเคยซื้อเสื้อผ้าใหม่ ๆ มาใส่ในราคาที่สูงจากร้านค้าในห้าง ปัจจุบันเปลี่ยนมาซื้อเสื้อผ้ามือสองใส่ในราคาถูกซึ่งผู้ผลิตไม่สามารถผลิตขายได้ในราคาแบบนั้นได้เลย เพราะว่าเสื้อผ้ามือสองเหล่านั้นเป็นเสื้อผ้าที่ผู้จำหน่ายประมูลมาจากมูลนิธิเพื่อการกุศล จากเมืองนอกซึ่งเป็นเสื้อผ้าที่มีคุณภาพที่ดีกว่า และนำมาจำหน่ายในราคาที่ถูกลง ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอบ้านเราเป็นอย่างมาก ทำให้ผู้ประกอบการสิ่งทอทั้งหลายต้องหาวิธีปรับกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอด

อุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาก็เช่นกันจากการเปลี่ยนแปลงที่กล่าวมาแล้วนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องหาวิธีการรับมือการเปลี่ยนแปลงด้วย เช่นคอนโทสมัยก่อนเคยนำมาใส่น้ำดื่ม แต่ปัจจุบันมีสิ่งที่สามารถใช้ทดแทนคอนโทได้ เราจะทำยังไงต่อไปหากผลิตออกมาจำหน่ายไม่ได้ เพราะว่าเขาเลิกการนิยมไปแล้ว นั่นคือคำถามที่จะตามมา หากเรายังนิ่งเฉยอยู่ คำตอบตามมาก็คือเลิกผลิต เปลี่ยนไปผลิตสินค้าตัวใหม่แทน หรือไม่ก็ปิดกิจการไปเลย แล้วเปลี่ยนอาชีพใหม่ ซึ่งทำให้วัฒนธรรมดี ๆ ที่เคยสร้างสรรค์มาสูญหายไปด้วยในที่สุดนั่นเอง แล้วเราจะทำยังไงดีคำถามต่อมาลองหาวิธีการ โดยการสร้างวัฒนธรรมใหม่ได้หรือเปล่า เช่นคอนโทออกแบบใหม่จากเคยใช้ใส่น้ำดื่มเปลี่ยนมาเป็นที่ตากแห้งบ้านเรือน หรือใช้ตากแห้งสวนแทน หม้อน้ำดื่มเคยใช้ใส่น้ำดื่มเปลี่ยนมาเป็นที่ตากแห้งสวนหรือใช้ใส่สิ่งของของคนประสงค์เช่น หากขายประเทศจีนก็จะใช้ใส่ใบชาแห้ง โดยการเน้นความประณีต ความทนทาน และความเป็นเอกลักษณ์แบบไทย ๆ เป็นต้น หรืออาจจะต้องคิดผลิตเพื่อการตกแต่งมากกว่าประโยชน์ใช้สอยแทนก็ได้ ยังทำให้ศิลปวัฒนธรรมแบบเดิม และอาชีพเดิม ๆ ยังคงอยู่ตลอดไปเพื่อลูกหลานได้ศึกษาต่อไป ซึ่งแนวคิดต่าง ๆ เหล่านั้นจะเกิดขึ้นได้จำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์และองค์ความรู้เดิมที่มีมา แต่ก็ยังไม่เพียงพออยู่นั่นเองจำเป็นจะต้องอาศัยนักออกแบบหรือผู้ที่มีประสบการณ์มีความรู้เฉพาะด้านช่วยอีกทางหนึ่ง เพื่อนำมาพัฒนาความรู้ใหม่ ๆ เพื่อการแข่งขัน และเสริมสร้างความเข้มแข็งอันเป็นพื้นฐาน เพื่อให้สามารถแข่งขัน กับกระแสโลกาภิวัตน์ อีกทั้งเป็นการช่วยให้องค์กร และสังคมอยู่รอด

ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นยุค “เศรษฐกิจฐานความรู้” ซึ่งเป็นเศรษฐกิจ ที่อาศัยการสร้างการกระจาย และการใช้ความรู้เป็นตัวขับเคลื่อนหลักที่ทำให้เกิดการเติบโต สร้างความมั่งคั่ง และสร้างงานในทุกรูปแบบ องค์กรจะอยู่รอดในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ได้นั้น จะต้องปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ เป็นการแข่งขันที่ต้องใช้ความรวดเร็วในการสร้างความได้เปรียบโดยอาศัยทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ เทคโนโลยี และยังต้องใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์โดยให้

ความสำคัญกับลูกค้า มากกว่ามุ่งเน้นที่การผลิตเพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตามวิธีการจัดการความรู้แบบธรรมชาติโดยปราศจากกระบวนการที่เป็นระบบ อาจส่งผลให้การพัฒนาเป็นไปอย่างล่าช้าไม่สามารถตอบสนองต่อเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้ทันเวลา ดังนั้นองค์การจึงจำเป็นต้องมีการจัดการความรู้ที่เป็นระบบเพื่อช่วยให้สามารถเพิ่มผลผลิต และศักยภาพในการแข่งขันขององค์การ

ชุมชนบ้านเหมืองกุง ก็เป็นหนึ่งในชุมชนที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดเชียงใหม่มาช้านาน ซึ่งมีแหล่งกำเนิดเครื่องปั้นดินเผาที่ชุมชนบ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะ และมีความเป็นอัตลักษณ์ มีการสืบทอดอาชีพการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีการสืบทอดอาชีพงานปั้นมาจนทุกวันนี้ แต่ยังไม่ได้รับการเสริมสร้างคุณค่าการพัฒนา ด้านคุณภาพ ด้านคุณค่าทางศิลปะที่สะท้อนจิตใจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านการเสริมสร้างการเพิ่มมูลค่าเท่าที่ควร จึงควรมีการจัดระบบความรู้เพื่อให้ผู้ประกอบการอาชีพการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ให้มีการพัฒนาการผลิตเครื่องปั้นดินเผา และสามารถรู้แนวทางแนวการเสริมสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นฐานเศรษฐกิจที่ยั่งยืนให้กับ ชุมชนบ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบข้อมูล และศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อแนวทางการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านเหมืองกุง อันจะก่อให้เกิดประโยชน์เพื่อการพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ และทำให้เกิดคุณค่าทางด้านอุตสาหกรรมการผลิต ทางด้านศิลปะการออกแบบเพื่อประโยชน์ใช้สอยเพื่อสร้างคุณค่าทางด้านจิตใจทั้งวัฒนธรรม และสังคม ทางด้านการเสริมสร้างคุณค่าเพื่อการเพิ่มมูลค่า เป็นเสมือนหนึ่งคือการ สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้อยู่คู่กับจังหวัดเชียงใหม่สืบไป

๑.๒ คำถามวิจัย

๑.๒.๑ สภาพการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ของชุมชนบ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นอย่างไร

๑.๒.๒ สาเหตุและปัญหาของการผลิตเครื่องปั้นดินเผาในปัจจุบัน ของชุมชนบ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นอย่างไร

๑.๒.๓ แนวทางการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ของชุมชนบ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นอย่างไร

๑.๓ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑.๓.๑ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ของชุมชนบ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

๑.๓.๒ เพื่อศึกษา สาเหตุและปัญหาของการผลิตเครื่องปั้นดินเผาในปัจจุบัน ของชุมชน บ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

๑.๓.๓ เพื่อเสนอแนวทางการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ให้กับชุมชน บ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

๑.๔ ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลในด้านเนื้อหาและเอกสารดังต่อไปนี้

๑.๔.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา

๑) ทำการศึกษาสภาพทั่วไปของปัญหา , อุปสรรคในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา และหาแนวทางการพัฒนารูปแบบเพื่อเสริมสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ของชุมชน บ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

๒) ศึกษาแนวทางการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผา จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน ๑๕ ท่าน

๑.๔.๒ ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) คือ กลุ่มส่ล่่าบ้านหม้อบ้านเหมืองกุง เจ้าของโรงงานในเขตพื้นที่บ้านเหมืองกุง ผู้ประกอบการ(ผู้ที่เปิดร้านค้าชุมชนหน้าหมู่บ้านเหมืองกุง) และกลุ่มผู้บริโภค โดยแบ่งออกเป็น ๓ กลุ่ม กลุ่มที่ ๑ กลุ่มส่ล่่าบ้านหม้อ และเจ้าของโรงงานจำนวน ๙ คน กลุ่มที่ ๒ กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนจำนวน ๔ คน และกลุ่มที่ ๓ กลุ่มผู้บริโภค จำนวน ๒ คน รวมทั้งหมด ๑๕ คน

๑.๔.๓ ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยในการศึกษาดังนี้ ขอบเขตด้านแนวทางการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผา และการพัฒนารูปแบบ ศึกษาในเขตพื้นที่บ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

๑.๔.๔ ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเริ่มตั้งแต่ เดือน เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๐ ถึง เดือน กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๐ รวมเป็นระยะเวลา ๖ เดือน

๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

๑.๕.๑ แนวทางการเสริมสร้างคุณค่า หมายถึง ทางปฏิบัติที่วางไว้เป็นแนว เป็นขั้นตอน การแนะนำแนวทางการพัฒนารูปแบบใหม่ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตเครื่องปั้นดินเผาให้กับผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผา ของชุมชนบ้านเหมืองกุง

๑.๕.๒ คุณค่า หมายถึง ผลผลิตหรือชิ้นงานที่มีประโยชน์ และมีคุณค่าสูงในที่นี้หมายถึง เครื่องปั้นดินเผาที่ผลิตออกมาแล้วได้รูปแบบที่แตกต่างจากชิ้นงานเดิมซึ่งทำให้มีมูลค่าเพิ่มทั้งทางด้าน อุตสาหกรรม ด้านวัฒนธรรม และทางด้าน สังคม ของชุมชนบ้านเหมืองกุง

๑.๕.๓ การผลิต หมายถึง ขั้นตอนในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาทั้งที่เริ่มตั้งแต่การเตรียมดิน การขึ้นรูป การตกแต่งเก็บความเรียบร้อย การทำให้แห้ง การเผาดิบ และการตกแต่ง และรวมทั้ง เครื่องปั้นดินเผาที่ผ่านกระบวนการเผาเรียบร้อยแล้ว และนำมาตกแต่งทำสี พร้อมใช้งานตาม วัตถุประสงค์นั้น ๆ ของชุมชนบ้านเหมืองกุง

๑.๕.๔ เครื่องปั้นดินเผา หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากดินโดยใช้แหล่งดินจากธรรมชาติ แล้วนำมาผ่านกระบวนการเผาที่อุณหภูมิต่ำไม่เกิน ๙๐๐ องศา จะได้ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่มี ลักษณะสีแดง และสีน้ำตาล รูปทรงมีลักษณะเฉพาะแสดงให้เห็นเป็นเอกลักษณ์ของเครื่องปั้นดินเผา ของชุมชนบ้านเหมืองกุง

๑.๖ ทบทวนเอกสารและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ของชุมชนบ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับ เครื่องปั้นดินเผา แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการเสริมสร้างคุณค่า และแนวทางการพัฒนารูปแบบ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแยกเป็นประเด็น ดังนี้

๑.๖.๑ เอกสารที่เกี่ยวข้อง

๑) ความหมาย และแนวคิดเกี่ยวกับการเสริมสร้างคุณค่า

๑.๑) ความหมายเกี่ยวกับการเสริมสร้างคุณค่า

๑.๒) แนวคิดเกี่ยวกับการเสริมสร้างคุณค่า

๒) ความหมาย และแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผา

๒.๑) ความหมายของเครื่องปั้นดินเผา

๒.๒) แนวคิดเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผา

๓) ความหมาย และแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

๓.๑) ความหมายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์

๓.๒) แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

๔) ความหมาย และแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

๔.๑) ความหมายของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

๔.๒) แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

๑.๖.๒ เอกสารที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการเสริมสร้างคุณค่า

ในประเด็นเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่าผู้ให้ความหมายโดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

๑) ความหมายเกี่ยวกับการเสริมสร้างคุณค่า

ในประเด็นเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างคุณค่ามีผู้ให้ความหมายโดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

๑.๑) ความหมายเกี่ยวกับแนวทางการเสริมสร้างคุณค่า

ในประเด็นความหมายเกี่ยวกับการเสริมสร้างคุณค่า คือลักษณะที่พึงปรารถนา พึงพอใจและพึงประสงค์ สิ่งตอบสนองความปรารถนาได้เป็นสิ่งที่มีความหมาย ดังนั้นคุณค่า ดังนั้นคุณค่าจึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดความปรารถนาของมนุษย์เต็มสมบูรณ์ ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้ อาทิเช่น

สิริยา คงสมพงษ์ สร้างมูลค่าจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ ซึ่งไม่ได้จำกัดเฉพาะการผลิตและการจำหน่ายสินค้าเท่านั้นแต่ครอบคลุมตั้งแต่จุดเริ่มต้นของวัตถุดิบจนถึงปลายทางในการแปรรูปวัตถุดิบให้กลายเป็นสินค้าหรือบริการที่ถูกส่งต่อถึงผู้บริโภคโดยตรง จากนั้นจึงวิเคราะห์ในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่า ผู้ผลิตรวมถึงหน่วยงานที่มีส่วนช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนในขั้นตอนการผลิตสินค้าหรือบริการจะสามารถกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มมูลค่าในแต่ละขั้นตอนหรือกระบวนการได้อย่างไร ตั้งแต่กลยุทธ์การเพิ่มคุณภาพของวัตถุดิบในท้องถิ่น กลยุทธ์ด้านการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์รวมถึงกลยุทธ์ในการจำหน่าย และกระจายสินค้าเป็นต้น ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์เหล่านี้จะส่งผลให้ประชาชนที่มีส่วนร่วมในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่มูลค่าได้รับประโยชน์มากขึ้น^๒

กองทุนบัวหลวง การสร้างสรรค์คุณค่า (Creation) คือการผลิต การตลาด การขาย และการบริการ เพื่อที่จะส่งมอบคุณค่าให้ผู้บริโภคตามที่ได้ประกาศเป็นความมุ่งมั่นไว้ แผนงานการผลิตจะต้องเป็นไปตามพันธกิจ วิสัยทัศน์และนโยบายขององค์กร การตลาดก็ต้องสื่อสารคุณค่าของสินค้าที่องค์กรได้สร้างสรรค์ไว้ การขายจะต้องนำเสนอจุดเด่น คุณประโยชน์ และคุณค่าของสินค้ามาใช้ในการจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้า และการบริการจะต้องเป็นการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่สินค้า ต้องทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าได้ประสบประโยชน์ที่น่าประทับใจจากการทำธุรกรรมกับ Brand^๓

รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ ตามคำนิยามของPorter และKramer คุณค่าร่วม (Shared Value) หมายถึง นโยบาย แนวทาง และกิจกรรมที่องค์กรธุรกิจจัดทำขึ้น เพื่อนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร และในขณะเดียวกันก็สร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชนโดยรอบที่ธุรกิจดำเนินงานอยู่ การสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างธุรกิจ และสังคมจึงเน้นไปที่การค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ และความเจริญก้าวหน้าทางสังคมเมื่อพบแล้วก็ขยายความสัมพันธ์นั้นให้กว้างไกลออกไป ธุรกิจจะต้องเชื่อมโยงความสำเร็จขององค์กรเข้ากับ ความเจริญก้าวหน้าทางสังคมคุณค่าร่วมจึงไม่ใช่ความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ใช่การทำการกุศล ไม่ใช่การ

^๒สิริยา คงสมพงษ์, “การสร้างมูลค่าจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ”, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://sesc.ocsc.go.th/uploads/km/๗๒/OCSC_Value%๒๐Chain_๒๘๐๔๒๐๑๔.pdf. [๕ สิงหาคม ๒๕๖๐].

^๓กองทุนบัวหลวง, “การตลาดคือการสร้างคุณค่า”, ผู้จัดการ Online, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?>. [๕ สิงหาคม ๒๕๖๐].

พัฒนาความยั่งยืน แต่เป็นแนวทางใหม่ที่น่าไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ โดยธุรกิจจะต้องขยายวงของคุณค่าร่วมให้ครอบคลุมทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจ และสังคม ตัวอย่างที่ชัดเจนในเรื่องนี้ เช่น การเรียกร้องให้ธุรกิจจัดซื้อสินค้าอย่างเป็นธรรม โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกษตรกรมีรายได้สูงขึ้นจากการขายพืชผลทางการเกษตรแต่การซื้อขายที่เป็นธรรมมักเป็นการซื้อไปจำหน่ายต่อมากกว่าการกระจายคุณค่าร่วมทั้งหมดที่เกิดขึ้น ดังนั้น ถ้าใช้วิธีการสร้างคุณค่าร่วมกัน จะต้องเน้นไปที่การพัฒนาเทคโนโลยีการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้จัดซื้อ และชุมชนท้องถิ่น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ผลตอบแทน คุณภาพผลผลิต และความยั่งยืนให้แก่เกษตรกรซึ่งวิธีการเช่นนี้ก่อให้เกิดรายได้ และผลกำไรที่เพิ่มมากขึ้น เป็นประโยชน์ทั้งต่อเกษตรกรและธุรกิจที่รับซื้อผลผลิต^๔

สรุปได้ว่า การสร้างสรรค์คุณค่า (Creation) คือการผลิต การตลาด การขาย และการบริการ จากต้นน้ำถึงปลายน้ำ ครอบคลุมตั้งแต่จุดเริ่มต้นของวัตถุดิบจนถึงปลายทางในการแปรรูปวัตถุดิบให้กลายเป็นสินค้า มอบคุณค่าให้ผู้บริโภค หรือบริการที่ถูกส่งต่อถึงผู้บริโภคโดยตรง จะต้องเป็นไปตามพันธกิจ วิสัยทัศน์และนโยบายขององค์กร จากนั้นจึงวิเคราะห์ ในขั้นตอนการผลิตสินค้าหรือบริการ จะสามารถกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มมูลค่า นี่คือการสร้างคุณค่าระดับองค์กร แต่การสร้างคุณค่าระดับสังคมนั้นคือจะต้องเป็นการสร้างคุณค่าร่วม การสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างธุรกิจ และสังคมจึงเน้นไปที่การค้นหาคำความสัมพันธ์ระหว่างความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ และความเจริญก้าวหน้าทางสังคมเมื่อพบแล้วก็ขยายความสัมพันธ์นั้นให้กว้างไกลออกไป ธุรกิจจะต้องเชื่อมโยงความสำเร็จขององค์กรเข้ากับความสำเร็จก้าวหน้าทางสังคม จะต้องเน้นไปที่การพัฒนาเทคโนโลยีการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้จัดซื้อ และชุมชนท้องถิ่น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ผลตอบแทน คุณภาพผลผลิต การขายจะต้องนำเอาจุดเด่น คุณประโยชน์ และคุณค่าของสินค้ามาใช้ในการจูงใจ การบริการจะต้องเป็นการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่สินค้า ต้องทำให้ผู้บริโภครู้สึกประทับใจ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการเพิ่มคุณค่าจากการสร้างคุณค่าร่วม

๑.๒) แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการเสริมสร้างคุณค่า

ในประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการหลายท่าน ดังนี้ **ปิยาภรณ์ คำยิ่งยง** อ้างถึงสุวิทย์ วงศ์จุริราภิชัย ได้แบ่งกลุ่มแนวคิดงานออกแบบอย่างยั่งยืนออกเป็น ๓หมวดหมู่หลัก ดังนี้ ๑) **Low-Impact Materials** หมายถึง การเลือกใช้ทรัพยากรที่ปราศจากสารเคมีอันส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม, การคิดค้นวัสดุใหม่ที่น่าทรัพยากรทางธรรมชาติมาใช้แทนสารสังเคราะห์ที่เกิดจากสารเคมี รวมไปถึง การเลือกใช้ทรัพยากร ที่สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้ง่ายและสิ้นเปลืองพลังงานน้อยที่สุด ๒) **Reduce** หมายถึง การลดปริมาณการใช้ทรัพยากรในการผลิตให้มากที่สุดหรือกล่าวในอีกมุมหนึ่งคือ การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าที่สุด ทั้งนี้การลดปริมาณการใช้จะต้องไม่ทำให้คุณภาพ หรือประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ลดลงไปด้วย นอกจากนี้ยังรวมถึงการลดปริมาณการใช้พลังงานเชื้อเพลิง และการหาหนทางในการใช้พลังงานสะอาดด้วย ๓) **Reuse, Recycle และ Upcycling** คำทั้ง ๓ นี้ มีความหมายที่แตกต่างกันกล่าว คือ **Reuse**

^๔รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ, “การสร้างคุณค่าร่วม แนวปฏิบัติที่ดีสู่สังคม”, วารสารนักบริหาร, ฉบับที่ ๓ (กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๕๖): ๗๕

หมายถึง การใช้ประโยชน์ซ้ำ โดยไม่ผ่านกระบวนการแปรสภาพ Recycle หมายถึงการแปลงสภาพเศษวัสดุมาใช้งานใหม่ ส่วนใหญ่จะทำให้วัสดุนั้นๆ มีคุณภาพที่แย่ลง และ Upcycling หมายถึง กระบวนการแปลงสภาพวัสดุเหลือใช้ที่ได้รับประโยชน์ให้เป็นวัสดุใหม่ หรือสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพสูงขึ้น สวยงามขึ้น และสามารถสร้างมูลค่าทางการค้าที่สูงขึ้นด้วยประโยชน์ของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีดังต่อไปนี้ ๑. เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยจะส่งผลดีต่อธุรกิจ ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นแนวทางนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ๒. เพื่อสร้างผลกำไรให้กับองค์กรโดยการนำกระแสความต้องการสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้เป็นจุดเด่นในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ๓. สามารถลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตจากการลดปริมาณวัตถุดิบ หนีบท่อ การใช้พลังงานในการผลิตสินค้าและบริการ ๔. สามารถนำวัสดุหรือชิ้นส่วนกลับมาใช้ได้ใหม่โดยการปรับปรุงผลิตภัณฑ์จากการออกแบบ ๕. เพื่อป้องกันปัญหาการใช้ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมมาเป็นกำแพงทางการค้าที่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Barrier; NTB) และรองรับการเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบทางด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆที่มีความเข้มงวดจากประเทศพัฒนาแล้ว เช่น WEEE, RoHS, EuP เป็นต้น ๖. ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร และผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน แนวทางการออกแบบที่ยั่งยืน ถูกปรับให้สอดคล้องกับการทำงานของผู้คนมากขึ้น โดยเน้นแนวความคิดที่เด่นชัด ส่งผลในเชิงบวกและเป็นไปได้ในการทำงาน คือเน้นการพัฒนาให้เป็นที่ดีขึ้นหรือมีผลกระทบในทางที่ดีขึ้น โดยการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และทรัพยากรธรรมชาติ^๕

รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ อ้างถึงPorter และ Kramer ได้เสนอแนวคิด “การสร้างคุณค่าร่วม(Creating Shared Value- CSV)”ซึ่งกล่าวถึงต้นเหตุของปัญหาทางสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ที่โลกกำลังเผชิญอยู่ในเวลานี้ว่ามีที่มาจากองค์กรธุรกิจในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม การเจริญเติบโตของธุรกิจต้องแลกมาด้วยความสูญเสียของสังคมสิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ เป็นเหตุให้รัฐต้องกำหนดนโยบายกระตุ้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ แม้ว่าผู้บริหารองค์กรธุรกิจจะรับรู้ปัญหานี้และพยายามหาแนวทางการดำเนินธุรกิจแบบใหม่เพื่อที่จะแก้ปัญหาแต่ก็ยังขาดกรอบความคิดที่ชัดเจน ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจ และสังคมอยู่ร่วมกันได้อย่างสร้างสรรค์องค์กรธุรกิจจึงต้องกำหนดแนวทางในการบริหารงานใหม่ โดยยึดแนวคิดการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างธุรกิจ และสังคม ด้วยการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าทางสังคมเป็นการสนองความต้องการ และแก้ปัญหาสังคมไปพร้อมกัน^๖

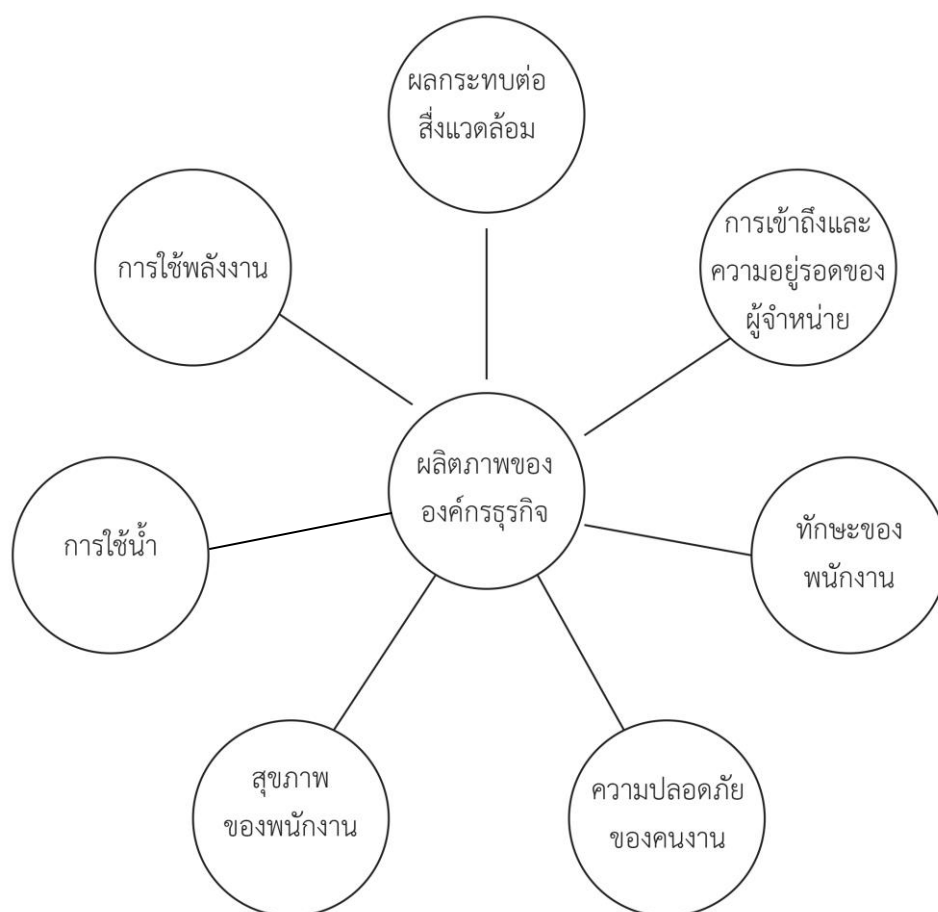
รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ การที่จะสร้างคุณค่าร่วมกันนั้น ธุรกิจสามารถสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value) ไปพร้อมกับการสร้างคุณค่าทางสังคม (Societal Value) ซึ่งทำได้ ๓ วิธีดังต่อไปนี้ (บริษัท แบรินด์เอจ จำกัด)

๑) การปรับเปลี่ยนวิธีการคิดเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่และตลาดใหม่ จากเดิมที่ธุรกิจผลิตสินค้าหรือบริการให้ตรงกับความต้องการของสังคมเพียงอย่างเดียว ให้หันมาสนใจความต้องการพื้นฐานของสังคมเป็นหลักเนื่องจากสังคมมีความต้องการในด้านต่างๆ อยู่มาก

^๕ปิยาภรณ์ คำยิ่งยง, “การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ สู่วัสดุภัณฑ์ใหม่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม”, *บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*, ๒๕๕๘.

^๖รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ, “การสร้างคุณค่าร่วม แนวปฏิบัติที่ดีสู่สังคม”, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive.pdf> [๕ สิงหาคม ๒๕๖๐].

ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการดูแลสุขภาพ การมีที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น การมีโภชนาการที่ดี การดูแลผู้สูงอายุ การมีฐานะการเงินมั่นคง การมีสิ่งแวดล้อมที่ดี ฯลฯ ความต้องการของสังคมทั้งหมดนี้เป็นโอกาสในการสร้างสรรค์นวัตกรรม จนเกิดการสร้างความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจกับสังคมในที่สุดธุรกิจสามารถสร้างโอกาสจากปัญหาทางสังคมให้กลายเป็นความได้เปรียบคู่แข่งขัน ดังจะเห็นได้จากการที่ธุรกิจหาทางแก้ไขปัญหาสังคมในหลายด้าน ก็สามารถเป็นประโยชน์ต่อการเพิ่มผลผลิตภาพของธุรกิจได้เช่นกัน เช่น องค์กรธุรกิจลงทุนทำโครงการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในสังคมสังคม ก็ได้รับประโยชน์เพราะพนักงานและครอบครัวของพนักงานมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงขึ้น ขณะที่องค์กรธุรกิจได้ประโยชน์จากการลาหยุดลดน้อยลงและพนักงานทำงาน มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ดังแผนภาพที่ ๑.๑



แผนภาพที่ ๑.๑ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตภาพขององค์กร

ธุรกิจกับประเด็นทางสังคม

ที่มา: ดัดแปลงจากรูปภาพของ Porter (๒๐๑๑)

๒) การปรับปรุงผลิตภาพใหม่ในห่วงโซ่คุณค่าห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจย่อมได้รับผลกระทบจากปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้เช่น การใช้ทรัพยากรธรรมชาติสุขภาพและความปลอดภัย สภาพแวดล้อมในที่ทำงาน ความเสมอภาคในการทำงาน เป็นต้น ปัญหาที่กล่าวมาจะก่อให้เกิดโอกาสในการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างธุรกิจ และสังคม เพราะปัญหาทางสังคมจะกลายเป็นต้นทุนทางเศรษฐกิจในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจนั่นเอง ปัญหาภายนอกก่อให้เกิดต้นทุนภายในองค์กรได้หลายอย่างแม้จะไม่มีกฎหมายบังคับ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วทิ้งจำนวนมากกับก๊าซเรือนกระจกไม่เพียงแต่มีผลเสียหายนต่อสิ่งแวดล้อม ยังมีผลร้ายต่อธุรกิจด้วยเช่นกัน

ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับแล้วว่าความเจริญก้าวหน้าทางสังคม และผลิตภาพของห่วงโซ่คุณค่า เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกันสิ่งแวดล้อมจะดีขึ้นได้ด้วยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ต้นทุนการผลิตอาจเพิ่มขึ้น แต่คัมค่าที่จะลงทุนเพราะช่วยลดต้นทุนโดยรวม เนื่องจากการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ดังนั้น การปรับปรุงห่วงโซ่คุณค่า ไม่ว่าจะเป็นการจัดซื้อ การจัดหาวัตถุดิบ การผลิตการกระจายสินค้าการขายและการตลาดการเพิ่มกำลังความสามารถของพนักงานหรือคนในชุมชน จากมุมมองของการสร้างคุณค่าร่วมกัน จะทำให้เกิดนวัตกรรม และคุณค่าทางเศรษฐกิจในรูปแบบใหม่ที่องค์กรธุรกิจไม่เคยพิจารณามาก่อน

๓) การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มชุมชนท้องถิ่นความสำเร็จขององค์กรธุรกิจย่อมได้มาจากการสนับสนุนของกลุ่มองค์กรต่างๆและโครงสร้างพื้นฐานโดยรอบธุรกิจนั้น ผลิตภาพและนวัตกรรมของธุรกิจจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยกลุ่มย่อยที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น กลุ่มธุรกิจต่างๆ ผู้จัดจำหน่าย ผู้ให้บริการ และการขนส่งพื้นฐาน กลุ่มย่อยเหล่านี้ไม่ได้มีเฉพาะองค์กรธุรกิจเท่านั้น ยังมีหน่วยงานด้านวิชาการสมาคมการค้าและองค์กรมาตรฐานสากล ที่ให้ความสนใจต่อชุมชนโดยรอบธุรกิจ นับวันกลุ่มย่อยเหล่านี้จะทวีความสำคัญมากขึ้นในการส่งเสริมผลิตภาพ นวัตกรรม และการแข่งขันของธุรกิจ การสร้างคุณค่าร่วมด้วยการสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มย่อยที่เกี่ยวข้องก็เท่ากับเป็นการเชื่อมโยงความสำเร็จของธุรกิจเข้ากับความสำเร็จของชุมชนด้วย เพราะการเจริญเติบโตของธุรกิจก็จะทำให้เกิดการสร้างงานเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมมีธุรกิจใหม่ๆเกิดขึ้น และมีความต้องการงานบริการอื่นๆมาสนับสนุนธุรกิจเหล่านั้นเพิ่มขึ้นอีกด้วย

แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมทั้ง ๓ วิธีที่กล่าวมาจะต้องสนับสนุนซึ่งกันและกัน เช่น การสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่ม-ย่อยจะช่วยให้อุตสาหกรรมจัดซื้อวัตถุดิบในท้องถิ่นได้เพิ่มมากขึ้น ลดการกระจุกตัวของห่วงโซ่คุณค่า ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่เกิดขึ้นจะตรงกับความต้องการของสังคมและเข้าไปจำหน่ายในตลาดที่ธุรกิจมองข้ามไป เช่น สังคมหรือชุมชนที่ด้อยโอกาสหรือยังไม่ได้การพัฒนาที่ดีเป็นต้น ซึ่งการดำเนินงานเช่นนี้จะต้องปรับเปลี่ยนห่วงโซ่คุณค่าใหม่หลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การตลาด และการจัดจำหน่าย ทำให้เกิดนวัตกรรมทางด้านเครื่องมือ และเทคโนโลยีที่ช่วยประหยัดพลังงาน ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และสนับสนุนให้พนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ^๗

^๗รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ, “การสร้างคุณค่าร่วม แนวปฏิบัติที่ดีสู่สังคม”, [ออนไลน์], ๓๓(๓): ๕ ย่อหน้า, แหล่งที่มา: http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_pdf/aw๐๑๑.pdf [๕ สิงหาคม ๒๕๖๐].

อิงค์ควิตี ผู้ประกอบการหลายคนมักมีความมั่นใจอย่างเต็มเปี่ยมว่าตัวสินค้า (Product) ของตนเองนั้นดีที่สุดในท้องตลาด และคาดหวังฝันสูงว่าน่าจะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจอันเกิดจากการยอมรับของผู้บริโภค แต่ความเป็นจริงในบางสถานการณ์ของการทำธุรกิจก็ไม่ได้เป็นไปอย่างที่ผู้ประกอบการคาดหวังไว้เสมอไป เพราะเกิดการผันผวนของตลาดชนิดหักปากกาเขียนจนด้ามกุดกันเป็นทิวแถว ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติดีที่สุดในท้องตลาดกลับไม่สามารถแจ้งเกิดและประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจได้ สาเหตุที่เป็นเช่นนั้นส่วนหนึ่งน่าจะมาจากความล้มเหลวในการวางกลยุทธ์เสริมสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งแนวทางกลยุทธ์ดังกล่าวถือว่าสำคัญมากต่อการทำธุรกิจในปัจจุบันโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ต้องการแจ้งเกิดในการทำตลาด ซึ่งวิธีการเสริมสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์มีหลักการดังต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์สามารถพิสูจน์ได้ด้วยตนเอง ถ้าจะเสริมสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือให้กับตัวผลิตภัณฑ์ สิ่งที่ต้องพิจารณาและให้ความสำคัญก่อนเป็นอันดับแรกก็คือเรื่องคุณสมบัติ เพราะผลิตภัณฑ์จะไม่มีมูลค่าและไม่สามารถตอบเจตนาในเรื่องของความน่าเชื่อถือในสายตาผู้บริโภคได้เลยถ้าหากสินค้าไม่สามารถพิสูจน์ตนเองในเรื่องคุณสมบัติที่กล่าวอ้างมาได้จริง ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องทดสอบ และพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติที่เหนือกว่าและตรงกับความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งคุณสมบัติที่ใช้กล่าวอ้างในการทำตลาดและโฆษณาต้องเป็นเรื่องที่สามารถพิสูจน์ได้ ในเชิงประจักษ์ด้วย จึงจะมีผลช่วยสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ในท้ายที่สุด

จะต้องมีผู้เชี่ยวชาญรับรอง วิธีการนี้เป็นที่นิยมนำไปใช้กันมากกับผลิตภัณฑ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับสุขภาพร่างกายของผู้บริโภคหรือไม่สามารถเปิดตัวผลิตภัณฑ์ให้ทดสอบได้ อาทิ ยาสมุนไพร ยาสระผม คอนแทคเลนส์ ฯลฯ เป็นต้นการมีผู้เชี่ยวชาญในส่วนที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติที่ผลิตภัณฑ์ต้องการนำเสนอมาเป็นผู้รับรองให้จึงเป็นวิธีการเสริมสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือได้เป็นอย่างดี ซึ่งความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์จะมีมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับผู้เชี่ยวชาญที่มารับรองให้ว่าเขามีภูมิหลังต้นทุนทางสังคมดีขนาดไหนด้วย

การอ้างอิงผลงานวิจัย เป็นอีกหนึ่งวิธีที่นิยมทำกันมากกับผลิตภัณฑ์จำพวกอาหารเสริมวิตามินเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพชนิดต่างๆ และผลิตภัณฑ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้บริโภค ที่มีจุดขายอยู่ที่คุณประโยชน์ที่ร่างกายจะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ตัวดังกล่าว ซึ่งวิธีการนี้จะสามารถสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือได้ดีกว่าแบบการรับรองโดยผู้เชี่ยวชาญมาก โดยนอกจากจะได้ในเรื่องของมูลค่าและความน่าเชื่อถือแล้วยังมีส่วนช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นการยกระดับให้กับตัวของผลิตภัณฑ์ไปโดยปริยายอีกด้วย แต่ก็มีข้อเสียอยู่ตรงที่วิธีการอ้างอิงผลงานวิจัยจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในระดับที่สูงมาก จึงต้องตรวจสอบในเรื่องของจุดคุ้มทุนทางธุรกิจให้ดีกว่าก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้วิธีการนี้

จากประสบการณ์ผู้ที่เคยใช้ การนำผู้ที่ทดลองใช้สินค้าจริงมาแสดงและบอกเล่าถึงคุณสมบัติพร้อมประสบการณ์ดี ๆ จากการใช้ผลิตภัณฑ์ ถือว่าสามารถสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ในระดับที่สูงมาก ซึ่งวิธีการนี้ยังเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถพิสูจน์ได้ถึงคุณสมบัติและเปรียบเทียบให้เห็นถึงความแตกต่างกับของคู่แข่งได้อีกด้วย เช่น กรณีของแชมพูสระผมที่มักจะใช้ วิธีการบอกเล่าผ่านประสบการณ์ตรงจากผู้ใช้ เป็นต้น ข้อดีของวิธีนี้ คือ สามารถทำได้ง่าย

สะดวก และยังประหยัดที่สุดในบรรดาวิธีการต่างๆ ที่กล่าวมา แต่จะมีข้อเสียตรงที่วิธีการนี้มีธุรกิจนำไปใช้กันเป็นจำนวนมากจนบางครั้งมันอาจจะไม่สามารถสร้างความแปลกใหม่ให้เกิดขึ้นในธรรมชาติของผู้บริโภคได้มากเท่าที่ควร

การรับประกันในรูปแบบต่าง ๆ การสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีการรับประกันในรูปแบบลักษณะต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการคืนเงินหากไม่พอใจสินค้า ซ่อมฟรี เปลี่ยนสินค้า ฯลฯ ถือเป็นวิธีที่มีประโยชน์และได้รับความนิยมเป็นอย่างมากกับสินค้าที่มีราคาแพงอย่างเช่นเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ข้อจำกัดของตัวผลิตภัณฑ์ไม่ได้อยู่ที่ปริมาตรแต่เป็นคุณภาพและความคงทนต่อการใช้งานเป็นระยะเวลานานต่างหาก ซึ่งนอกจากการรับประกันจะช่วยเพิ่มมูลค่าพร้อมความน่าเชื่อถือแล้วยังมีส่วนช่วยให้สามารถปิดการขายได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย จึงเหมาะกับผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงเป็นอย่างมาก การนำรางวัลต่าง ๆ มาแสดง เป็นวิธีที่สามารถทำได้ง่ายมากที่สุดซ้ำยังเป็นการสร้างมูลค่าพร้อมความน่าเชื่อถือที่รวดเร็วและเสียค่าใช้จ่ายน้อยมากที่สุดด้วย ซึ่งผลตอบรับที่ได้กลับคืนมาจากผู้บริโภคจะอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจและยังเป็นการช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ขึ้นไปอยู่อีกขั้นหนึ่งจึงสามารถสร้างความเชื่อมั่นและเกรดของผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มขึ้นไปในตัวด้วยนั่นเอง จริงอยู่ที่ว่าการทำธุรกิจจะต้องอาศัยพื้นฐานในเรื่องของความมั่นใจเป็นหลักใหญ่ในการทำงาน แต่ในบางครั้งความมั่นใจที่มีอยู่หากมีมากเกินไปก็จะกลายเป็นม่านบางๆ ที่มักลวงตาให้ผู้ประกอบการหลงใหล ในความคิดของตนเองมากเกินไปโดยเฉพาะในเรื่องความเชื่อมั่นที่มีให้กับผลิตภัณฑ์ของตน ซึ่งบางครั้งผู้บริโภคก็ไม่ได้มาเข้าใจหรือรับรู้ได้โดยตรงว่าคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของคุณดีกว่าอย่างไร การเสริมสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือ ให้กับผลิตภัณฑ์ส่งผ่านไปยังผู้บริโภคจึงเป็นเรื่องสำคัญมากเพราะจะมีผลต่อการสร้างยอดขายโดยตรง เพราะหากลองคิดในทางกลับกันผู้ประกอบการก็คงไม่คิดที่จะซื้อสินค้าที่ไม่รู้ภูมิหลังและขาดไว้ซึ่ง ความน่าเชื่อถือมาใช้งานอย่างแน่นอน^๕

จากแนวคิดการเสริมสร้างคุณค่าพอสรุปได้ว่า แนวคิดสามารถทำให้เกิดการยั่งยืนได้ คือ การเลือกใช้ทรัพยากรที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม, การคัดค้านเลือกใช้ทรัพยากรทดแทน รวมไปถึง การเลือกใช้ทรัพยากรที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้และสิ้นเปลืองพลังงานน้อยที่สุด การลดปริมาณการใช้ทรัพยากรในการผลิตให้มากที่สุด การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่ามากที่สุด แต่จะต้องไม่ทำให้คุณภาพ หรือประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ลดลงไปด้วย นอกจากนี้ยังรวมถึง การลดปริมาณการใช้พลังงานอย่างไม่จำเป็น และการหาทางนำเอาพลังงานสะอาดมาใช้ด้วย รู้จักการนำเอากระบวนการแปลงสภาพวัสดุเหลือใช้ที่ไร้ประโยชน์ให้เป็นวัสดุใหม่ หรือสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพสูงขึ้น สวยงามขึ้น และสามารถสร้างมูลค่าทางการค้าที่สูงขึ้นด้วยประโยชน์ของการการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยจะส่งผลดีต่อธุรกิจ ชุมชน และสังคม ซึ่งเป็นแนวทางนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร และสร้างผลกำไร สามารถลดต้นทุนค่าใช้จ่าย ให้กับองค์กร โดยเน้นแนวความคิดที่เด่นชัด ส่งผลในเชิงบวก บริหารงานใหม่ โดยยึดแนวคิดการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างธุรกิจ และสังคม คือเน้นการพัฒนาให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น โดยการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ สังคม

^๕ อังค์ศิริ, วิธีการเสริมสร้างมูลค่า และความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์, บทความ NICquity,

[ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://incquity.com/articles/grow-your-biz/make-products-valuable-and-believable>. [๕ สิงหาคม ๒๕๖๐].

และทรัพยากรธรรมชาติ การปรับเปลี่ยน ปรับปรุงผลิตภาพใหม่ วิธีการคิดเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่ และตลาดใหม่ เป็นโอกาสในการสร้างสรรค์นวัตกรรม จนเกิดการสร้างความคุ้มค่าร่วมกัน จะทำให้เกิดนวัตกรรม และคุณค่าทางเศรษฐกิจในรูปแบบใหม่ เพราะการเจริญเติบโตของธุรกิจก็จะทำให้เกิดการสร้างงานเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมมีธุรกิจใหม่ๆเกิดขึ้น และมีความต้องการงานบริการอื่นๆ มาสนับสนุนธุรกิจเหล่านั้นเพิ่มขึ้นอีกด้วย ซึ่งบางครั้งผู้ประกอบการมักจะมีเชื่อมั่นและมั่นใจเสมอว่าผลิตภัณฑ์ของตนเองนั้นสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้ โดยไม่คำนึงถึงความเป็นจริงว่าการทำการตลาดนั้นจะต้องใช้เวลา และประสบการณ์เป็นอย่างมาก

ซึ่งมีปัจจัยหลายประการดังต่อไปนี้เช่น ๑).ผลิตภัณฑ์สามารถพิสูจน์ได้ด้วยตนเองว่ามีคุณสมบัติที่โดดเด่นแบบไหนบ้างเป็นต้น ๒).จะต้องมีผู้เชี่ยวชาญรับรองผลิตภัณฑ์บางชนิดจำเป็นต้อง มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมารับรองถึงจะสามารถเข้าแข่งขันกับการตลาดได้ ๓).จะต้องมีการอ้างอิงผลงานวิจัยซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นมากสำหรับผลิตภัณฑ์บางชนิดที่ต้องรับรองด้วยตัวนักวิจัยเอง เช่นผลิตภัณฑ์จำพวกอาหารเสริม วิตามินเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพชนิดต่างๆ เป็นต้น ๔).จากประสบการณ์ที่เคยใช้สินค้าจริงมาแสดงและบอกเล่าถึงคุณสมบัติพร้อมประสบการณ์ดี ๆ จากการใช้ผลิตภัณฑ์ ถือว่าสามารถสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ในระดับที่สูงมาก จากการรับประกันในรูปแบบต่าง ๆ ๕).จากการรับประกันในรูปแบบต่าง ๆ เช่นการสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีการรับประกันในรูปแบบลักษณะต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการคืนเงินหากไม่พอใจสินค้า ซ่อมฟรี เปลี่ยนสินค้า ฯลฯ ๖).การนำรางวัลต่าง ๆ มาแสดง เช่นหากซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแล้วจะมีสิทธิชิงรางวัลเป็นต้น

๒) ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผา

เครื่องปั้นดินเผาเป็นภาชนะ และเครื่องมือเครื่องใช้ทำจากดินเป็นรูปทรงต่างๆ ตามต้องการ อาจจะเป็นดินเหนียว ดินขาว หรือดินชนิดต่างๆ แล้วนำไปเผาด้วยไฟที่อุณหภูมิตั้งแต่ ๖๐๐ องศา ถึง ๑๐๕๐ องศา แต่ไม่เกิน ๑๑๐๐ องศา เพื่อให้แข็งตัว และคงรูปร่างอยู่ได้ แล้วสามารถนำไปใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ของแต่ละชิ้นงานนั้น ๆ ต่อไป ซึ่งมีนักวิชาการให้ความหมายของเครื่องปั้นดินเผาที่สอดคล้องกับงานวิจัย ดังนี้

(๒.๑) ความหมายของเครื่องปั้นดินเผา

ในประเด็นเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเครื่องปั้นดินเผามีผู้ให้ความหมายโดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

ทรงพันธ์ วรรณมาศ กล่าวว่าเครื่องปั้นดินเผา หมายถึง สิ่งที่ทำขึ้นด้วยดินเป็นรูปทรงต่าง ๆ สิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ แล้วนำมาเผาเพื่อนำไปใช้งานต่อไป^๙

กรกฎ บุญลพ กล่าวว่าภาชนะดินเผา หมายถึง ภาชนะที่ทำจากดินเหนียว (Clay) ผสมกับน้ำ และวัตถุดิบที่ใส่ลงไปด้วย ซึ่งผ่านการขึ้นรูปทรงที่ต้องการแล้วนำไปเผาไฟจนกลายเป็นวัตถุที่แข็งทนทาน^{๑๐}

^๙ทรงพันธ์ วรรณมาศ, เครื่องปั้นดินเผา, (กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, ๒๕๓๒). หน้า ๓๐๗

สุพุมล เล็กสวัสดิ์ กล่าวว่าเครื่องปั้นดินเผา หมายถึง สิ่งที่ทำจากดิน แร่ หิน ผ่านวิธีการผลิตที่ใช้ความร้อนหรือการเผา เพื่อให้มีความแข็งแรง และสามารถนำไปใช้งานได้ เครื่องปั้นดินเผาเป็นส่วนหนึ่งของเซรามิกส์ ซึ่งเป็นวัสดุที่สามารถทนต่อความร้อน และการเสียดสีได้ มากกว่าวัสดุชนิดอื่นใดในโลก และยังทนต่อการขีดข่วน การกัดกร่อนจากสารเคมี และไม่เปื่อย สนิม^{๑๑}

ราตรี สรรพศรี ได้กล่าวถึง เครื่องปั้นดินเผา (Pottery) เดิมหมายถึงเครื่องปั้น ที่ทำด้วยดินทุกชนิด หินปน และน้ำ มีการเปลี่ยนแปลงทางเคมีโดยผ่านการเผาในอุณหภูมิที่มีความร้อน อย่างน้อย ๖๐๐ °C เมื่อนำดินที่เผาแล้วไปแช่น้ำ เนื้อดินเผาจะไม่กลับคืนสู่สภาพเป็นดินอีก แต่จะกลายเป็นวัสดุที่มีความแข็งแรงในปัจจุบันเครื่องปั้นดินเผา (Pottery) เป็นส่วนหนึ่งของเซรามิกส์ (Ceramics) หรือเครื่องเคลือบดินเผา ซึ่งความหมายเดิมมาจากคำว่า Keramos หรือ Keramikos ในภาษากรีกโบราณ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการใช้ความร้อนเผาไหม้ดิน หิน แร่ธาตุที่แตกต่างกัน ด้วยอุณหภูมิ ที่ถูกเลือกให้เหมาะสมกับการผลิตนั้น ทำให้เกิดความคงทน นำไปเผาความร้อนที่ พอเหมาะ ทำให้ดินมีเนื้อแข็งขึ้นบางครั้งนำไปเคลือบทำให้มีสีต่างๆเพื่อความคงทน และสวยงามเช่น โอ่ง กระถาง เตา หม้อ ไห ถ้วยชาม และของเด็กเล่น^{๑๒}

ทวี พรหมพฤกษ์ กล่าวว่าเครื่องปั้นดินเผาได้มีมูลเหตุเกิดขึ้นจากความ จำเป็น และความต้องการของมนุษย์ที่เกิดขึ้นในสมัยแรก ๆ เข้าใจว่าคงจะทำภาชนะใส่อาหาร น้ำ และสิ่งก่อสร้างมาก่อน ต่อมามนุษย์เรามีความเจริญขึ้น ก็ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพขึ้น ตามลำดับ และนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างกว้างขวาง ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์นานาชนิด ดังที่เราเห็น ในปัจจุบัน^{๑๓}

Bubibin blogspot ให้ความหมายเครื่องปั้นดินเผา ว่าเป็นสิ่งที่ผลิตขึ้น โดยนำเอาดิน หรือดินเหนียว หิน หินทราย แร่ธาตุต่างๆมาผสมน้ำ ปั้นขึ้นรูปตามรูปร่างที่ต้องการ แล้ว เผาให้แข็งตัวเพื่อคงรูปร่างอยู่ได้ ส่วนภาชนะดินเผาเรียกว่า "Pottery" เป็นภาชนะสำหรับบรรจุ ของเหลวหรือของแข็งสำหรับการบริโภค เช่น หม้อ ไห จาน ชาม ถ้วย รวมไปถึงแจกันหรือคนโท เครื่องปั้นดินเผา (Ceramic) มีความหมายรวมถึงสิ่งที่เป็นส่วนประดับ เช่น รูปปั้นตุ๊กตาต่างๆ ลวดลายที่ใช้ประดับอาคาร กระเบื้องเคลือบและสิ่งอื่นๆที่ทำจากส่วนผสมของดินมาเผาไหม้มนุษย์รู้จัก การใช้เครื่องปั้นดินเผาเป็นระยะเวลายาวนานแล้ว การจัดแบ่งประเภทเครื่องปั้นดินเผาเพื่อการ วิเคราะห์แบ่งตาม ๒ ประเภท คือ อุณหภูมิที่เผากับแบ่งตามเนื้อดิน ชนิดของเครื่องปั้นดินเผาแบ่ง ตามอุณหภูมิการเผาแบ่งออกเป็น ๑. ต่ำกว่า ๑,๐๐๐ องศาเซลเซียส เป็นวัตถุดินเผา (Terra Cotta)

^{๑๑}กรกฎ บุญลพ, มนุษย์กับภาชนะดินเผาจากอดีตสู่โลกสมัยใหม่, (กรุงเทพมหานคร: สามลดา, ๒๕๕๔).

^{๑๒}สุพุมล เล็กสวัสดิ์, เครื่องปั้นดินเผาพื้นฐาน การออกแบบและปฏิบัติงาน, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๘). หน้า ๓๔๕

^{๑๓}ราตรี สรรพศรี, การศึกษากระบวนการทำหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาตามเกวียน จังหวัด นครราชสีมา, (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๙), หน้า ๓๗.

^{๑๔}ทวี พรหมพฤกษ์, วิชาเครื่องเคลือบดินเผาเบื้องต้น, (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๒๓). หน้า ๕๔.

๒. ตั้งแต่ ๑,๐๐๐ - ๑,๒๐๐ องศาเซลเซียส เป็นเครื่องปั้นเนื้อดิน (Earthen Ware) ๓.ตั้งแต่ ๑,๒๐๐ - ๑,๓๐๐ องศาเซลเซียส เป็นเครื่องปั้นเนื้อแกร่ง (Stone Ware) ๔.ตั้งแต่ ๑,๓๐๐ - ๑,๔๕๐ องศาเซลเซียส เป็นเครื่องเคลือบ (Poreclain)^{๑๔}



แผนภาพที่ ๑.๒ เครื่องปั้นดินเผาแบบ Terra Cotta

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี เครื่องปั้นดินเผา ภาชนะชุดแรก ๆ ของมนุษย์นั้นคือการนำดินมาขึ้นรูปเป็นภาชนะต่าง ๆ แล้วนำไปตากแห้งจนสมบัติของดิน โดยเฉพาะดินเหนียวสามารถอุ้มน้ำได้ดี และเมื่อผสมเข้ากับน้ำแล้วจะทำให้ดินมีความเหนียวและสามารถที่จะปั้นหรือขึ้นรูปสามมิติ โดยไม่ต้องเพิ่มเติมวัสดุอื่นอีก คำว่า"เครื่องปั้นดินเผา"เป็นคำนามที่มีความหมายที่สื่อให้เข้าใจได้ในตัวของมันเอง (เอาดินมาปั้นแล้วก็เผา) เมื่อนำดินที่ขึ้นรูปแล้วมาให้ความร้อน ดินซึ่งประกอบด้วยผลึกในตระกูลของ "alumino silicate" จะมีการเปลี่ยนแปลงสัณฐานทางเคมี สารประกอบอัลคาไลน์ (alkaline) เป็นสารชนิดหนึ่งที่สามารถทำปฏิกิริยาเคมีกับผลึกดินที่อุณหภูมิสูง พลังงานความร้อนนี้สามารถขับให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของผลึกดิน โดยจะทำให้เกิดสารประกอบลักษณะเป็น"แก้ว" สารประกอบนี้จะทำหน้าที่เป็นตัวประสานอนุภาคดินที่เหลือ ซึ่งทำหน้าที่เป็นโครงสร้าง เข้าด้วยกัน ทำให้เนื้อวัสดุหลังการเผา (อย่างน้อยประมาณ ๘๐๐ องศาเซลเซียส แล้วแต่

^{๑๔} Bubibin blogspot, เครื่องปั้นดินเผา, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://bubibin.blogspot.com/๒๐๑๐/๐๗/blog-post.html>. [๖ สิงหาคม ๒๕๖๐].

คุณสมบัติทางเคมี) มีความคงทนแข็งแรงขึ้น สามารถคงรูปไว้ใช้เป็นภาชนะสังเคราะห์ชนิดแรกของมนุษย์^{๑๕}



ภาพที่ ๑.๓ เครื่องปั้นดินเผาแบบ Earthen Ware

ภาพถ่ายโดย Stephen Pearce ที่มา: <https://www.theshanagarrypottery.com/>

วันที่ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๐

มูลนิธิอนุรักษ์โบราณสถานในพระราชวังเดิม เครื่องปั้นดินเผา"ตรงกับภาษาอังกฤษว่า "เซรามิก" (Ceramic) หมายถึง เครื่องปั้นดินเผาทุกชนิดทั้งที่เคลือบและไม่เคลือบ มีความหมายเดียวกับคำว่า "เครื่องปั้นดินเผา" (Pottery) ส่วนคำว่า "เซรามิก" ใช้ในความหมายที่กว้างกว่าสามารถครอบคลุมถึงโลหะเคลือบ เช่น ช้อน สังกะสี อีฐ ตลอดจน แก้วทุกชนิด แต่คำว่า "เครื่องปั้นดินเผา" โดยทั่วไปมักเข้าใจว่ามีความ หมายถึงเฉพาะแต่ที่ไม่เคลือบเป็นส่วนใหญ่ และเผาในอุณหภูมิไม่สูงพอ ที่จะเป็นเนื้อกระเบื้อง (Porcelain) ได้ ซึ่งความจริงแล้วคำว่า "เครื่องปั้น ดินเผา" นั้นครอบคลุมได้ทั้งประเภทไม่เคลือบและประเภทเคลือบทั้งที่เผาไฟ แรงสูงและต่ำก็ได้ เครื่องปั้นดินเผาอาจจำแนกตามแหล่งผลิตที่สำคัญๆ เช่น เครื่องปั้นดินเผาก่อนประวัติศาสตร์ที่บ้านเชียง บ้านปราสาท เครื่องปั้น ดินเผาบุรีรัมย์ เครื่องถ้วยสุโขทัย เครื่องถ้วยล้านนา เป็นต้น^{๑๖}

^{๑๕}วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, เครื่องปั้นดินเผา, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://th.wikipedia.org/wiki/๖> สิงหาคม ๒๕๖๐].

^{๑๖}มูลนิธิอนุรักษ์โบราณสถานในพระราชวังเดิม, เครื่องปั้นดินเผาโบราณของไทย, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://www.wangdermpalace.org/Pottery_th.html. [๖ สิงหาคม ๒๕๖๐].



ภาพที่ ๑.๔ รูปภาพเครื่องปั้นดินเผาแบบ Poreclain

ภาพถ่ายโดย SILK ROAD ที่มา: <http://en.unesco.org/silkroad/content/chinese-porcelain>
วันที่ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๐

สรุปได้ว่า คำว่า "เครื่องปั้นดินเผา" เป็นคำนามที่มีความหมายที่สื่อให้เข้าใจได้ในตัวของมันเอง (เอาดินมาปั้นแล้วก็เผา) "เครื่องปั้น ดินเผา" นั้นครอบคลุมได้ทั้งประเภทไม่เคลือบและประเภทเคลือบทั้งที่เผาไฟ แร่งสูงและต่ำก็ได้ โดยทั่วไปมักเข้าใจว่ามีความ หมายถึงเฉพาะแต่ที่ไม่เคลือบเป็นส่วนใหญ่ และเผาในอุณหภูมิไม่สูงพอ เครื่องปั้นดินเผาเข้าใจว่ามีมูลเหตุเกิดขึ้นมาจากความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ในสมัยแรก ๆ คงจะใช้ทำภาชนะใส่อาหาร น้ำ และสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ ซึ่งทำขึ้นด้วยดินเป็นรูปทรงต่าง ๆ ซึ่งมีความหมายเดิมมาจากคำว่า Keramos หรือ Keramikos ในภาษากรีกโบราณ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการใช้ความร้อนเผาไหม้ เรียกว่าเครื่องปั้นดินเผาโดยแบ่งออกเป็น ๒ ประเภทคือตามประเภทเนื้อดินที่เผา กับแบ่งออกตามอุณหภูมิที่เผาไหม้ คือการเผาที่อุณหภูมิต่ำกว่า ๑,๐๐๐ องศาเซลเซียส เป็นวัตถุดินเผาประเภท (Terra Cotta) การเผาที่อุณหภูมิตั้งแต่ ๑,๐๐๐ - ๑,๒๐๐ องศาเซลเซียส เป็นเครื่องปั้นเนื้อดินเผาประเภท (Earthen Ware) การเผาที่อุณหภูมิตั้งแต่ ๑,๒๐๐ - ๑,๓๐๐ องศาเซลเซียส เป็นเครื่องปั้นเนื้อแกร่งประเภท (Stone Ware) การเผาที่อุณหภูมิตั้งแต่ ๑,๓๐๐ - ๑,๔๕๐ องศาเซลเซียส เป็นเครื่องเคลือบดินเผาประเภท (Poreclain) จนกลายเป็นวัตถุที่แข็งแกร่งทนทาน และสามารถนำไปใช้งานได้ เมื่อนำดินที่เผาแล้วไปแช่น้ำ เนื้อดินเผาจะไม่สามารถกลับคืนสู่สภาพเป็นดินได้อีกต่อไป



ภาพที่ ๑.๕ เครื่องปั้นดินเผาแบบ Stone Ware

ภาพถ่ายโดย Stephen Pearce ที่มา: <https://www.theshanagarrypottery.com/>

วันที่ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๐

(๒.๒) แนวคิดเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผา

ในประเด็นเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่าแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผามีผู้ให้ความหมายโดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

กิตติมา อมรทัต ได้กล่าวถึงเครื่องปั้นดินเผาไว้ว่าเป็นศิลปะที่ธรรมดาที่สุดและขณะเดียวกันก็เป็นศิลปะที่ยากที่สุดในบรรดาศิลปะทั้งหลายที่ว่าเป็นศิลปะธรรมดาที่สุดนั้นก็เพราะว่าเป็นศิลปะขั้นพื้นฐาน และที่ว่าเป็นศิลปะที่ยากที่สุดก็เพราะว่าเป็นศิลปะที่เป็นนามธรรมมากที่สุด ตามประวัติศาสตร์นั้นเครื่องปั้นดินเผาเป็นศิลปะแบบแรกของมนุษย์ที่รู้จักทำภาชนะขึ้น^{๑๗}

ประเทือง คล้ายสุบรรณ ให้ความหมายเครื่องปั้นดินเผาในลักษณะหัตถกรรมพื้นบ้านว่า ทำมาจากดินที่มีคุณลักษณะพิเศษ นำมาปั้นเป็นภาชนะหรือเครื่องใช้ต่างๆนำไปเผาด้วยความร้อนที่พอเหมาะ ทำให้ดินมีเนื้อแกร่งขึ้น บางครั้งนำไปเคลือบทำให้มีสีต่างๆเพื่อความคงทน และสวยงาม เช่นโอ่ง กระถาง เตา หม้อ ไห ถ้วยชาม และยังเป็นของเด็กเล่น^{๑๘}

^{๑๗}กิตติมา อมรทัต, ศิลปะเปอร์เซีย, กรุงเทพมหานคร : ศูนย์วัฒนธรรม, ขอมูลจังหวัดนครราชสีมา, ๒๕๕๒, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://www.tourthai.com/province/nakhon-ratchasima/-htm>. [๖ สิงหาคม ๒๕๖๐].

^{๑๘}ประเทือง คล้ายสุบรรณ, วัฒนธรรมพื้นบ้าน, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สุทธินิสารการพิมพ์, ๒๕๔๓), หน้า ๓๘.

วิบูล ลิ้มวรรณ ชี้ให้เห็นว่าเครื่องปั้นดินเผาท้องถิ่นเป็นหัตถกรรมประเภทเครื่องมือเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันที่มีการสร้างจากประสบการณ์ในการทำที่สั่งสมจนเกิดทักษะ และความชัดเจนของช่าง คุณค่าของเครื่องปั้นดินเผายู่ที่รูปแบบ และกรรมวิธีในการผลิตจะมีลักษณะที่เป็นประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาจากอดีตเป็นกรอบที่สำคัญ กรรมวิธีในการสร้างส่วนมากจะได้รับการสืบทอดจากช่างรุ่นหนึ่งไปสู่ช่างอีกรุ่นหนึ่ง และมีการพัฒนาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงจนได้รูปแบบและกรรมวิธีในการผลิตที่ลงตัว สอดคล้องกันทั้งรูปแบบการใช้สอย และความงาม ซึ่งจะมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างกันออกไปตามภูมิปัญญาของท้องถิ่นนั้นๆ ดังนั้นเครื่องปั้นดินเผาที่ค้นพบจากแหล่งต่างๆจึงสามารถอธิบายความเป็นมาของวัฒนธรรมต่างๆในอดีตได้เป็นอย่างดี^{๑๙}



ภาพที่ ๑.๖ เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงสมัยกลาง

ภาพถ่ายโดย กลุ่มปั้นหม้อดินบ้านเชียง ที่มา: <https://www.baanchiang.com>

วันที่ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๐

จรรยา โกมูทรรัตนานนท์ กล่าวว่าเครื่องปั้นดินเผาประเภทหัตถกรรมเป็นเครื่องปั้นดินเผาที่ทำด้วยมือ อาจจะมีทั้งประเภทที่ทำด้วยมือเปล่า หรือใช้เครื่องมือช่วย ประเภทที่ทำด้วยมือเปล่ามาตั้งแต่ในอดีต ครั้นมนุษย์ยังทำเครื่องปั้นดินเผาในรูปทรงด้วยวิธีง่ายๆ ต่อมาจึงมีการ

^{๑๙}วิบูล ลิ้มวรรณ, ๕ นาทีกับศิลปะไทย, (กรุงเทพมหานคร : ปาณยา, ๒๕๒๗), หน้า ๓๙.

ประดิษฐ์เครื่องมือจากวัสดุที่หาได้จากธรรมชาติ เช่น หินหรือไม้เพื่อช่วยให้การทำงานสะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น สิ่งสำคัญในการทำเครื่องปั้นดินเผาประเภทหัตถกรรมมักเกิดจากทักษะของผู้ทำเครื่องปั้นดินเผาประเภทหัตถกรรม มักมีการออกแบบเพื่อเน้นประโยชน์ใช้สอย เช่น การทำภาชนะบรรจุน้ำ จุดประสงค์หลัก คือ ต้องบรรจุน้ำได้ ในการออกแบบจึงต้องดูว่ารูปทรงที่ออกแบบนั้นบรรจุน้ำได้หรือเปล่า หรือบางครั้งอาจจะจ้องดูว่าภาชนะที่บรรจุน้ำนั้นต้องบรรจุเท่าไรหรือใช้ในการฉีดยา ภาชนะที่ใส่น้ำดื่มกับน้ำใช้อาบทำความสะอาดร่างกายมีการออกแบบที่แตกต่างกันตามปริมาณ หรือประโยชน์ใช้สอย อย่างไรก็ตามอาจมีการออกแบบเพื่อความสวยงามบ้าง เช่น การทำเป็นรูปสัตว์ การนำพืชมาใช้เป็นส่วนประดับตกแต่งผิวเครื่องปั้นดินเผา การขีด ขีด หรือการใช้วัสดุตกแต่งเป็นลวดลายต่างๆ ด้วยมือ^{๒๐}

สามารถ จัปโจร กล่าวว่าปัจจุบันเครื่องปั้นดินเผาได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของมนุษย์ ซึ่งจะแบ่งประเภทเครื่องปั้นดินเผาออกได้กว้างๆ เป็น ๒ ประเภทคือ (๑) เครื่องปั้นดินเผาเพื่ออุตสาหกรรมคือ เครื่องปั้นดินเผาเป็นหัตถกรรมประเภทหนึ่งที่มีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเปลี่ยนแปลงของสังคมทุกสมัย ทั้งนี้เพราะเครื่องปั้นดินเผามีความจำเป็นกับชีวิตประจำวันของมนุษย์ มีความต้องการในตลาดสูง จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นรูปแบบของเครื่องปั้นดินเผาที่ผลิตเพื่ออุตสาหกรรมสามารถทำได้หลายรูปแบบ หลายขนาดขึ้นอยู่กับวัตถุดิบ เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต การผลิตเพื่ออุตสาหกรรมจะเป็นรูปแบบการผลิตสิ่งของเครื่องใช้ที่ผลิตเพื่อการค้าเป็นจำนวนมาก ๆ และมีรูปแบบที่เหมือน ๆ กัน เช่น จาน ชาม แจกัน กระเบื้องมุงหลังคา เครื่องสุขภัณฑ์ เป็นต้น (๒) เครื่องปั้นดินเผาบริสุทธิ์ คือ เครื่องปั้นดินเผาที่ทำขึ้นในรูปของงานศิลปะทางด้านความคิดจินตนาการ และการแก้ไขปัญหาใช้ทำไปพร้อม ๆ กับการสร้างสรรค์งาน ซึ่งการทำงานแบบนี้จะผลิตผลงานได้น้อยชิ้น แต่ละชิ้นมีราคาค่อนข้างแพง รูปแบบของงานจะมีความแตกต่างกันไป ตามความต้องการของผู้ผลิตชิ้นงานนั้น ๆ นอกจากนี้วัสดุหรือสีเคลือบที่ใช้ตกแต่งเครื่องปั้นดินเผา อาจใช้เทคนิคการผลิตเครื่องปั้นดินเผาไปประยุกต์สร้างสรรค์งานศิลปะใหม่ ๆ ได้รูปทรงของเครื่องปั้นดินเผาประเภทนี้ไม่อาจกำหนดแน่นอนได้ แต่ผลงานที่ได้ส่วนมากจะเกี่ยวกับการประดับตกแต่ง^{๒๑}

^{๒๐}จรรยา โกมรรัตนานนท์, สารานุกรมเครื่องปั้นดินเผา, (กรุงเทพมหานคร : ดันอ้อ ๒๕๓๙), หน้า, ๑๕-๑๖.

^{๒๑}สามารถ จัปโจร, ประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผา, (ม.ป.ท. ๒๕๔๙).



ภาพที่ ๑.๗ เครื่องปั้นดินเผาแบบอุตสาหกรรม

ทรงพันธ์ วรรณมาศ ได้แบ่งงานเครื่องปั้นดินเผาออกเป็น ๒ ประเภท คือ (๑) ศิลปะอุตสาหกรรมคือเครื่องปั้นดินเผาที่มีออกมาในรูปแบบของ เครื่องใช้ประเภทต่าง ๆ เช่น จาน ชาม ถ้วย โถ กระเบื้องมุงหลังคา อิฐทนไฟ ท่อดินเผา เครื่องสุขภัณฑ์ เป็นต้น (๒) ศิลปะบริสุทธิ์ คืองานเครื่องเคลือบดินเผาที่ผลิตออกมาในรูปแบบของศิลปะ ที่มีได้มีความมุ่งหมายในด้านงานใช้สอย งานประเภทนี้ในสมัยโบราณมักทำขึ้นเพื่อศาสนาเพื่อศรัทธา เช่นพระพุทธรูปดินเผาไฟ รูปเทวดา ยักษ์ สัตว์ โดยมีสุนทรียภาพสูง ในปัจจุบันเรื่องการสร้างสรรค์งานประเภทนี้ ไม่ได้จำกัดอยู่ในวงการศาสนาหากแต่ศิลปินสามารถสร้างสรรค์รูปแบบศิลปะอันเป็นอิสระตามความคิดเห็นของตน เช่นรูปปั้นเหมือนหรือองค์ประกอบภาพนูนสูงต่าง ๆ การเคลือบกระเบื้องเป็นองค์ประกอบของสี เป็นต้น^{๒๒}

^{๒๒}ทรงพันธ์ วรรณมาศ, เครื่องปั้นดินเผา, (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๓๒). หน้า ๒๐๗



ภาพที่ ๑.๘ เครื่องปั้นดินเผาแบบศิลปะบริสุทธิ์

ภาพถ่ายโดย spanish.alibaba.com ที่มา: <https://spanish.alibaba.com/wholesale/Venta-al-por-mayor-esculturas-de-animales-en-arcilla.html>

สุขุมาล เล็กสวัสดิ์ ได้แบ่งประเภทของเครื่องปั้นดินเผาดังนี้ (๑) เครื่องถ้วยชาม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำหรับใส่อาหารที่มีใช้ในชีวิตประจำวัน ทั้งที่บ้านหรือร้านอาหาร หรือโรงแรม เป็นต้น มีลักษณะที่ต่างกันไปตามสมบัติของเนื้อดิน การออกแบบและการเผา (๒) กระเบื้อง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีใช้เพื่อประดับตกแต่งในงานก่อสร้างอาคารบ้านเรือน ได้แก่ กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องบุผนัง ทั้งภายในและภายนอกอาคารกระเบื้องโมเสก กระเบื้องมุงหลังคา เป็นต้น (๓) อิฐก่อสร้าง ใช้สำหรับทำผนังกำแพง และปูพื้น เช่น อิฐมอญ อิฐบล็อกอิฐโปร่ง (๔) เครื่องตกแต่งบ้าน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการตกแต่งอาคารบ้านเรือนทุกชนิด เช่น เสาระเบียง โต๊ะ เก้าอี้ เป็นต้น (๕) เครื่องสุขภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในห้องน้ำและห้องปฏิบัติการ เช่น อ่างล้างมือโถส้วม เป็นต้น (๖) เครื่องประดับ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใช้ประดับตกแต่งร่างกาย เช่น ต่างหู สร้อยคอที่ติดผมรวมทั้งเครื่องประดับบ้านเรือนเพื่อความสวยงาม เช่น ตุ๊กตา กล้องใส่เครื่องประดับ เป็นต้น (๗) เครื่องใช้ในครัวเรือน ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำหรับที่ใช้สอยในชีวิตประจำวันชนิดอื่น ๆ เช่น กระถางต้นไม้ โอ่ง หม้อน้ำ แจกัน โคมไฟ เป็นต้น^{๒๓}

ทวี พรหมพุกษ์ กล่าวว่าเครื่องปั้นดินเผาประเภทโบนไชนา (Bone China) จะผสมเถ้ากระดูก ซึ่งเป็นสารประกอบประเภทแคลเซียมฟอสเฟต เนื้อดินมีการหดตัวสูง มีจุดสุกตัวที่อุณหภูมิประมาณ ๑,๒๐๐ °C นิวตัน การแบ่งประเภทของเครื่องปั้นดินเผาโดยอาศัยประโยชน์ใช้สอย

^{๒๓} สุขุมาล เล็กสวัสดิ์, เครื่องปั้นดินเผาพื้นฐานการออกแบบและปฏิบัติงาน, (กรุงเทพ :

(Practical) เป็นหลักนั้น ได้จัดแบ่งตามลักษณะรูปแบบ และรูปทรงไว้ดังนี้ (๑) ประเภทขวด (Bottles) เป็นรูปแบบที่ใช้มาตั้งแต่สมัยโบราณนานกว่า ๒๐ ศตวรรษมาแล้ว มีลักษณะปากเล็ก สามารถปิดแน่น ด้วยฝาจุกหรือฝาคออบ ใช้บรรจุของเหลวเช่น เหล้า น้ำมัน น้ำ และของเหลวอื่นๆ และได้เปลี่ยนแปลงมาเป็นขวดแก้วที่เห็นในปัจจุบันเครื่องปั้นดินเผาแบบนี้ที่ยังคงมีอยู่ แต่ได้เปลี่ยนวัตถุประสงค์มาใช้ในการ ตกแต่งและใช้ในการจัดดอกไม้ (๒) ประเภทโถ และกระปุก (Jars and crocks) จะมีลักษณะปากกว้าง และปากปิดใช้สำหรับเก็บของแข็งที่อยู่ในของเหลว เช่น เมล็ดพืช ของหมักดองต่างๆ เนื้อสัตว์หมักเกลือ นับว่าเป็นการใช้เก็บถนอมอาหาร และอื่นๆปัจจุบันยังมีการใช้อย่างแพร่หลายซึ่งมีการทำภาชนะ ประเภทนี้มากมายในประเทศไทยเราจะพบว่ามีการใช้โถในการหมักปลาร้า และใช้ดองพืชผักผลไม้เช่นกัน (๓) ประเภทเหยือก กา คนโท (Pitcher, teapot and ewer) ใช้บรรจุของเหลวเป็นภาชนะใช้สอยในครัวเรือนและยังมีการใช้จนถึงปัจจุบัน ปากแคบ หรือมีพวยที่ใช้ในการรินได้เล็กน้อยจึงไม่สามารถปิดให้แน่นได้ มีหลายรูปแบบ แต่บางชนิดอาจใช้ในการหุงต้มได้ (๔) ประเภทถ้วย ชาม (Cups and bowls) ใช้ใส่ได้ทั้งของแห้ง และของเหลวมีหลายขนาดหลายรูปแบบ มีลักษณะเฉพาะตัว ทั้งใหญ่ เล็ก ถ้วยใช้ในการ ใส่ของเหลวเพื่อดื่มมีปากกว้าง และมีก้นลึกอาจมีฝาปิด (๕) ประเภทจาน (Plates) ใช้ใส่ของแห้ง แบบ ไม่ลึก มีการสร้างสรรค์รูปร่างหลากหลายมีทั้งที่ใช้เพื่อการตกแต่งและใช้ประโยชน์ (๖) ประเภทรูปทรงอื่น (Other forms) เช่น รูปทรงที่ใช้ใส่ ดอกไม้หรืองานที่เจาะจงในการใช้ประโยชน์เฉพาะหรือออกแบบ ดัดแปลงจากรูปทรงที่มีอยู่ เช่น เชิงเทียน ตะเกียง เป็นต้นหรืออาจมีรูปแบบที่พิเศษ ซึ่งในปัจจุบันเลิกทำ แล้ว หรือออกแบบเพื่อจุดประสงค์ในการตกแต่งภายใน และภายนอกของอาคารมีทั้งรูปแบบที่เป็นแบบ ดั้งเดิม ของรูปทรงขวด รูปทรงไห รูปทรงจาน รวมทั้งรูปทรงสร้างเป็นงานประติมากรรม รูปทรงกระเบื้อง ตกแต่งผนัง กระเบื้องปูพื้นกระเบื้องใช้สำหรับเตาผิง กระเบื้องปูโต๊ะ^{๒๔}



ภาพที่ ๑.๙ เครื่องปั้นดินเผาประเภท Bone China

^{๒๔}ทวี พรหมพุกษ์, (๒๕๒๓), เครื่องเคลือบดินเผา, กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยครูพระนคร, (๒๕๓๔), เตาและการเผา, กรุงเทพมหานคร : จงเจริญการพิมพ์, **ไทยตำบล ดอทคอม**, [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.thai.com/OTOP/InfolA.htm>. [๖ สิงหาคม ๒๕๖๐].

ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์ ประเภทของเครื่องปั้นดินเผาเครื่องปั้นดินเผามีหลายประเภทอาจแบ่งได้โดยอาศัยเกณฑ์ต่างๆ เช่น

- ๑) แบ่งโดยอาศัยกรรมวิธีในการผลิต แบ่งออกได้เป็น ๒ ประเภทคือ
 - (๑.๑) เครื่องปั้นดินเผาชนิดเคลือบน้ำยา
 - (๑.๒) เครื่องปั้นดินเผาชนิดไม่เคลือบน้ำยา
- ๒) แบ่งโดยอาศัยประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก แบ่งออกได้ ๑๕ ประเภท คือ
 - (๒.๑) หม้อหุงต้ม และหม้อใส่น้ำดื่มชนิดไม่เคลือบ
 - (๒.๒) กระถางปลูกต้นไม้ และกล้วยไม้
 - (๒.๓) อิฐก่อสร้าง
 - (๒.๔) กระเบื้องปูพื้น
 - (๒.๕) โอ่งดินไม่เคลือบ
 - (๒.๖) โอ่ง และไหเคลือบ
 - (๒.๗) ท่อดินเผาเคลือบ และไม่เคลือบ
 - (๒.๘) กระเบื้องมุงหลังคาเคลือบ และไม่เคลือบ
 - (๒.๙) เครื่องปั้นดินเผาชนิดเคลือบไฟต่ำ จำพวกเครื่องประดับบ้าน

และโรงแรม

- (๒.๑๐) กระเบื้องเคลือบปูห้องน้ำ
- (๒.๑๑) กระเบื้องโมเสกเคลือบ และไม่เคลือบ
- (๒.๑๒) เครื่องฉนวนไฟฟ้า เช่น ลูกถ้วยไฟฟ้า
- (๒.๑๓) เครื่องสุขภัณฑ์
- (๒.๑๔) ของใช้ในครัวเรือน และเครื่องประดับ
- (๒.๑๕) วัตถุทนไฟ เช่น อิฐทนไฟ เบ้าหลอมแก้ว หลอมโลหะ

เป็นต้น

- ๓.) แบ่งตามลักษณะของเนื้อดิน และอุณหภูมิที่เผา แบ่งออกได้

๓ ประเภท คือ

(๓.๑) ผลิตภัณฑ์ประเภทเอิเทนแวร์ (Earthen Ware) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่เผาใน อุณหภูมิต่ำประมาณ ๑๐๕๐ องศา - ๑๑๐๐ องศา โค่นวัดอุณหภูมิเบอร์ ๐๑-๐๔ มีลักษณะโดยทั่วไปคือเป็นงาน ที่หนา เนื้อหยาบ สีเนื้อดินเป็นสีน้ำตาล สีเทาอ่อนออกเหลือง เวลาเคาะเสียงไม่กังวาน มีทั้งชนิดที่เคลือบ และไม่เคลือบ ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ได้แก่ หม้อดิน กระถาง โอ่ง ดิน อิฐต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์เอิเทนแวร์ ชนิดสีขาว ดินที่ใช้เป็นสีขาวเนื้อแน่น ทึบแสง มีความพรุนตัวน้อย ที่นิยมทำกันมากได้แก่จาน ชาม หรือภาชนะและเครื่องประดับต่าง ๆ

(๓.๒) ผลิตภัณฑ์ประเภทสโตนแวร์ (Stone Ware) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้ อุณหภูมิในการเผาระหว่าง ๑๒๐๐ องศา - ๑๔๐๐ องศา โดยวัดอุณหภูมิเบอร์ ๖ - ๑๔ เนื้อดินเป็นสีเทา สีน้ำตาล มีเนื้อหยาบ แน่น มีความแข็งแกร่ง เวลาเคาะมีเสียงกังวาน เช่น โอ่ง กระถาง ราชบุรี ศิลาดลเชียงใหม่ จาน ชาม ชุดกาแฟ เขียวน้ำ แจกัน ที่เขียนบุหรี และเครื่องประดับ ต่าง ๆ

(๓.๓) ผลิตภัณฑ์ประเภทพอสเลน (Porcelain Ware) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้ อุณหภูมิในการเผาสูงตั้งแต่ ๑๒๕๐ องศา ขึ้นไป โคนวัตถุอุณหภูมิเบอร์ ๙ เนื้อดินประกอบด้วยหินควอตซ์ หินฟันม้า ดินเกาลิน (Kaolin) ดินเหนียวขาว เมื่อนำไปเผาแล้วให้ความแข็งแกร่ง น้ำไม่สามารถไหลซึมได้เนื้อดินละเอียดเหมือนแก้ว นิยมนำไปผลิตเครื่องมือฉนวนไฟฟ้า ภาชนะ ทดลองทางเคมี หัวเทียนรถยนต์ เป็นต้น^{๒๕}

บรอนสัน ได้กล่าวถึง เครื่องปั้นดินเผามีบทบาทสำคัญต่อชีวิตมนุษย์ตั้งแต่ สมัยโบราณ จนถึงปัจจุบัน โดยมีบทบาทในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่ภาชนะเครื่องใช้เครื่องประดับ เครื่องสุขภัณฑ์ จนถึงเครื่องอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ มีความคงทนแข็งแรง การพัฒนา เครื่องปั้นดินเผาจากการทำดินเผาธรรมดาแบบง่าย ๆ เข้าสู่เทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็น เซรามิก แก้ว และอุปกรณ์ทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งทำให้คุณภาพของเครื่องปั้นดินเผาแตกต่างกัน ซึ่งอาจแบ่งความสำคัญได้ ดังนี้

๑) ความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ และโบราณคดี เครื่องปั้นดินเผาเป็น ข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดี เนื่องจากเครื่องปั้นดินเผามีบทบาทในชีวิตมนุษย์ตั้งแต่ สมัยโบราณเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์มาเป็นเวลายาวนาน เพื่อใช้เป็นภาชนะ และใช้ใน พิธีกรรมซึ่ง บรอนสัน Bronson ผู้เชี่ยวชาญทางมานุษยวิทยาวัฒนธรรม ได้กล่าวว่า เครื่องปั้นดินเผา จัดเป็นข้อมูลทางศิลปวัฒนธรรมที่มีความสำคัญเทียบเท่าหลักฐานทางศิลปะโบราณวัตถุที่แสดงให้เห็น ถึงวิวัฒนาการของชุมชน สังคม วิถีชีวิตและภูมิปัญญา เนื่องจากเครื่องปั้นดินเผา มีลักษณะคงทน ถาวร จากรูปทรง รูปร่างและศิลปะที่ช่วยให้นักประวัติศาสตร์โบราณคดีทำการศึกษาถึงวัฒนธรรม ของกลุ่มชนนั้นๆ จึงสามารถอธิบายสภาพชีวิตความเป็นอยู่ตลอดจนความสัมพันธ์ของมนุษย์ต่างกลุ่ม ต่างยุคต่างสมัย จากรูปทรงและการตกแต่ง เช่น เครื่องปั้นดินเผาที่ขุดพบที่ บ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งเขียนลายสี และหลายรูปทรงที่แสดงให้เห็นถึงการใช้อยู่ในชีวิตประจำวันและใช้ประกอบพิธีกรรม ตามความเชื่อในรูปแบบที่ต่างกัน

๒) ความสำคัญทางด้านประโยชน์ใช้สอย บรอนสัน Bronson ได้กล่าวถึง มนุษย์นำเครื่องปั้นดินเผามาใช้ประโยชน์มากมายหลายด้าน เป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นผลิตภัณฑ์ หัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง และเครื่องประดับ เช่น ถ้วยชาม โอ่ง หม้อไห ครก แจกัน กระถาง กระเบื้อง อิฐ และเครื่องสุขภัณฑ์ และเนื่องจากเครื่องปั้นดินเผามีคุณสมบัติสามารถผลิตให้มีคุณภาพเป็นผลิตภัณฑ์ ทนไฟ และมีความคงทนในทางเคมี ทนกรด ทนด่างได้หลายชนิด เป็นฉนวนไฟฟ้า จึงได้วิวัฒนาการไป สร้างเป็นเครื่องมือ ใช้ในด้านเทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ ในขณะเดียวกันก็มีความทนทานสูงจึงมีการ นำไปใช้ในทางเครื่องกล^{๒๖}

๓) ความสำคัญทางด้านศิลปะ และสุนทรีย์ บรอนสัน Bronson กล่าวว่า เครื่องปั้นดินเผามีความงามด้านรูปแบบรูปทรงและสัดส่วน ความงามของเนื้อดิน ลวดลายและสีสันทันทั้งที่เกิดจากกระบวนการตกแต่งและความงามของเครื่องปั้นดินเผาจึงเป็นสัญลักษณ์ของวัฒนธรรม และอารยธรรม ดังนั้นเครื่องปั้นดินเผาจึงมีความสัมพันธ์กับศิลปะ ทั้งด้านประติมากรรมเกี่ยวข้องกับ

^{๒๕} ศักดิ์ชัย เกียรติธนาสินทร์, *ประเภทของเครื่องปั้นดินเผา*, (๒๕๓๓), หน้า, ๑๐๗-๑๐๘.

^{๒๖} Bronson Bennet, *The Beauty of Clay , Design , and the Colour*, (Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1976), p. 6.

การปั้น ด้านจิตรกรรมเกี่ยวข้องกับลวดลาย สีเส้นของเครื่องปั้นดินเผา และองค์ประกอบศิลปะในเรื่องที่เกี่ยวกับสัดส่วนรูปทรง^{๒๗}

๔) ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ และสังคม บรอนสัน Bronson กล่าวว่าเครื่องปั้นดินเผาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทนสวยงามจึงได้รับความนิยมจากผู้บริโภค และเป็นรายได้แก่ผู้ผลิต เครื่องปั้นดินเผามีความสำคัญในด้านการใช้สอยจึงเป็นที่ต้องการของตลาด มีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาเพื่อประกอบอาชีพทั้งที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวผลิตในครัวเรือน และระบบอุตสาหกรรมทำให้เกิดงาน และอาชีพ ทั้งในสินค้าท้องถิ่น และตลาดทั่วไป ขณะเดียวกันยังเป็นสินค้าส่งออกอีกด้วย^{๒๘}

วิบูลย์ ลีสุวรรณ ได้แบ่งเครื่องปั้นดินเผาที่ใช้สำหรับการประกอบอาหารสามารถแบ่ง ออกเป็น ๒ แบบ ได้แก่ ภาชนะดินเผาที่ใช้สำหรับหุงต้มได้แก่ หม้อข้าว หม้อแกง มีหูสำหรับยกมีฝา ปิด และภาชนะดินเผาที่ใช้สำหรับนึ่งคือ หวด ภาชนะดินเผาที่มีการเก็บถนอมอาหาร เช่นปลาร้า หรือนำใส่ของเหลว จึงนำเครื่องปั้นดินเผาใช้ในการถนอมรักษาอาหาร และใส่น้ำดื่ม หม้อดินเป็นอุปกรณ์สำคัญในการต้มยารักษาโรค มาแต่โบราณ ส่วนฝาหม้อนั้นใช้สำหรับฝนยาเพราะพื้นผิวของฝาหม้อมีลักษณะหยาบ และเป็นร่อง ทำให้ยาที่ฝนไม่ไหลออกจากฝาหม้อ ภายหลังการทำเครื่องปั้นดินเผาได้ทำเตาไฟที่ใช้ฟืน และถ่าน ใช้หุงต้ม ทำกระถางสำหรับปลูกต้นไม้^{๒๙}

สุวิทย์ อินทิพย์ อ้างในประเวศ วัชรี กล่าวว่านอกจากมนุษย์ จะใช้ปัญญาในการคิดสร้างสรรค์สื่อสัญลักษณ์เพื่อแสดงความคิด ความเชื่อภายใต้บริบททางสังคม และวัฒนธรรมที่ตนเองอาศัยแล้วมนุษย์ยังมีภูมิปัญญา ที่จะนำสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในพื้นที่ที่ตนอาศัยอยู่มาสร้างสรรค์เป็นผลงานศิลปกรรมที่มีเทคนิค และกระบวนการผลิตที่เป็นเอกลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะถิ่น เช่นงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งนับได้ว่าเป็นงานหัตถกรรมที่มีคุณค่า มีความเหมาะสมกับด้านประโยชน์ใช้สอยมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวบ้าน มีรูปทรงแตกต่างกันไปตามหน้าที่ประโยชน์ ใช้สอย เช่น ถ้วยโถ โอ ขาม หม้อหุงข้าว กาน้ำ หม้อน้ำ เป็นต้น ถือว่าเป็นผลงานที่เกิดจากภูมิปัญญา ของมนุษย์ที่แสดงให้เห็นถึงความประณีต ความคิดสร้างสรรค์และแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของการแสดงออกได้เป็นอย่างดี^{๓๐}

จากแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า มนุษย์ยังมีภูมิปัญญา ที่จะนำสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในพื้นที่ที่ตนอาศัยอยู่มาสร้างสรรค์เป็นผลงานศิลปกรรมที่มีเทคนิค และกระบวนการผลิตที่เป็นเอกลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะถิ่น เช่นงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา เครื่องปั้นดินเผาเป็นหัตถกรรมพื้นบ้าน และศิลปะที่มนุษย์รู้จักสมัยแรก ๆ ที่ทำมาจากดิน นำมาปั้นเป็นภาชนะหรือเครื่องใช้ต่างๆ ตั้งแต่ในอดีต ครั้นมนุษย์ยังทำเครื่องปั้นดินเผาในรูปทรงด้วยวิธีง่ายๆ ต่อมาจึงมีการประดิษฐ์เครื่องมือ

^{๒๗}เรื่องเดียวกัน, หน้า. ๘

^{๒๘}เรื่องเดียวกัน, หน้า. ๗

^{๒๙}วิบูลย์ ลีสุวรรณ , ๕ นาทีกับศิลปะไทย, (กรุงเทพมหานคร : ปานยา, ๒๕๒๕), หน้า, ๑๕.

^{๓๐}สุวิทย์ อินทิพย์, “การพัฒนางานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาในเอกลักษณ์ของชุมชนมอญปากเกร็ด สำหรับเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย”, วารสารวิชาการคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม, ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม ๒๕๕๕ – ธันวาคม ๒๕๕๕).

จากวัสดุที่ได้จากธรรมชาติ เช่น หินหรือไม้เพื่อช่วยให้การทำงานสะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น เครื่องปั้นดินเผาประเภทหัตถกรรม มักมีการออกแบบที่แตกต่างกันตามปริมาณ หรือประโยชน์ใช้สอย ปัจจุบันเครื่องปั้นดินเผาได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของมนุษย์ โดยได้แบ่งงานเครื่องปั้นดินเผาออกเป็น ๒ ชนิดคือ ๑) เครื่องปั้นดินเผาเพื่ออุตสาหกรรม จำพวก จาน ชาม แจกัน กระเบื้องมุงหลังคาเครื่องสุขภัณฑ์ อิฐก่อสร้าง ใช้สำหรับทำผนังกำแพง และปูพื้น เช่น อิฐมอญ อิฐบล็อก อิฐโปร่ง รวมไปถึงเครื่องใช้สอยอื่น ๆ เป็นต้น และ ๒) เครื่องปั้นดินเผาบริสุทธิ์ คือ เครื่องปั้นดินเผาที่ทำขึ้นในรูปของงานศิลปะทางด้านความคิดจินตนาการต่าง ๆ เช่นพระพุทธรูป ดินเผาไฟ รูปเทวดา ยักษ์ สัตว์ รูปปั้นเหมือน หรือองค์ประกอบภาพปูน โดยมีสุนทรียภาพสูงเป็นต้น

เครื่องปั้นดินเผาแยกตามประเภทของการเผา และเนื้อดินมีทั้งหมด ๔ ประเภท คือ ๑) โบนไชน่า (Bone China) จะผสมเถ้ากระดูก ซึ่งเป็นสารประกอบประเภทแคลเซียมฟอสเฟต เนื้อดินมีการหดตัวสูง มีจุดสุกตัวที่อุณหภูมิประมาณ ๑,๒๐๐ °C นิเวศน์ นิยมนำมาทำเครื่องใช้เช่น ประเภทขวด ประเภทโถง กระปุก เขี้ยว กากาโน ถ้วย จาน ชาม เป็นต้น ๒) เอิธเทนแวร์ (Earthen Ware) เป็นเครื่องปั้นดินเผาที่เผาใน อุณหภูมิต่ำประมาณ ๑๐๕๐ - ๑๑๐๐ องศา ผลิตรภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ หม้อดิน กระถาง โถงดิน อิฐ จาน ชาม หรือภาชนะ และเครื่องประดับต่าง ๆ ๓) พอร์สเลน (Porcelain Ware) เป็น ผลิตรภัณฑ์ที่ต้องใช้ อุณหภูมิในการเผาสูงตั้งแต่ ๑๒๕๐ องศา ขึ้นไป มีความแข็งแกร่ง เนื้อดินละเอียดเหมือนแก้ว นิยมนำไปผลิตเครื่องมีฉนวนไฟฟ้า ภาชนะทดลองทางเคมี หัวเทียนรถยนต์ ถ้วย จาน ชาม เป็นต้น ๔) เทอร์ราคอตต้า (terra cotta) เครื่องปั้นดินเผาประเภทนี้ใช้อุณหภูมิในการเผาตั้งแต่ ๖๐๐-๙๐๐ องศา เป็นผลิตรภัณฑ์ที่มีดินเหนียวผสมในเนื้อดินเผาเมื่อเผาแล้วจะมีสีแดง และสีดำ และสามารถนำมาเคลือบด้วยสีต่าง ๆ ได้ ส่วนมากผลิตเป็นเครื่องประดับในบ้านหรือสวนเช่น โถง ไห หม้อ แจกัน ตุ๊กตา และเป็นของชำร่วยต่างๆ เครื่องปั้นดินเผาที่ใช้สำหรับการประกอบอาหารได้โดยตรงส่วนใหญ่จะเป็นดินประเภท เทอร์ราคอตต้า (terra cotta) สามารถนำมาตั้งไฟได้โดยตรง เช่นหม้อแกงดินเผา หม้อหุงข้าวดินเผา เป็นต้น

เครื่องปั้นดินเผายังมีความสำคัญต่อมนุษย์มาตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น ๑) ความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ และโบราณคดี ๒) ความสำคัญทางด้านประโยชน์ใช้สอย ๓) ความสำคัญทางด้านศิลปะ และสุนทรีย์ ๔) ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ และสังคม

๓) ความหมาย และแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ไม่หยุดนิ่งการพัฒนามีความสัมพันธ์โดยตรงกับความเปลี่ยนแปลง กล่าวคือการพัฒนา หมายถึง กระบวนการของการเปลี่ยนแปลงที่มีการวางแผนไว้แล้ว คือการทำให้ลักษณะเดิมเปลี่ยนไปโดยมุ่งหมายว่า ลักษณะใหม่ที่เข้ามาแทนที่นั้นจะดีกว่าลักษณะเก่า เช่นการนำเอาผลิตภัณฑ์เก่าที่มีอยู่แล้วนำมาสร้างหรือเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ผลิตที่แตกต่างจากแบบเดิม หรือทำให้ดีกว่าเดิมเรียกว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และยังมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของคำว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับงานวิจัย ดังนี้

(๓.๑) ความหมายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ในประเด็นเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีผู้ให้ความหมายโดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

ศจี สุวรรณศรี กล่าวว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์มากมาย และมีลักษณะครอบคลุมกว้างขวาง แต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างผลกำไรและเพื่อความอยู่รอดของบริษัท^{๓๑}

พงศ์ศรันย์ พลศรีเลิศ กล่าวว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในทางหลักการตลาด มีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ๓ แนวทาง คือ ๑) การสร้างนวัตกรรม (Product Innovation) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่เคยมีวางจำหน่ายในตลาดเลย ๒) ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้ดีขึ้น (Product Improvement) และ ๓) ผลิตทำขึ้นมามีลักษณะเหมือนผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีจำหน่ายในตลาดแล้ว (Mee-too Products)^{๓๒}

ศศิมา สุขสว่าง ได้ให้ความหมายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ "ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product)" หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่ หรือมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมของธุรกิจให้มีคุณสมบัติที่ดีขึ้นกว่าเดิม "ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product)" สามารถแบ่งลักษณะออกมาได้ ๓ แบบ ได้แก่ ๑. ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม (Innovated product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการวิจัยพัฒนาคิดสร้างสรรค์ออกมาเป็นครั้งแรก และยังไม่เคยมีมาก่อนในตลาด เช่น iPhone รุ่น ๑ หรือ iPad รุ่น ๑ ที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ ซึ่งผลิตภัณฑ์ในประเภทนี้ เราเรียกว่า “นวัตกรรม” ๒. ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ (Modified product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีการปรับปรุงคุณสมบัติในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ทำให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอีกครั้ง เช่น ไอโฟนรุ่น ๒-๖ ถือเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มี การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมของธุรกิจให้มีสมบัติที่ดีขึ้นกว่าเดิม เป็นต้น ๓. ผลิตภัณฑ์เลียนแบบ (Me-too product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจซึ่งเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีอยู่แล้วในตลาด เนื่องจากเห็นว่า มีเทคโนโลยีหรือมีความต้องการของตลาดเป็นอย่างสูง ตัวอย่างเช่น หลังจากที่ smart phone ของค่ายแอปเปิ้ลออกมา เราได้เห็น smart phone อื่นๆหลายค่ายที่ออกมามากมายขึ้น ซึ่งในแง่ของผู้ผลิต การมีคู่แข่ง ทำให้ต้องพัฒนาอยู่ตลอดเวลา หากหยุดนิ่งเมื่อไรคู่แข่งก็แซงหน้าไปแล้ว ในแง่ของผู้บริโภค ก็เป็นการดีที่มีการพัฒนาและทางเลือกมากมายคะ "ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product)" ยังสามารถแบ่งตามลักษณะความใหม่ในตลาดและในแง่ของบริษัท ได้ดังนี้ ๑. ผลิตภัณฑ์ใหม่ของโลก (New to the world) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างขึ้นใหม่เป็นครั้งแรก มีคุณสมบัติหรือลักษณะพิเศษ ไม่เหมือนผลิตภัณฑ์ใดๆที่มีมาก่อน เพื่อสำหรับเข้าสู่ตลาดใหม่โดยเฉพาะ เช่น Smart phone รถไฟฟ้าของเทสลา ๒. ผลิตภัณฑ์ใหม่ในแง่ของสายผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product lines) หมายถึง สายผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่มขึ้นใหม่ของบริษัท และเป็นการเข้าสู่ตลาดเดิมที่มีอยู่เป็นครั้งแรก เช่น “Starbucks” ซึ่งเป็นแบรนด์ใหญ่ระดับโลกมี Core Business อย่างธุรกิจกาแฟที่มีฐานแข็งแกร่งแล้ว ตอนนี้นำมาขยาย “ตลาดเครื่องดื่มชา” “Starbucks Teavana” ออกมา ซึ่งเป็นสายผลิตภัณฑ์ใหม่นอกเหนือไปจากกาแฟที่เป็น

^{๓๑}ศจี สุวรรณศรี, “หลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัส”, เกษตรศาสตร์มหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก, ๒๕๕๑.

^{๓๒}พงศ์ศรันย์ พลศรีเลิศ, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความจำเป็นของธุรกิจ SMEs, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: [https://phongzahrn.wordpress.com/๒๐๑๓/๐๓/๒๔/\[๓๐ ตุลาคม ๒๕๖๐\]](https://phongzahrn.wordpress.com/๒๐๑๓/๐๓/๒๔/[๓๐ ตุลาคม ๒๕๖๐]).

จุดแข็งของสตาร์บัคอยู่แล้ว ซึ่งผู้เขียนไปตีมาแล้ว รสชาติดีทีเดียว ๓. การเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าไปในสายผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ (Additions to existing product lines) หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพิ่มเติมเข้าไปในสายผลิตภัณฑ์เดิมของบริษัท ซึ่งมีความใหม่พอสมควรสำหรับกิจการและตลาด เช่น โยเกิร์ตดัชมิลล์ มีหลายแบบให้เลือก เช่น แบบดั้งเดิม รสสตอเบอร์รี่ รสวันมะพร้าว ผลิตภัณฑ์เดิมยังเป็นโยเกิร์ตอยู่ แต่เพิ่มแบบและรสชาติใหม่ๆ เป็นต้น ๔. ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการลดต้นทุนการผลิต (Cost reductions) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ปรับปรุงขึ้นเพื่อลดต้นทุนการผลิต ๕. ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่ (Re positioning) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการนำผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่เข้าสู่ตลาดเป้าหมายใหม่ ๖. ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ (Improvements in revision of existing product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมในเรื่องของลักษณะและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ จะคล้ายๆกับผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ (Modified product) ที่กล่าวมาแล้ว ในเบื้องต้น ตัวอย่างเดียวกันคือ ไอโฟนรุ่น ๒-๖ ถือเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มี การปรับปรุง ผลิตภัณฑ์เดิมของธุรกิจให้มีสมบัติ ลักษณะ และคุณค่าที่ดีขึ้นกว่าเดิม เป็นต้น^{๓๓}

สรุปได้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์คือการพัฒนาขึ้นมาใหม่ หรือมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมของธุรกิจให้มีคุณสมบัติที่ดีขึ้นกว่าเดิม มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างผลกำไรและเพื่อความอยู่รอดของบริษัท ซึ่งมีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ๓ แนวทาง คือ ๑. ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม (Innovated product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการวิจัยพัฒนา คิดสร้างสรรค์ออกมาเป็นครั้งแรก และยังไม่มียกมาก่อนในตลาด เช่น iPhone รุ่น ๑ ๒. ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ (Modified product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีการปรับปรุงคุณสมบัติในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ทำให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอีกครั้ง เช่น ไอโฟนรุ่น ๒-๖ ๓. ผลิตภัณฑ์เลียนแบบ (Me-too product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจซึ่งเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีอยู่แล้วในตลาด

(๓.๒) แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ในประเด็นเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่าแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีผู้ให้ความหมายโดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

ปริญญา จิตอร่าม ได้กล่าวว่า มนุษย์ถือได้ว่าเป็นกลไกที่สำคัญของการพัฒนา เพื่อนำความเจริญรุ่งเรืองในด้านต่างๆ มาสู่สังคมเนื่องจากมนุษย์เป็นทั้งผู้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในการพัฒนาอีกทั้งยังเป็นผู้รับและใช้ความเจริญที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยมนุษย์ได้จัดระบบและบทบาทให้แก่มนุษย์แต่ละคนให้รับบทบาทเฉพาะแตกต่างกันออกไปตามองค์กรต่างๆ ในสังคมซึ่งมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันและกันทั้งทางตรง และทางอ้อมทำให้สังคมมนุษย์ดำรงอยู่อย่างมั่นคง^{๓๔}

รัชณี เจริญ ได้กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการพัฒนา ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยรูปแบบในการพัฒนาอาจเป็นด้านบรรจุ

^{๓๓}ศศิมา สุขสว่าง, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development), [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://www.sasimasuk.com/16250080/การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่>, [๓๐ ตุลาคม ๒๕๖๐].

^{๓๔}ปริญญา จิตอร่าม, (ธ.ค ๒๕๕๕). “การพัฒนาชุมชนในมุมมองของนักสาธารณสุข”. **วารสารคณะพลศึกษา**. [ออนไลน์]. ๑๕ (ฉบับพิเศษ): ๑๖๕. แหล่งที่มา: <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/pe/article/viewFile/๓๒๙๓/๓๓๓๓>. [๓๐ ตุลาคม ๒๕๖๐].

ภัณฑ์ หรือตัวผลิตภัณฑ์อาหารก็ได้ งานพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องมือที่มีความจำเป็น อาศัยทั้งระบบ และกลยุทธ์ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์^{๓๕}

สรุปได้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นกลไกที่สำคัญของการพัฒนาเพื่อปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคซึ่งเกิดจากบทบาทของมนุษย์

๔) ความหมาย และแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การบรรจุหีบห่อหรือการบรรจุภัณฑ์ เป็นการกระทำเชิงระบบเพื่อเตรียมการ ถนอมสินค้า หรือผลผลิตในการขนส่งและการเก็บรักษา โดยใช้มูลค่าบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม มีความสอดคล้องกับความต้องการในการเก็บถนอมผลิตภัณฑ์ หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์คือ ๑. ทำหน้าที่รองรับห่อหุ้มผลิตภัณฑ์และการให้ผลิตภัณฑ์รวมกันอยู่เป็นกลุ่มก้อนหรือตามรูปร่างของบรรจุภัณฑ์นั้นๆ ในกรณีผลิตภัณฑ์เป็นของเหลว ๒. ทำหน้าที่ปกป้องผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในให้ปลอดภัยจากความเสียหายต่างๆ ที่จะบังเกิดต่อผลิตภัณฑ์ อันอาจเกิดจากสภาพสิ่งแวดล้อม เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ ระยะเวลาสั้น-ยาว ในการเก็บรักษา และสภาพการขนส่งเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ตั้งแต่เสร็จสิ้นการผลิตจนไปสิ้นสุดลงที่ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค ๓. ทำหน้าที่แสดงตัวเป็นลักษณะตัวแทนผลิตภัณฑ์ ให้ผู้ใช้รู้ว่าผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในคืออะไร ผลิตจากไหน มีปริมาณเท่าใด มีลักษณะรูปร่างหน้าตาเป็นอย่างไร ระบุข้อความสำคัญตามกฎหมายหรือข้อกำหนด โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและยารักษาโรค ๔. ทำหน้าที่ดึงดูดใจลูกค้าหรือผู้ใช้ให้เกิดความสนใจผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ข้างใน ซึ่งเรียกว่าการโฆษณาได้ทางหนึ่งไปด้วยในตัว เช่นดึงดูดใจก่อนซื้อเพื่อให้ซื้อและภายหลังการใช้แล้วให้เกิดความอยากใช้และพอใจที่จะซื้อต่อไปอีก เป็นต้น และ ๕. ทำหน้าที่ช่วยเพิ่มผลกำไร ช่วยส่งเสริมยุทธวิธีการตลาด โดยการเปิดตลาดใหม่หรือการเพิ่มยอดขายให้กับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด จากความเหมาะสมและความสมบูรณ์ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์

(๔.๑) ความหมายของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ในประเด็นเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีผู้ให้ความหมายเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

กนกวรรณ วรณศรี ให้ความหมายว่า บรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อหมายถึงศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อการคุ้มครองปกป้องสินค้าจากผู้ผลิตจนถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัยด้วยต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม^{๓๖}

กองส่งเสริมอุตสาหกรรม กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ หมายถึง ภาชนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์ไปยังแหล่งใช้ประโยชน์ โดยความประหยัดและปลอดภัย^{๓๗}

กรรณิกา ใจกลาง อ่างในดาร์ณี พานทอง กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ คือ สิ่งห่อหุ้มหรือบรรจุผลิตภัณฑ์รวมทั้งภาชนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์จากแหล่งผู้ผลิตไปยังแหล่งบริโภคหรือ

^{๓๕} รัชณี เจริญ, การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้โดนใจผู้บริโภค, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://www3.rdi.ku.ac.th/exhibition/๕๒/๐๓-foods/ratchanee/food_00.html [๓๑ ตุลาคม ๒๕๖๐].

^{๓๖} กนกวรรณ วรณศรี, ความหมายของบรรจุภัณฑ์, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://tomzabee.wordpress.com/๒๐๑๕/> [๓๑ ตุลาคม ๒๕๖๐].

^{๓๗} กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, ความหมายของบรรจุภัณฑ์, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://tomzabee.wordpress.com/๒๐๑๕/> [๓๑ ตุลาคม ๒๕๖๐].

แหล่งใช้ประโยชน์ เพื่อวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกันและรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพ ตลอดจนคุณภาพใกล้เคียงกัน เมื่อแรกผลิตให้มากที่สุดนอกจากนี้อาจกล่าวได้ว่า หีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในกระบวนการผลิตและหีบห่อ อาจสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ทางด้านการตลาด วัตถุประสงค์ทางด้านการเก็บรักษา เป็นต้น^{๓๘}

มัทนา โมรากุล หมายถึง หนวยรูปแบบวัตถุภายนอกที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง หรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดผลประโยชน์ในทางการค้า และการบริโภค^{๓๙}

สรุปได้ว่า บรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อ หมายถึงศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้า โดยความประหยัดและปลอดภัย ในการขนส่งผลิตภัณฑ์จากแหล่งผู้ผลิตไปยังแหล่งบริโภค เป็นการป้องกันและรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพ

(๔.๒) แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ในประเด็นเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่าแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีผู้ให้ความหมายโดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

นิพัทธ์ ชัยวรมุขกุล กล่าวว่า "การพัฒนา (Development) คือ การทำให้เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น เจริญขึ้น"^{๔๐}

อาปรี โตะลาลา กล่าวว่า การบรรจุภัณฑ์ "การบรรจุภัณฑ์" (Packaging) คือ กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการตลาดในการใช้วัสดุมาสร้างสรรค์ภาชนะบรรจุหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดความสะดวกในการใช้สอย รักษาคุณภาพ การขนส่ง และเพื่อการสื่อสารต่าง ๆ^{๔๑}

ณัฐริกา สึงคะสะ กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์คือ “การห่อหุ้ม” หรือ “เครื่องหุ้มห่อ” ในขณะที่แนวคิดทางยุโรปค่อนข้างไปทาง “การกักกัน” หรือการ “ปิดกั้น” ถึงขนาดที่ว่าไม่มีทางที่จะเข้าถึงของที่อยู่ภายในได้^{๔๒}

บุษรา ธี

ปกป้องตัวสินค้า เริ่มตั้งแต่การขนส่ง การเก็บให้ผลผลิตหรือ ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมิให้เสียหายจากการ

^{๓๘}กรรณิกา ใจกลาง, ความหมายการออกแบบบรรจุภัณฑ์, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://artd3301-kannika.blogspot.com/๒๐๑๕/๐๑/httpwww.html> [๓๑ ตุลาคม ๒๕๖๐].

^{๓๙}มัทนา โมรากุล, “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมทองพับ กลุ่มสตรีแม่บ้านเขียวจี จังหวัดนนทบุรี”, รายงานวิจัย, (มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, ๒๕๔๙), หน้า ๗.

^{๔๐}นิพัทธ์ ชัยวรมุขกุล, การพัฒนา คือ อะไร, [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.gotoknow.org/posts/๔๘๕๓๓๓> [๓๑ ตุลาคม ๒๕๖๐].

^{๔๑}อาปรี โตะลาลา, “โครงการการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เรือกอลและจำลองของศูนย์ท่าเรือกอล และจำลองบ้านทอน อำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส” รายงานวิจัย, (สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ: มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์, ๒๕๕๖), หน้า ๙.

^{๔๒}ณัฐริกา สึงคะสะ, “แนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมของญี่ปุ่น”, วิทยานิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๔).

ปนเปื้อนจากฝุ่นละออง แผลง คน ความชื้น ความร้อน แสงแดด และการปลอมปน ให้ความสะดวกในเรื่องการขนส่ง การจัดเก็บมีความรวดเร็วในการขนส่ง เพราะสามารถรวมหน่วยของผลิตภัณฑ์เหล่านั้นเป็นหน่วยเดียวได้ เช่น ผลไม้หลายผลนำลงบรรจุในลังเดียว หรือ เครื่องดื่มที่เป็นของเหลวสามารถบรรจุลงในกระป๋องหรือขวด^{๔๓}

สรุปได้ว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์คือการทำให้บรรจุภัณฑ์มีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น เพื่อการคุ้มครอง เพื่อให้เกิดความสะดวกในการใช้สอย การขนส่งที่ปลอดภัย มิให้ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นเกิดความเสียหาย อันเนื่องมาจากการขนส่ง หรือปนเปื้อนจากฝุ่นละออง แผลง คน ความชื้น ความร้อน แสงแดด เป็นต้น

๑.๖.๒ ข้อมูลพื้นฐานของชุมชนบ้านเหมืองกุง

๑) ประวัติความเป็นมาของชุมชนบ้านเหมืองกุง

ประวัติศาสตร์ความเป็นมา หมู่บ้านเหมืองกุงเดิมมีชื่อว่า "บ้านสันดอกคำใต้" ซึ่งเป็นหมู่บ้านเก่าแก่ของเชียงใหม่ มีการขึ้นน้ำตันและหมอน้ำมานานกว่า ๒๐๐ ปี จากคำบอกเล่าที่สืบทอดต่อกันมา ชาวบ้านเหมืองกุงส่วนหนึ่ง เป็นชาวไทยที่ถูกกวาดต้อนมาจาก เมืองบุ เมืองสาต รัฐเชียงตุง ซึ่งแต่เดิมเคยเป็นส่วนหนึ่งของไทย แต่หลังจากที่พม่าตกเป็นอาณานิคมของอังกฤษ รัฐเชียงตุงที่มีอาณาเขตติดกับพม่าก็ถูกบุกยึดให้อยู่ใต้การปกครองของอังกฤษ แต่พออังกฤษคืนเอกราชให้แก่พม่า พม่าก็นำเอารัฐเชียงตุงกลับไปเป็นดินแดนของตน ซึ่งปัจจุบันรัฐเชียงตุงอยู่ในเขตรัฐฉานของประเทศพม่า

งานวิจัยของอาจารย์สมโชติ อ๋องสกุล เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๒๖ – ๒๕๒๘ ได้กล่าวถึงประวัติของบ้านเหมืองกุงว่าเมื่อประมาณ ๒๐๐ ปีที่ผ่านมา เชียงใหม่แบ่งเป็น ๒ ยุค ยุคแรกคือ "ยุคสร้างบ้านแปงเมือง" เป็นยุคที่เริ่มฟื้นฟูอาณาจักรสร้างบ้านสร้างเมืองหลังจากตกอยู่ใต้อำนาจของพม่ามาเป็นเวลานาน หลังจากสร้างเมืองเสร็จ ยุคต่อมาในสมัยพระเจ้ากาวิละเป็นเจ้าเมืองเชียงใหม่คือ "ยุคเก็บผักใส่ซ้า เก็บข้าใส่เมือง" ที่ต้องเกณฑ์กำลังคนจากพื้นที่อื่น โดยการยกทัพไปตีเมืองต่างๆ แล้วแบ่งคนออกไปให้ทั่วเมืองเชียงใหม่ สอดคล้องกับหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ที่กล่าวถึงการเกณฑ์กำลังคนมาสู่อาณาจักรล้านช้าง ในช่วงปี พ.ศ. ๒๓๒๕ – ๒๓๕๖ ชาวบ้านเหมืองกุง อพยพมาตั้งหลักปักฐานอยู่ในพื้นที่แห่งนี้เพียง ๕ ครั้วเรือน จากการจัดเรียงนามสกุล ได้แก่ พักทอง สิบคำเปียง ศรีจันทร์ (สีจันทร์) สิบสุริยะ และกาวิโรจน์

บรรพบุรุษที่มาตั้งรกรากอยู่ที่บ้านเหมืองกุงนั้นต้องทำนา เพื่อนำข้าวเปลือกไปส่งให้เจ้ากาวิโรส สุริยวงศ์ (โอรสของพระเจ้ากาวิละ) พอเข้าสู่ช่วงฤดูแล้งชาวบ้านจะขุดดินจากที่นาใกล้หมู่บ้านมาทำ น้ำหม้อ (ภาษาถิ่นหมายถึงหมอน้ำต้ม) และน้ำตัน (ภาษาถิ่นหมายถึงคนโท) ไว้สำหรับใส่น้ำต้ม อีกทั้งยังใช้น้ำตันในการรับแขกหรือใช้เป็นสังฆทานถวายวัดในพิธีทางพุทธศาสนา ซึ่งเป็นวิถีชีวิตที่สืบทอดกันมาจนถึงลูกถึงหลาน หากมีเหลือจึงนำไปขายเป็นรายได้จุนเจือครอบครัว ทำให้การผลิตเครื่องปั้นดินเผาเป็นกิจกรรมที่สำคัญของหมู่บ้าน

^{๔๓}บุษรา สร้อยระย้า, “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจากเส้นใยกล้วย สำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป”, รายงานวิจัย, (คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, ๒๕๕๔), หน้า ๙.

เมื่อประมาณ ๕๐ ปีก่อน หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านเหมืองกุงมีลักษณะแต่ละครอบครัวต่าง ทำส่งขายให้กับพ่อค้าคนกลางในหมู่บ้าน และนอกหมู่บ้าน โดยพ่อค้าคนกลางในหมู่บ้านจะนำเครื่องปั้นดินเผาใส่รถบรรทุกส่งต่อไปขายยังฝาง เชียงดาว และพร้าว ส่วนพ่อค้าคนกลางนอกหมู่บ้านที่มารับเครื่องปั้นดินเผาไปขายมีไม่มากเพียง ๕% เท่านั้น และนอกจากนั้นก็จะมีชาวบ้านบางส่วนนำไปขายเองโดยนำหม้อน้ำ และคนโทหาบใส่ตะกร้าใบใหญ่ไปขายที่ปากทางเข้าหมู่บ้าน ผู้คนที่ผ่านไปผ่านมาในแถบนั้นจึงเรียกชื่อหมู่บ้านนี้ว่า "บ้านน้ำตัน" ตามคนโทหรือน้ำตันที่ชาวบ้านเหมืองกุงทำขายนั่นเอง นอกจากนั้นยังนำไปขายที่ตลาดต้นลำไย และตลาดหลวงเพื่อส่งให้กับพ่อค้าคนจีน อีกด้วย ในยุคนั้นเป็นช่วงเฟื่องฟูของการทำเครื่องปั้นดินเผาน้ำตันของบ้านเหมืองกุงมีชื่อเสียงจนเป็นที่กล่าวขานกันว่ามีคุณภาพดีที่สุดในอาณาจักรล้านนา เพราะน้ำตันที่ทำออกมามีความบางเบา และทนทาน จับรินแล้วคือน้ำตันไม่หกง่าย ใส่แล้วเย็นทำให้ผู้ดื่มได้รับความสดชื่น และดินของบ้านเหมืองกุงจะเก็บน้ำได้ดีเพราะว่าเป็นดินในชั้นทราย ไม่ได้เป็นดินเหนียว ซึ่งจะอุ้มน้ำได้น้อยกว่าแต่นอกจากบ้านเหมืองกุงยังมีหมู่บ้านอื่นอีกที่มีการปั้นหม้อน้ำ และคนโทใส่น้ำ ได้แก่ บ้านน้ำตัน สันป่าตอง แต่ปัจจุบันได้สูญหายไปแล้วเนื่องจากไม่มีการต่อยอดของคนรุ่นหลัง อย่างไรก็ตาม ยังมีบ้านกวนวัวลาย (ตำบลหารแก้ว) ที่ปั้นหม้อน้ำ และหม้อแกงเพื่อใช้เป็นภาชนะสำหรับใส่อาหาร เช่น ขนมหิน แต่ใช้ดินวัตถุดิบคนละอย่างกับการปั้นหม้อน้ำ และวิธีการปั้นก็แตกต่างกับบ้านเหมืองกุงด้วย

ในปัจจุบันเครื่องปั้นดินเผาที่เคยนิยมใส่น้ำดื่มกิน กลับกลายเป็นภาชนะอลูมิเนียม แก้ว หรือพลาสติก ทำให้การผลิตน้ำตันเริ่มน้อยลง ชาวบ้านส่วนหนึ่งจึงเข้าไปทำงานรับจ้างในตัวเมือง ทำให้ชาวบ้านที่ทำงานเครื่องปั้นดินเผาเหลืออยู่ไม่มากนัก แต่หลังจากที่หมู่บ้านมีการตั้งกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านเหมืองกุงในปี พ.ศ. ๒๕๔๕ และได้รับเลือกจากองค์กรพัฒนาชุมชนอำเภอหางดง และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ให้เป็นหมู่บ้านโอท็อปเพื่อการท่องเที่ยว เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๘ จึงทำให้ชาวบ้านเห็นความสำคัญ และรวมตัวกันมากขึ้นจนกระทั่งปัจจุบันมีประมาณ ๒๒ ครัวเรือนที่ทำอาชีพเครื่องปั้นดินเผาอย่างจริงจัง ชาวบ้านเริ่มพัฒนากระบวนการผลิตเครื่องปั้นดินเผาโดยการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ จากเดิมอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตคือครกกระเดื่องใช้ตำดินให้ร่วน แต่ในปัจจุบันมีการพัฒนามาเป็นเครื่องโม่ดินไฟฟ้า รวมทั้งเครื่องร่อนดินหรือเครื่องกรองดินซึ่งในอดีตใช้เป็นตะแกรงแต่ปัจจุบันเปลี่ยนมาเป็น เครื่องร่อนดินไฟฟ้าซึ่งมีความสะดวกกว่ามาก ในด้านของอุปกรณ์ในการปั้นคือ แป้นหมุนโดยใช้มือหมุน (เรียกว่า จ้าด) ซึ่งในอดีตทุกครัวเรือนจะปั้นโดยใช้แป้นมือหมุนนี้ ต่อมาจึงมีการนำเอาเครื่องจักรมาช่วย เช่น แป้นหมุนมอเตอร์ไฟฟ้า ทำให้กระบวนการผลิตมีความสะดวก และรวดเร็วขึ้น และสามารถ ผลิตผลิตภัณฑ์ได้มากกว่าเดิมนอกจากนั้นชาวบ้านยังมีการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น การสร้างลวดลายที่แปลกใหม่ และการแต่งสีสันทันสมัย อีกทั้งยังมีการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าอีกด้วย เช่น โคมไฟ กระถาง อ่างบัว หรือแจกัน เป็นต้น

จวบจนปัจจุบัน ชาวบ้านเหมืองกุงที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ในการผลิตเครื่องปั้นดินเผานับวันจะเริ่มมีแต่ผู้สูงวัยเท่านั้น คนรุ่นใหม่ที่จะมาทำงานหัตถกรรมประเภทนี้มีจำนวนน้อยลงตามกระแสของการออกไปทำงานนอกหมู่บ้าน บ้านเหมืองกุงจึงคล้ายกับการนับถอยหลังสู่ยุคที่เครื่องปั้นดินเผาจะหายไปจากหมู่บ้าน และอาจจะเหลือแต่เพียงอดีตที่ทิ้งไว้เป็นตำนาน ดังคำขวัญ

ของหมู่บ้านที่ว่า "ตำนานน้ำตัน คนปั้นดิน" ซึ่งตำนานนี้จะยังคงสืบสานมีชีวิตอยู่ต่อไปหรือไม่ ขึ้นอยู่กับคนรุ่นหลัง และการช่วยกันอนุรักษ์ส่งเสริมของผู้ที่ยังชื่นชมความงดงามของหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาอยู่อย่างมีเสื่อมคล้าย^{๔๔}

๒) ข้อมูลพื้นฐานสถานที่ตั้งชุมชนบ้านเหมืองกุง

หัตถกรรมพื้นบ้านของชุมชนบ้านเหมืองกุง ซึ่งเป็นหมู่บ้านตั้งอยู่บนถนนสาย เชียงใหม่-หางดง มีระยะทางห่างจากตัวจังหวัด ๖ กิโลเมตร โดยตั้งอยู่ที่ตำบลหนองควาย อำเภอลำดอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นชุมชนที่ผลิตเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านที่มีฝีมือดี ในอดีตเกือบทุกครัวเรือนประกอบอาชีพเครื่องปั้นดินเผาเป็นอาชีพหลัก การประกอบอาชีพจะอยู่ในลักษณะต่างคนต่างผลิตแล้วส่งขายให้กับพ่อค้าคนกลาง การผลิตเครื่องปั้นดินเผาสมัยนั้นทำรายได้ไม่เพียงพอที่จะเลี้ยงครอบครัว ในระยะหลายปีที่ผ่านมาทำให้ชาวบ้านเหมืองกุงส่วนหนึ่งจึงได้หันไปประกอบอาชีพรับจ้างในตัวเมืองแทน จนกระทั่งในระยะหลังจากนั้นได้มีการจัดตั้งกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาขึ้นในชุมชนโดยการสนับสนุนของภาครัฐ ทำให้ชาวบ้านเหมืองกุงมีการรวมตัวกันอีกครั้ง ทำให้รายได้หลักประมาณร้อยละ ๗๐ ของชุมชนบ้านเหมืองกุง มาจากงานเครื่องปั้นดินเผาเครื่องปั้นดินเผาแบบดั้งเดิมของชุมชนบ้านเหมืองกุง ถูกส่งไปจำหน่ายยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในบางครั้งจะทำการผลิตตามคำสั่งซื้อของพ่อค้า แม่ค้าที่นำไปจำหน่ายยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนขาดคุณลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองซึ่งควรค่าแก่การรักษาวัฒนธรรมพื้นบ้าน จากประวัติของชุมชนบ้านเหมืองกุง ที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนานประกอบกับสินค้าของชุมชนมีลักษณะความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แปลกไม่เหมือนใคร เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานแฮนด์เมด (handmade) ที่ทำด้วยมือ จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สั่งสมมาตั้งแต่ในอดีต ประกอบกับสินค้าราคาไม่แพง ทำให้บ้านเหมืองกุงเหมาะที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแหล่งหนึ่งเช่นเดียวกับบ้านบ่อสร้าง หรือ หมู่บ้านถวายของจังหวัดเชียงใหม่ แต่กลับปรากฏว่าชุมชน บ้านเหมืองกุงยังไม่ได้ได้รับความสนใจเท่าที่ควร และไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวจากแหล่งต่าง ๆ

^{๔๔}ลานนา Handicraft Tourism, ศักยภาพหมู่บ้าน : หมู่บ้านเหมืองกุง, [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.handicrafttourism.com>. [๗ สิงหาคม ๒๕๖๐].



ภาพที่ ๑.๑๐ ชุมชนบ้านเหมืองกุ้ง

ภาพถ่ายโดย โครงการยกระดับคุณภาพชีวิตของหมู่บ้านชุมชน แบบมีส่วนร่วม

ที่มา: <http://www.cttclive.rmutl.ac.th/๒๐๑๐/?cat=๓๘>

๑.๖.๓ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องโดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับแนวทางการเสริมสร้างการผลิตเครื่องปั้นดินเผา

เชี่ยวชาญ แสงทอง ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาเนื้อดินปั้นและเคลือบสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านตระกวน” ผลการวิจัยพบว่า ดินบ้านตระกวนมีสารประกอบออกไซด์ของซิลิกา และอลูมินา มากที่สุดเนื่องจากเป็นออกไซด์หลักของดิน เหล็กออกไซด์ และไทเทเนียมออกไซด์พบเป็นลำดับรองลงมา ในขณะที่แร่ที่เป็นองค์ประกอบหลัก ได้แก่ แร่ควอตซ์ (Quartz) นอนโทรไนต์ (Nontronite) และอะนาเทส (Anatase) การปรับปรุงเนื้อดินทำโดยการผสมทรายในอัตราส่วนร้อยละ ๕-๓๐ โดยน้ำหนัก แล้วศึกษาสมบัติทางกายภาพ และสมบัติเชิงกล ได้แก่ ความเหนียว การดูดซึมน้ำ การหดตัวหลังเผา และความแข็งแรงหลังเผา พบว่าเนื้อดินมีความเหนียว การหดตัว และความแข็งแรงลดลงตามปริมาณของทรายที่ใช้ผสมเพิ่มขึ้น ในขณะที่ร้อยละการดูดซึมน้ำ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามปริมาณของทรายที่เพิ่มขึ้น ในการผสมทรายร้อยละ ๕ โดยน้ำหนัก ส่งผลให้เนื้อดินมีความแข็งแรงสูงสุด และใช้เนื้อดินนี้สำหรับการทำเอนโกบ และเคลือบ ซึ่งการพัฒนาเคลือบสำหรับเนื้อดินปั้นบ้านตระกวนจะเตรียมจากเถ้าไม้ยูคาลิปตัส และเถ้าไม้ลำดวนที่เป็นวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นนำมาผสมกับดินบ้านตระกวน โดยการปรับอัตราส่วนเข้าหากันในระบบไลน์เบลนด์ (Line Blend) เคลือบที่มีส่วนผสมระหว่างเถ้าไม้ต่อดินในอัตราส่วน ๑:๑ มีการหลอมตัว และยึดติด

กับเนื้อดินบ้านตระกวนได้ดีหลังจากเผาที่อุณหภูมิ ๑๒๐๐ องศาเซลเซียส ส่วนผสมนี้จึงถูกนำไปใช้เคลือบบนผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านตระกวนต่อไป^{๔๕}

เลิศชาย สติพนาวงศ์ ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาเนื้อดินปั้นสโตนแวร์ ด้วยดินขาวและดินพื้นบ้าน” ผลการวิจัยพบว่า ส่วนผสมที่เหมาะสมคือส่วนผสมที่ ๕ มีส่วนผสมของดินพื้นบ้านร้อยละ ๖๐ ดินขาวลำปางร้อยละ ๒๐ และทรายร้อยละ ๒๐ มีคุณสมบัติทางกายภาพหลังการเผาที่ อุณหภูมิ ๘๕๐ องศาเซลเซียส มีการหดตัวเฉลี่ยร้อยละ ๗.๘๖ การดูดซึมน้ำเฉลี่ยร้อยละ ๑๗.๖๘ ความแข็งแรงเฉลี่ย ๗.๑๔ กิโลกรัมต่อ ตารางเซนติเมตร ทนไฟที่อุณหภูมิ ๘๕๐ สามารถได้ อุณหภูมิ ๑,๒๓๐ องศาเซลเซียสมีการหดตัวเฉลี่ยร้อยละ ๑๓.๕๗ การดูดซึมน้ำ เฉลี่ยร้อยละ ๖.๒๗ ความแข็งแรงเฉลี่ย ๓๕.๙๘ กิโลกรัมต่อตารางเซนติเมตร สามารถทนไฟอุณหภูมิ ๑,๒๓๐ ได้ สามารถใช้ผลิต ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทสโตนแวร์ได้^{๔๖}

ปณตนนท์ เกียรประภากุล ได้ศึกษาเรื่อง “กระบวนการเรียนรู้การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การปั้นเครื่องปั้นดินเผา บ้านม่อนเขาแก้ว ตำบลพิชัย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ” ผลการวิจัย พบว่ากระบวนการเรียนรู้การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการปั้น เครื่องปั้นดินเผาบ้านม่อนเขาแก้ว ได้มาจากบรรพบุรุษหรือ ในครอบครัว และการเรียนรู้ด้วยตนเอง กระบวนการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ ทั้งนี้ลูกหลานของหมู่บ้านม่อนเขาแก้ว ในอดีตที่มีความสนใจในการปั้นเครื่องปั้นดินเผา โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้โดยการสังเกต หรือการเลียนแบบประกอบไปด้วย ๔ กระบวนการ คือ กระบวนการใส่ใจ กระบวนการเก็บจำ กระบวนการกระทำ และกระบวนการตั้งใจ นอกจากนี้กระบวนการเรียนรู้การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการปั้นเครื่องปั้นดินเผาของกลุ่มเยาวชนบ้านม่อนเขาแก้ว และนักเรียนโรงเรียนแม่พริกวิทยาบพบว่า การจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการได้ใช้วิธีการสอนแบบสาธิตเป็นตัวอย่าง สำหรับปัญหา ที่เกิดขึ้นในกระบวนการเรียนรู้การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เครื่องปั้นดินเผาบ้านม่อนเขาแก้ว ได้แก่ ปัญหาทางด้านผู้สืบทอดปัญหา ด้านสถานที่ในการเรียนการสอน ปัญหาด้านรูปแบบ และราคาผลิตภัณฑ์ ปัญหา ด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการผลิตความสำคัญ: กระบวนการเรียนรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นเครื่องปั้นดินเผาบ้านม่อนเขาแก้ว^{๔๗}

ปัญจลักษณ์ หรีร์ักษ์ ได้ศึกษาเรื่อง “การออกแบบและพัฒนารูปแบบเครื่องประดับดินเผาด่านเกวียน” ผลการวิจัยพบว่า (๑) ด้านการศึกษาแบบเครื่องประดับรูปทรงเรขาคณิตลวดลายที่นิยมส่วนใหญ่จะเป็นลายเรขาคณิต (๒) ด้านการออกแบบรูปทรงเครื่องประดับรูปทรงเรขาคณิตทรงสี่เหลี่ยม รูปลักษณะสี่เครื่องประดับดินเผาด่านเกวียนการใช้สีจากธรรมชาติของดิน สีคู่ข้างเคียง และการใช้สีตัดกัน (๓) ด้านความพึงพอใจในรูปแบบเครื่องประดับดินเผารูปแบบ

^{๔๕}ผู้เชี่ยวชาญ แสงทอง, “การพัฒนาเนื้อดินปั้นและเคลือบสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านตระกวน”, **ครุศาสตรมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ), ๒๕๕๘

^{๔๖}เลิศชาย สติพนาวงศ์, “การพัฒนาเนื้อดินปั้นสโตนแวร์ ด้วยดินขาวและดินพื้นบ้าน”, **วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต**, (คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา), ๒๕๕๔

^{๔๗}ปณตนนท์ เกียรประภากุล, “กระบวนการเรียนรู้การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การปั้นเครื่องปั้นดินเผา บ้านม่อนเขาแก้ว ตำบลพิชัย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง”, **ครุศาสตรมหาบัณฑิต**, (คณะครุศาสตร์: มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง), ๒๕๕๗

เรขาคณิต รูปทรงสี่เหลี่ยมสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบรูปทรงเครื่องประดับได้มากที่สุด รูปลักษณะสี่เหลี่ยมของเครื่องประดับดินเผา การใช้สีจากธรรมชาติของดิน สีคู่ข้างเคียงได้มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (๔) ด้านการนำองค์ความรู้เครื่องประดับดินเผาสู่ชุมชนพบว่าความรู้ ที่ได้สามารถนำไปถ่ายทอดสู่ชุมชนที่ใช้ประโยชน์จากงานวิจัยได้จริง สามารถต่อยอดธุรกิจการทำเครื่องประดับดินเผา ในรูปแบบใหม่ที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าชุมชนอย่างยั่งยืน^{๔๘}

รศ.ภาพร เลิศโกคานนท์ ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านเหมืองกุง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น” ผลการวิจัยพบว่า (๑) ศักยภาพของชุมชนบ้านเหมืองกุง ในความเห็นของผู้บริหาร และผู้นำชุมชนเห็นว่า ด้านบริหารจัดการ ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมยังไม่มีความพร้อม ส่วนด้านผู้ประกอบการมีความเห็นว่า ช่างฝีมือที่มีอยู่ในปัจจุบันในท้องถิ่นมีความพร้อมในการถ่ายทอดความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับคนรุ่นใหม่ แต่คนรุ่นใหม่ในชุมชนยังไม่มีความพร้อมในการรับการถ่ายทอด ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความเห็นเกี่ยวกับความพร้อม และความสามารถของชุมชนบ้านเหมืองกุงว่า มีในระดับมากทั้งในด้านฝีมือการปั้น ลักษณะการปั้น การออกแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน และรูปแบบผลิตภัณฑ์ (๒) การมีส่วนร่วมในด้านการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว พบว่าประชาชนยอมรับในด้านประโยชน์โดยรวมจากการท่องเที่ยวในระดับมากแต่การให้ความร่วมมือยังอยู่ในระดับปานกลาง เพราะมีความคิดเห็นที่แตกแยกกัน ความคิดด้านการพัฒนาที่มีความเหลื่อมล้ำระหว่างผู้นำชุมชนกับประชาชน ส่วนผู้บริหาร ผู้นำชุมชนมีความเห็นว่า ควรมีการรณรงค์ให้คนในชุมชนมีความร่วมมือกัน และเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา ชุมชนให้มากขึ้น (๓) ศักยภาพในด้านสภาพแวดล้อมในการพัฒนาพบว่า มีความเห็นแยกออกเป็น ๒ แนวทาง โดย ผู้บริหาร ผู้นำชุมชน เห็นว่ามีความเหมาะสม และมีความสะดวกในระดับมาก ในขณะที่นักท่องเที่ยวมีความเห็นแตกต่างโดย เห็นว่ายังต้องพัฒนาในอีกหลายๆ ด้าน (๔) ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาชุมชน ด้านผู้บริหาร ผู้นำชุมชนมีความเห็นว่า เนื่องจากความร่วมมือของคนในชุมชนยังมีน้อย ไม่มีการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง และขาดคนรุ่นใหม่ที่จะมาสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงต้องมีการจัดทำแผนงานที่ชัดเจนโดยให้หน่วยงานที่มีความรู้ทางวิชาการเข้า มาร่วมพัฒนาหรือให้ความรู้ที่ถูกต้อง และภาครัฐจัดสรรเงินงบประมาณสนับสนุน ส่วนทางด้านผู้ผลิต ผู้ประกอบการ มีความเห็นว่า มีปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตรงกับความต้องการ มีปัญหาด้านการผลิต และคุณภาพของวัตถุดิบ รวมทั้งขาดการประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรม ส่วนในด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเห็นว่าชุมชนบ้านเหมืองกุง ยังต้องมีการพัฒนาในระดับมาก ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ ทรัพยากรธรรมชาติ กิจกรรม เศรษฐกิจ และโครงสร้างพื้นฐาน (๕) แนวทางการจัดการด้านการท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้เสียเห็นว่าควรจัดทำแผนงานการท่องเที่ยวที่ชัดเจน สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนโดยดึงเยาวชนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วม รวมทั้งควรพัฒนาปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐาน และสภาพแวดล้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ^{๔๙}

^{๔๘}ปัญจลักษณ์ หริรัักษ์, “การออกแบบและพัฒนาารูปแบบเครื่องประดับดินเผาด้านเกวียน”, ภาควิชาศิลปะการออกแบบและเทคโนโลยี, ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, (คณะศิลปกรรมศาสตร์: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี), ๒๕๕๘

สุวิทย์ อินทิพย์ ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนางานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ในเอกลักษณ์ของชุมชนมอญปากเกร็ด สำหรับเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย” ผลการวิจัยพบว่า (๑) ชุมชนมอญปากเกร็ดส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผากันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากชาวมอญมีฝีมือในการทำเครื่องปั้นดินเผามาแต่โบราณมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และยอมรับกันทั่วไปมาแต่อดีต สำหรับประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่นิยมผลิตในปัจจุบันมี ๒ ประเภท คือ ประเภทสิ่งของ เครื่องใช้ และประเภทสวยงาม ที่นิยมอยู่เดิม (๒) พบว่า สีของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่นิยมใช้อยู่เดิมมี ๒ โทนสี คือ สีดินแดง และสีดินดำการทดลองพบว่า สีสำหรับเขียนลวดลายโดยใช้วิธีการเขียนสีในเคลือบเพื่อเพิ่มสีและลวดลาย ให้ผลิตภัณฑ์จากการทดลองใช้ส่วนผสมของน้ำเคลือบ และสีสำเร็จรูปในอัตราส่วนต่าง ๆ กัน มีผลทำให้ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามมากขึ้น และมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น (๓) พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในความต้องการของตลาด คือ ประเภทงานจิตร จากผลการศึกษาดังกล่าวพอสรุปได้ว่า แนวทางการประยุกต์ใช้งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาในเอกลักษณ์ของชุมชนมอญปากเกร็ดต้องคำนึงถึงแนวคิดการออกแบบและพัฒนา ๕ ประการ คือ (๑) ลักษณะเฉพาะถิ่น (๒) ความสวยงาม (๓) ประโยชน์ใช้สอย (๔) ขนาดสัดส่วน (๕) กรรมวิธีการผลิต จากการทดลองผลิตพบว่า เป็นแนวทางที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ได้ และมีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาด^{๔๐}

ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์ ได้ศึกษาเรื่อง “กระบวนการจัดการความรู้และนวัตกรรม ส่งผลต่อความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจ” ผลการวิจัยพบว่า องค์กรทั้งหลายทั่วโลกทุกวันนี้เผชิญกับความท้าทาย ที่ร่วมกัน คือ ความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงการปฏิบัติงานของตนเพื่อให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลง ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว หากองค์กรใดไม่สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมภายนอก และยังไม่สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมใดๆ องค์กรธุรกิจนั้นย่อมล่มสลาย สิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่าองค์กรธุรกิจจะสามารถอยู่รอดต่อไปได้นั้นสังเกตได้จากการมีความสามารถในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ การเพิ่มขึ้นของยอดขาย ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการจ้างงาน ที่เพิ่มขึ้น จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าการจัดการความรู้ในองค์กรมี ๓ ระดับ ได้แก่ ระดับบุคคล ทีมหรือกลุ่ม และระดับองค์กร โดยองค์กรที่มีความได้เปรียบทางการแข่งขันจะสามารถสร้าง (creation) มีการรักษาให้คงไว้ (maintain) การเพิ่มพูน(enhance) และการแบ่งปัน (share) ความรู้ภายในองค์กร และระหว่างองค์กรเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานทางธุรกิจ หรือเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร เนื่องจากการจัดการความรู้ที่ดีนั้นจะกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้องค์กรนั้นๆ เกิดการปรับปรุง และสร้างสรรค์นวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ๆ ที่มีประโยชน์ และคุ้มค่าต่อการพัฒนาองค์กร แล้วในที่สุดจะนำไปสู่การช่วย

^{๔๐}รัชฎาพร เลิศโกคานนท์, “การพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านเหมืองกุง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น”, **เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต**, (คณะเศรษฐศาสตร์: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช), ๒๕๕๗

^{๔๑}สุวิทย์ อินทิพย์, “การพัฒนางานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาในเอกลักษณ์ของชุมชนมอญปากเกร็ด สำหรับเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย”, **ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต**, (คณะศิลปประยุกต์และการออกแบบ: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี), ๒๕๕๕

ให้องค์กรนั้นสามารถเติบโตทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืน สามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันระดับโลกนั้นคือความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจนั่นเอง^{๕๑}

ประกรณ์ วิไล, อภิญญา วิไล ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านในภาคเหนือประเทศไทย” ผลการวิจัยพบว่า ๑. ผู้ประกอบอาชีพช่างปั้นส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงและเป็นผู้หญิงล้วนถึง ๒ หมู่บ้าน อายุเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ผู้ใหญ่ถึงผู้สูงอายุระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบระดับประถมศึกษา ประสบการณ์การทำอาชีพช่างปั้นเฉลี่ย ๑๒.๕ - ๔๖ ปี โดยในช่วง ๑๕ ปีที่ผ่านมาบางหมู่บ้านไม่มีคนเข้าสู่อาชีพนี้เลย ส่วนใหญ่ประกอบเป็นอาชีพหลักอย่างเดียวถึง ๓ หมู่บ้าน และประกอบเป็นอาชีพหลักโดยมีอาชีพเสริมคือการเกษตรอีก ๒ หมู่บ้าน รูปแบบการทำงานจึงเป็นการผลิตซ้ำๆ รูปแบบเดิมๆ ไม่มีการพัฒนาใดๆ ๒. วัตถุดิบและกรรมวิธีผลิตที่ใช้ ใช้เนื้อดินเอร์ทเทนแวร์หรือดินเหนียวพื้นบ้านทั่วไปที่ยังหาได้จากภายในชุมชนและภายนอกชุมชนแต่ได้มาด้วยการซื้อ โดยใช้แหล่งเดิมเป็นประจำจึงไม่มีการพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบและไม่สามารถพัฒนาเป็นเนื้อดินไฟสูงที่มีความแกร่งมากกว่าได้ส่วนกรรมวิธีการขึ้นรูป จนถึงกระบวนการเผาผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังคงใช้ตามแบบดั้งเดิมทุกประการ มีเพียงบางรายที่บ้านม่อนเขาแก้วที่ใช้แม่พิมพ์ประกอบใบมีด บ้านทุ่งหลวงที่ใช้แม่พิมพ์พลาสติกหล่อหน้าดิน และบ้านมอญที่ใช้แม่พิมพ์เหล็กอัดขึ้นรูป การตกแต่งลวดลายส่วนใหญ่เป็นแบบดั้งเดิม ยกเว้นบ้านมอญและบ้านทุ่งหลวงที่มีการตกแต่งลวดลายแบบใหม่ ซึ่งเป็นการยอมรับเอาเทคนิคการผลิตแบบใหม่ๆ มาใช้บ้างแล้ว ๓. รูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ส่วนใหญ่ผลิตตามแบบดั้งเดิม มีเพียงหมู่บ้านมอญที่มีการผลิตกระถางรูปแบบใหม่ๆ การตลาด และจำหน่ายของบ้านกวนและบ้านม่อนเขาแก้ว ไม่มีการจำหน่ายปลีกเลย โดยมีพ่อค้ามารับซื้อถึงในชุมชน ส่วนหมู่บ้านอื่นๆ ส่วนใหญ่ขายส่งตามรายการสั่งซื้อ พ่อค้ามารับซื้อถึงในชุมชน และขายปลีก ที่โรงงาน หรือหน้าร้านให้กับลูกค้าลูกค้าส่วนใหญ่ของทุกชุมชนคือพ่อค้าคนกลาง นำไปจำหน่ายต่อระดับราคาสินค้าส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันทุกหมู่บ้านว่าพอมีกำไร อยู่บ้าง ความเข้าใจเกี่ยวกับลูกค้าทุกชุมชนส่วนใหญ่ทราบความต้องการของลูกค้า รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ขายดีที่สุด ส่วนมากเป็นรูปแบบดั้งเดิมใน ๓ หมู่บ้าน คือ บ้านกวน บ้านม่อนเขาแก้วและบ้านโป่งเทวีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ขายดีที่สุดของบ้านทุ่งหลวง และบ้านมอญ ส่วนมากเป็นรูปแบบตามลูกค้าสั่ง ๔. ในการพัฒนารูปแบบนี้ ทุกชุมชนไม่มีการออกแบบผลิตภัณฑ์และลวดลายใหม่ ๆ เลย แต่ส่วนมากมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบตามความต้องการของลูกค้า เหตุผลสำคัญที่สุดในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ทำตามลูกค้าสั่ง มีการรวมกลุ่มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของแต่ละหมู่บ้านโดยสมาชิกช่วยกันออกความเห็นในการพัฒนาและบางหมู่บ้านต้องการให้มีองค์กรภาครัฐเข้ามาจัดฝึกอบรมให้กับสมาชิก หน้าที่หลักของกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นคือหาแนวทางส่งเสริมการพัฒนาต่างๆ เช่น การสัมมนา ดูงาน เป็นต้นสถานะของลูกค้าของทุกชุมชน ส่วนมากเป็นลูกค้าประจำที่ซื้อไปจำหน่ายต่อ รองลงมาคือเป็นลูกค้าจรซื้อไปจำหน่ายต่อเช่นกันความถี่ในการซื้อของลูกค้าของทุกชุมชน ส่วนใหญ่กลับมาซื้อเพิ่มเติมมากกว่าปีละ ๒ ครั้ง การเก็บข้อมูลของลูกค้าของทุกชุมชน

^{๕๑} ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์, “กระบวนการจัดการความรู้และนวัตกรรมส่งผลต่อความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจ”, *บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต*, (คณะบริหารธุรกิจ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต), ๒๕๕๗

ส่วนมากไม่มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าเลยและใช้วิธีจำเอา จึงไม่มีการนำข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้ามาพัฒนาผลิตภัณฑ์เลย^{๕๒}

ประกรณ์ วิไล และ อภิญญา วิไล ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านในภาคเหนือประเทศไทย” ผลการวิจัยพบว่า สามารถพัฒนาเนื้อดิน ในการผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกโดยใช้ดินดำแม่ริมร่วมกับดินเชื้อ ช่างปั้นสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรปั้นให้สอดคล้องกับเนื้อดินปั้นสูตรที่พัฒนา และชุมชนมีรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผาใหม่ๆ

ปิยาภรณ์ คำยิ่งยง ได้ศึกษาเรื่อง “การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้สู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ ๓๑-๔๐ ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ๑๐,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท ทั้งนี้โดยส่วนใหญ่มีลักษณะของที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยว มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าตกแต่งบ้านและสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุผลจากของตกแต่งบ้านชิ้นเดิมเสียหายหรือชำรุด และจะเลือกซื้อสินค้าตกแต่งบ้าน ซึ่งใช้ไม่เป็นวัสดุหลัก เพราะสินค้าที่ผลิตจากไม้ให้ความรู้สึกถึงความเป็นธรรมชาติหรือความอ่อนโยนที่ได้จากกลดลายของเนื้อไม้ และกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ^{๕๓}

ยศพร บันเทิงสุข ได้ศึกษาเรื่อง “แนวทางการอนุรักษ์ภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาแบบดั้งเดิม โดยการมีส่วนร่วม ของชุมชนท้องถิ่นที่ชุมชนบ้านหม้อ ตำบลเขวา อำเภอมือง จังหวัดมหาสารคาม” ผลการวิจัยพบว่า การจัดการพัฒนาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ศึกษาในระยะเวลาที่ผ่านมาว่า ๔๐ ปีนี้ ยัง ไม่สามารถสร้างประโยชน์ให้แก่กลุ่มผู้ผลิตภาชนะดินเผาแบบดั้งเดิม โดยเหตุผลสำคัญคือการ จัดการที่ผ่านมา นั้น ไม่ได้เกิดจากการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ผลิต ทำให้ผลจากการพัฒนาที่เกิดขึ้นไม่ได้ประโยชน์แก่อาชีพปั้นหม้อหรือภูมิปัญญาการผลิตเครื่องปั้นดินเผาแบบดั้งเดิม นอกจากนั้นพบว่ายังมีปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวกับการผลิตเครื่องปั้นดินเผาแบบดั้งเดิม ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมส่งผลให้เกิดปัญหามากมาย ดังนั้น การที่จะคงรักษาภูมิปัญญาการผลิตเครื่องปั้นดินเผาแบบดั้งเดิมของชุมชนบ้านหม้อ ตำบลเขวา อำเภอมือง จังหวัดมหาสารคาม จึงจำเป็นต้องสร้างความเข้าใจระหว่างชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยให้ความสำคัญกับชุมชนต่อวิธีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาแบบดั้งเดิม เพื่อสร้างความภูมิใจให้แก่อาชีพการปั้นหม้อ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

^{๕๒}ประกรณ์ วิไล อภิญญา วิไล, “ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านในภาคเหนือประเทศไทย”, การประชุมวิชาการ การพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน, (ครั้งที่ ๔, ๒๕๕๗).

^{๕๓}ปิยาภรณ์ คำยิ่งยง, “การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ สู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม”, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: สาขาวิชาการจัดการสาระและการสร้างคุณค่า, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ), ๒๕๕๘

กับเจ้าของภูมิปัญญา ส่งเสริม สนับสนุนอย่างเหมาะสมให้เกิดการพัฒนา คงรักษาและสืบทอด ต่อไป
ในสังคม^{๕๔}

เกวลิน ช่วยบำรุง ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยทางการตลาดผ่าน Mobile Marketing” ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัย พบว่าการสื่อสารการตลาดผ่าน SMS Marketing ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค และการสื่อสารการตลาดผ่าน MMS Marketing ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค จากผลการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางและข้อมูลเบื้องต้นให้ผู้ประกอบการของธุรกิจและบริการ นำไปใช้ในการปรับปรุงในส่วนของรูปแบบ และข้อความในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในนวัตกรรมรูปแบบใหม่ๆ เช่น QR Code และสื่อ Social Media ใน โทรศัพท์เคลื่อนที่และยังสามารถพัฒนาฐานข้อมูลไปเป็นการวิจัยทางการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ต่อไป^{๕๕}

นันธิดา รอดสถิตย์ ได้ศึกษาเรื่อง “การสร้างแบรนด์สินค้าแปเปอร์มาเซของไทย” ผลการวิจัยสรุปได้ว่า เรื่องการสร้างแบรนด์สินค้าแปเปอร์มาเซของไทย เป็นดังนี้

๑. มีกระบวนการสร้างแบรนด์สินค้าแปเปอร์มาเซของไทย โดยการนำเอาหลักปรัชญา แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้กับธุรกิจ มีขั้นตอน ๖ ขั้นตอน ดังนี้

๑.๑ การกำหนดจุดยืนของแบรนด์ คือ การสร้างสรรค์สินค้าในแนวการทุนแฟนตาซี สีสันสดใส มีความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์เอง ภายใต้แนวคิดของสินค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

๑.๒ การกำหนดคุณสมบัติของแบรนด์ คือ สินค้าแปเปอร์มาเซของไทยเป็นสินค้าที่ เน้น ประโยชน์ใช้สอย ของตกแต่งบ้าน เป็นสินค้าที่สามารถยกระดับงานหัตถกรรมกระดาษอัดของ ไทยมา เป็นสินค้าหัตถอุตสาหกรรมไทยโดยผลิตมาจากกระดาษใช้แล้ว และสร้างสินค้าที่มีลักษณะ ความเป็น ไทยในรูปแบบการทุนทั้งเด็กไทย นักมวยไทย รถตุ๊กตุ๊ก สอดแทรกลายไทย ลายเส้นทอง

๑.๓ การสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าและแบรนด์ ตั้งแต่ชื่อแบรนด์ โลโก้ นามบัตรเว็บไซต์ บรรจุภัณฑ์ และพัฒนารูปแบบของสินค้าให้มีความเป็นเอกลักษณ์ แตกต่างจากคู่แข่ง

๑.๔ การสร้างวัฒนธรรมของแบรนด์ ด้วยการปลูกฝังจิตสำนึกคนในองค์กร รู้จัก อาชีพ หัตถกรรมกระดาษอัดของไทย เล็งเห็นคุณค่าของงานหัตถกรรมไทย สืบทอดศิลปหัตถกรรม ไทย ภาครัฐมีใจในอาชีพ มีส่วนร่วมในการผลิตสินค้าที่ใส่ใจในสิ่งแวดล้อม ช่วยลดขยะโลก ในการผลิตไม่ สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับขยะกลับมาเป็นคุณค่าอีกครั้ง และยัง เป็นการ สร้างอาชีพ กระจายรายได้ให้กับชาวบ้าน

^{๕๔}ยศพร บันเทิงสุข, “แนวทางการอนุรักษ์ภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาแบบดั้งเดิม โดยการมีส่วนร่วม ของชุมชนท้องถิ่นที่ชุมชนบ้านหม้อ ตำบลเขาวา อำเภอมะนัง จังหวัดมหาสารคาม”, ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร), ๒๕๕๖

^{๕๕}เกวลิน ช่วยบำรุง, “ปัจจัยทางการตลาดผ่าน Mobile Marketing” ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร”, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร), ๒๕๕๔

๑.๕ การสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์ ด้วยการทำการสื่อสารการตลาด ด้วยการประชาสัมพันธ์ การเปิดหน้าร้าน การจัดแสดงสินค้า การสร้างเว็บไซต์ การแจกนามบัตร

๑.๖ การสร้างความจงรักภักดีต่อแบรนด์ ด้วยการเก็บข้อมูลของลูกค้าให้เป็นระบบ ทั้งลูกค้าในประเทศ ลูกค้าต่างประเทศ ให้ถูกต้องครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ คอยอัปเดตรูปแบบสินค้าใหม่ ลงในเว็บไซต์ คอยตอบรับอีเมลอย่างสม่ำเสมอ รวดเร็ว เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า นำเสนอสินค้าบ้าง แต่ไม่ยัดเยียดลูกค้าจนเกินไป สร้างความเป็นกันเองกับลูกค้า อธิบายขั้นตอนการทำแบบคร่าวๆ มีการประเมินผลจากการกลับมาซื้อสินค้าทั้งลูกค้าปลีกและส่ง

๒. มีการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในการสร้างแบรนด์สินค้าเปเปอร์มาเช่ของไทย นำมาใช้ประกอบด้วย ๑๒ เครื่องมือ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การจัดแสดงสินค้า การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ การบรรจุภัณฑ์ หน่วยงานขาย พนักงาน การจัดนิทรรศการหรือจัดแสดงสินค้า โซว์รูม เว็บไซต์ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การฝากขาย^{๕๖}

สรุปจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับแนวทางการเสริมสร้างการผลิตเครื่องปั้นดินเผาทำให้ทราบว่า ด้านแนวทางการเสริมสร้างการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ของชุมชนบ้านเหมืองกุง ควรมีการเรียนรู้เพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญในด้านการผลิตว่าควรต้องใช้ดินชนิดไหนผสมกับส่วนผสมที่ทำให้คุณภาพของชิ้นงานที่ได้ออกมามีประสิทธิภาพเทียบเท่ากับชิ้นงานที่ตลาดต้องการ เพราะจากอดีต ที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันนี้ยังไม่มีผู้ผลิตรายใดที่สามารถผลิตได้ตามคุณภาพที่ตลาดต้องการได้ หรือน้อยมาก

ในด้านการพัฒนา เห็นควรได้รับการพัฒนาทั้งด้านคุณภาพ และด้านรูปแบบ จากนั้นควรถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านการปั้นเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่ได้มาจากบรรพบุรุษหรือในครอบครัว และการเรียนรู้ด้วยตนเอง การเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ โดยผ่านแนวทางการเสริมสร้างการผลิตโดยการสังเกต หรือการเลียนแบบก็ตาม ให้แก่คนรุ่นใหม่ที่จะพร้อมจะรองรับการถ่ายทอดภูมิปัญญา เพื่อมิให้ภูมิปัญญานั้นหายไปกับตัวของช่างปั้นเอง

ส่วนความรู้ที่ควรได้รับการพัฒนามากที่สุดคือด้านการผลิต และคุณภาพของวัตถุดิบที่ไม่สามารถพัฒนาเป็นเนื้อดินไฟสูงที่มีความแกร่งมากกว่าได้ ส่วนกรรมวิธีการขึ้นรูป จนถึงกระบวนการเผาผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังคงใช้ตามแบบดั้งเดิมทุกประการ ไม่มีการออกแบบผลิตภัณฑ์และลวดลายใหม่ ๆ แต่ส่วนมากมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบตามความต้องการของลูกค้าเท่านั้น และควรต้องคำนึงถึงแนวคิดการออกแบบ และพัฒนาด้วย คือ (๑) ควรคำนึงถึงลักษณะเฉพาะถิ่น (๒) ความสวยงาม (๓) ประโยชน์ใช้สอย (๔) ขนาดสัดส่วน (๕) กรรมวิธีการผลิต ทั้งนี้หากสินค้าที่มีคุณภาพ ก็ถือว่าเป็นการเพิ่มยอดขาย และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในยุคโลกาภิวัตน์จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาควรใส่ใจเรื่องการพัฒนาให้มาก เพื่อปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก และเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงอย่างทุกวันนี้

^{๕๖} นันทิดา รอดสถิตย์, “การสร้างแบรนด์สินค้าเปเปอร์มาเช่ของไทย”, นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต), ๒๕๕๖

ด้านการตลาดควรนำเอาปัจจัยทางการตลาดผ่าน **Mobile Marketing** เช่น **SMS Marketing** และ **MMS Marketing** เพื่อเป็นช่องทางการตลาดอีกช่องทางหนึ่งที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้โดยง่าย และรวดเร็ว หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในนวัตกรรมรูปแบบใหม่ๆ เช่น **QR Code** และสื่อ **Social Media** ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น

ควรมีการสร้างแบรนด์เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และการจดจำให้กับตัวผลิตภัณฑ์และโรงงาน โดยการนำเอาหลักปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้กับธุรกิจ

ตารางสรุปผลงาน ๑.๑๑ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับที่	ชื่อเรื่อง	ชื่อผู้แต่ง/หน่วยงาน	พ.ศ.	ประเภทงานวิจัย	ผลงานวิจัย
๑	การพัฒนาเนื้อดินปั้นและเคลือบสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านตระกวน	เชียวชาญ แสงทอง (มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ)	๒๕๕๘	คุณภาพ	จากการศึกษาพบว่า ดินบ้านตระกวนมีสารประกอบออกไซด์ของซิลิกา และอลูมินามากที่สุด การปรับปรุงเนื้อดินทำโดยการผสมทรายในอัตราส่วนร้อยละ ๕-๓๐ โดยน้ำหนัก และความแข็งแรงหลังเผา พบว่าเนื้อดินมีความเหนียว การหดตัวและความแข็งแรงลดลงตามปริมาณของทรายที่ใช้ผสมเพิ่มขึ้น
๒	การพัฒนาเนื้อดินปั้นสโตนแวร์ ด้วยดินขาวและดินพื้นบ้าน	เลิศชาย สติพนาวงศ์ (มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา)	๒๕๕๔	ปริมาณ-คุณภาพ	ผลการวิจัยพบว่าส่วนผสมที่เหมาะสมคือส่วนผสมที่ ๕ มีส่วนผสมของดินพื้นบ้านร้อยละ ๖๐ ดินขาวลำปางร้อยละ ๒๐ และทรายร้อยละ ๒๐ สามารถทนไฟอุณหภูมิ ๑,๒๓๐ ได้ สามารถใช้ผลิต ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทสโตนแวร์ได้
๓	กระบวนการเรียนรู้การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การปั้นเครื่องปั้นดินเผาบ้านม่อนเขาแก้ว	ปณตนนท์ เถียรประภากุล (มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง)	๒๕๕๗	คุณภาพ	ผลการศึกษาวิจัย พบว่ากระบวนการเรียนรู้การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการปั้น เครื่องปั้นดินเผา ได้มาจากบรรพบุรุษหรือ ในครอบครัว และการเรียนรู้ด้วยตนเอง กระบวนการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ พบว่า การจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการได้ใช้วิธีการสอนแบบสาธิตเป็นตัวอย่าง สำหรับปัญหา ที่เกิดขึ้นในกระบวนการเรียนรู้ การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ ปัญหาทางด้านผู้สืบ

					ทอด ปัญหา ด้านสถานที่ในการเรียนการสอน ปัญหาด้านรูปแบบ และราคาผลิตภัณฑ์ ปัญหา ด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการผลิตความสำคัญ
๔	การออกแบบและพัฒนารูปแบบเครื่องประดับดินเผาผ่านเกวียน คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	ปัญญลักษณ์ หริรักษ์ (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)	๒๕๕๘	ปริมาณ	ผลการวิจัยพบว่า (๑) ด้านการศึกษาแบบเครื่องประดับรูปทรงเรขาคณิตลดทอนที่นิยมส่วนใหญ่จะเป็นลายเรขาคณิต (๒) ด้านการออกแบบรูปทรงเครื่องประดับรูปทรงเรขาคณิตทรงสี่เหลี่ยม รูปลักษณะสี่เครื่องประดับดินเผาผ่านการใช้สีจากธรรมชาติของดิน (๓) ด้านความพึงพอใจในรูปแบบเครื่องประดับดินเผาแบบเรขาคณิตรูปทรงสี่เหลี่ยมสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบรูปทรงเครื่องประดับได้มากที่สุด (๔) ด้านการนำองค์ความรู้เครื่องประดับดินเผาสู่ชุมชนพบว่าความรู้ ที่ได้สามารถนำไปถ่ายทอดสู่ชุมชนที่ใช้ประโยชน์จากงานวิจัยได้จริง สามารถต่อยอดธุรกิจ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า
๕	การพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านเหมืองกุง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น	รัชฎาพร เลิศโกคานนท์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช)	๒๕๕๗	ปริมาณ	ผลการวิจัยพบว่า (๑) ศักยภาพของชุมชนบ้านเหมืองกุง ด้านบริหารจัดการ ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมยังไม่มีความพร้อม ช่างฝีมือที่มีอยู่ในปัจจุบันมีความพร้อมในการถ่ายทอดความรู้ให้กับคนรุ่นใหม่ แต่คนรุ่นใหม่ยังไม่มีความพร้อมในการรับการถ่ายทอด การมีส่วนร่วมพบว่าประชาชนยอมรับในด้านประโยชน์โดยรวมจากการท่องเที่ยวในระดับมาก ความร่วมมือของคนในชุมชนยังมีน้อย

๖	การพัฒนางานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาในเอกลักษณ์ของชุมชนมอญปากเกร็ด สำหรับเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย	สุวิทย์ อินทิพย์ (มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี)	๒๕๕๕	ปริมาณ-คุณภาพ	พบว่า ชุมชนมอญเกาะเกร็ดส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผา ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่นิยมผลิตในปัจจุบันมี ๒ ประเภท คือ ประเภทสิ่งของ เครื่องใช้ และประเภทสวยงามพบว่า สีของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่นิยมใช้อยู่เดิมมี ๒ โทนสี คือ สีดินแดง และสีดินดำสีสำหรับเขียนลวดลายใช้ส่วนผสมของน้ำเคลือบ และสีสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในความต้องการของตลาด คือ ประเภทงานจิตร
๗	กระบวนการจัดการความรู้และนวัตกรรมส่งผลต่อความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจ	ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์ (มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต)	๒๕๕๗	ปริมาณ - คุณภาพ	องค์กรทั้งหลายทั่วโลกทุกวันนี้เผชิญกับความท้าทายร่วมกัน หากองค์กรใดไม่สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้น และยังไม่สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมใดๆ องค์กรธุรกิจนั้นย่อมล่มสลายองค์กรจะสามารถอยู่รอดจะต้องมีการพัฒนาทั้งผลิตภัณฑ์ และการสร้างการตลาดเพิ่มยอดขายจะต้องมีการจัดการความรู้ในองค์กร ถึงจะทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพ และยั่งยืน
๘	ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านในภาคเหนือประเทศไทย	ประกรณ์ วิไล และ อภิญญา วิไล	๒๕๕๗	การประชุมวิชาการ	ผู้ประกอบการอาชีพช่างปั้นส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงและเป็นผู้หญิงล้วนถึง ๒ หมู่บ้าน ส่วนใหญ่จบระดับประถมศึกษา ในช่วง ๑๕ ปีที่ผ่านมาบางหมู่บ้านไม่มีคนเข้าสู่อาชีพนี้เลย รูปแบบการผลิตซ้ำๆ รูปแบบเดิมๆ ไม่มีการพัฒนาใดๆ วัตถุดิบใช้เนื้อดินเอิร์ทเทนแวร์หรือดินเหนียวทั่วไป โดยใช้แหล่งเดิม ไม่มีการพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ กระบวนการเผาผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังคงใช้ตามแบบดั้งเดิมทุกประการ มีเพียงบาง

					รายที่บ้านม่อนเขาแก้วที่ใช้แม่พิมพ์ประกอบใบมีด บ้านมอญและบ้านทุ่งหลวงที่มีการตกแต่งลวดลายแบบใหม่ ซึ่งเป็นการยอมรับเอาเทคนิคการผลิตแบบใหม่ๆ มาใช้บ้างแล้ว การจำหน่ายจะมีพ่อค้ามารับซื้อถึงในชุมชน รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ขายดีที่สุด ส่วนมากเป็นรูปแบบดั้งเดิมหรือตามลูกค้าสั่ง ไม่มีการออกแบบผลิตภัณฑ์และลวดลายใหม่ๆ บางหมู่บ้านต้องการให้องค์กรภาครัฐเข้ามาจัดฝึกอบรมให้กับสมาชิก
๙	ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านในภาคเหนือประเทศไทย	ประกรณ์ วิไล และ อภิญา วิไล	๒๕๕๗	การประชุม วิชาการ	พบว่า สามารถพัฒนาเนื้อดินในการผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกโดยใช้ดินดำแม่ริมร่วมกับดินเชื้อ ช่างปั้นสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการปั้นและรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับเนื้อดินปั้นสูตรที่พัฒนาได้
๑๐	การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ สู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ปิยาภรณ์ คำยิ่งยง (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)	๒๕๕๘	ปริมาณ	พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงช่วงอายุ ๓๑ - ๔๐ ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ๑,๐๐๑ - ๒,๐๐๐ บาท ที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยวจะเลือกซื้อสินค้าตกแต่งบ้านและสินค้าที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญกับปัจจัย ส่วนประสม ทางด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ส่วนมาก รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

๑๑	แนวทางการอนุรักษ์ภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาแบบดั้งเดิม โดยการมีส่วนร่วม ของชุมชนท้องถิ่นที่ชุมชนบ้านหม้อ	ยศพร บันเทิงสุข (มหาวิทยาลัยศิลปากร)	๒๕๕๖	ปริมาณ - คุณภาพ	พบว่าระยะเวลากว่า ๔๐ ปีที่ผ่านมา มีการสร้างประโยชน์ให้แก่กลุ่มผู้ผลิตภาชนะดินเผาแบบดั้งเดิมน้อยมากเกิดจากการที่ไม่มีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ผลิต เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้าง ความเข้าใจระหว่างชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของ เพื่อสร้างความภูมิใจให้แก่อาชีพ และเจ้าของภูมิปัญญาให้เกิดประโยชน์สูงสุด
๑๒	ปัจจัยทางการตลาดผ่าน Mobile Marketing ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	เกวลิน ช่วยบำรุง (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)	๒๕๕๔	ปริมาณ	พบว่า การสื่อสารการตลาดผ่าน SMS Marketing และ MMS Marketing สามารถนำไปเป็นแนวทางทางการตลาดได้ เช่น การใช้ QR Code และสื่อ Social Media ในโทรศัพท์เคลื่อนที่และยังสามารถพัฒนาฐานข้อมูลไปเป็นการวิจัยทางการตลาดได้
๑๓	การสร้างแบรนด์สินค้าแปเปอร์มาเซ่ของไทย	นันธิดา รอดสถิต (มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์)	๒๕๕๖	คุณภาพ	สรุปว่า เรื่องการสร้างแบรนด์สินค้าแปเปอร์มาเซ่ของไทยเป็นดังนี้๑. มีกระบวนการสร้างแบรนด์สินค้า โดยการนำเอาหลักปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้กับธุรกิจ ดังนี้ ๑. การกำหนดจุดยืนของแบรนด์ ๒. การกำหนดคุณสมบัติของแบรนด์ ๓.การสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าและแบรนด์ ๔. การสร้างวัฒนธรรมของแบรนด์ ๕. การสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์ ด้วยการทำการสื่อสารการตลาด ๖. การสร้างความจงรักภักดีต่อแบรนด์ ด้วยการเก็บข้อมูลของลูกค้าให้เป็นระบบ ๒. มีการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในการสร้างแบรนด์สินค้า

สรุปจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการเสริมสร้างการผลิตเครื่องปั้นดินเผาทำให้ทราบว่า ด้านแนวทางการเสริมสร้างการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ของชุมชนบ้านเหมืองกุง ควรมีการเรียนรู้เพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อที่จะสามารถพัฒนาให้ผลงานออกมามีประสิทธิภาพในด้านการผลิต และในด้านการพัฒนา จากนั้นควรถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับเยาวชนรุ่นใหม่ ที่พร้อมจะรอรับการถ่ายทอดภูมิปัญญานั้นๆ ส่วนการตลาดควรนำเอาระบบเทคโนโลยีเข้ามาใช้ เช่นการใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค และ Social Media เป็นต้น ควรมีการสร้างแบรนด์เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และการจดจำให้กับตัวผลิตภัณฑ์และโรงงาน โดยการนำเอาหลักปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้กับธุรกิจ

๑.๗ วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย แนวทางการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ของชุมชนบ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับ ๕ ประเด็น ดังนี้

๑.๗.๑ รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) และใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) สาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกใช้การศึกษาเชิงคุณภาพเนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษามุ่งไปสู่การสัมภาษณ์มุมมองของผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีประสบการณ์จริงเพียงอย่างเดียว

๑.๗.๒ ผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญ

การศึกษาวิจัย แนวทางการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ของชุมชนบ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งมีคุณสมบัติสอดคล้องกับประเด็นสาระสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ จำนวน ๓ โรงงาน ๔ ร้านค้า ๒ ผู้บริโภค รวมเป็นจำนวน ๑๕ คนประกอบด้วย

- ๑) โรงงานเครื่องปั้นดินเผาของ นายสัญญา บุญหมั่น
- ๒) โรงงานเครื่องปั้นดินเผาของ นายศรีไ้ บุญเตง
- ๓) โรงงานเครื่องปั้นดินเผาของ นางโสภา วงศ์จำ
- ๔) ร้านค้า นางสุภาภรณ์ แสงจันทร์
- ๕) ร้านค้า นางโสภา วงศ์มฤดา
- ๖) ร้านค้า นางกานต์สินี สิงห์ชะพัฒน
- ๗) ร้านค้า นายประพัตร สืบคำเปียง
- ๘) ผู้บริโภค Mr.Benson Meyland
- ๙) ผู้บริโภค Mrs.Xishang Wensoo
- ๑๐) ผู้บริโภค นางฟ้ารุ่ง โคนารือส

๑.๗.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์ เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสัมภาษณ์ที่ใช้เป็นแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ซึ่งมีสาระสำคัญ ดังนี้

- ๑) ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือที่สร้างไว้
- ๒) นำแบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) นำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อนำไปสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลต่อไป โดยมีสาระสำคัญเกี่ยวกับการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ของชุมชนบ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

๑.๗.๔ วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ทั้งนี้ ข้อมูลที่จัดเก็บรวบรวมในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น ๒ ประเภท ประกอบด้วย

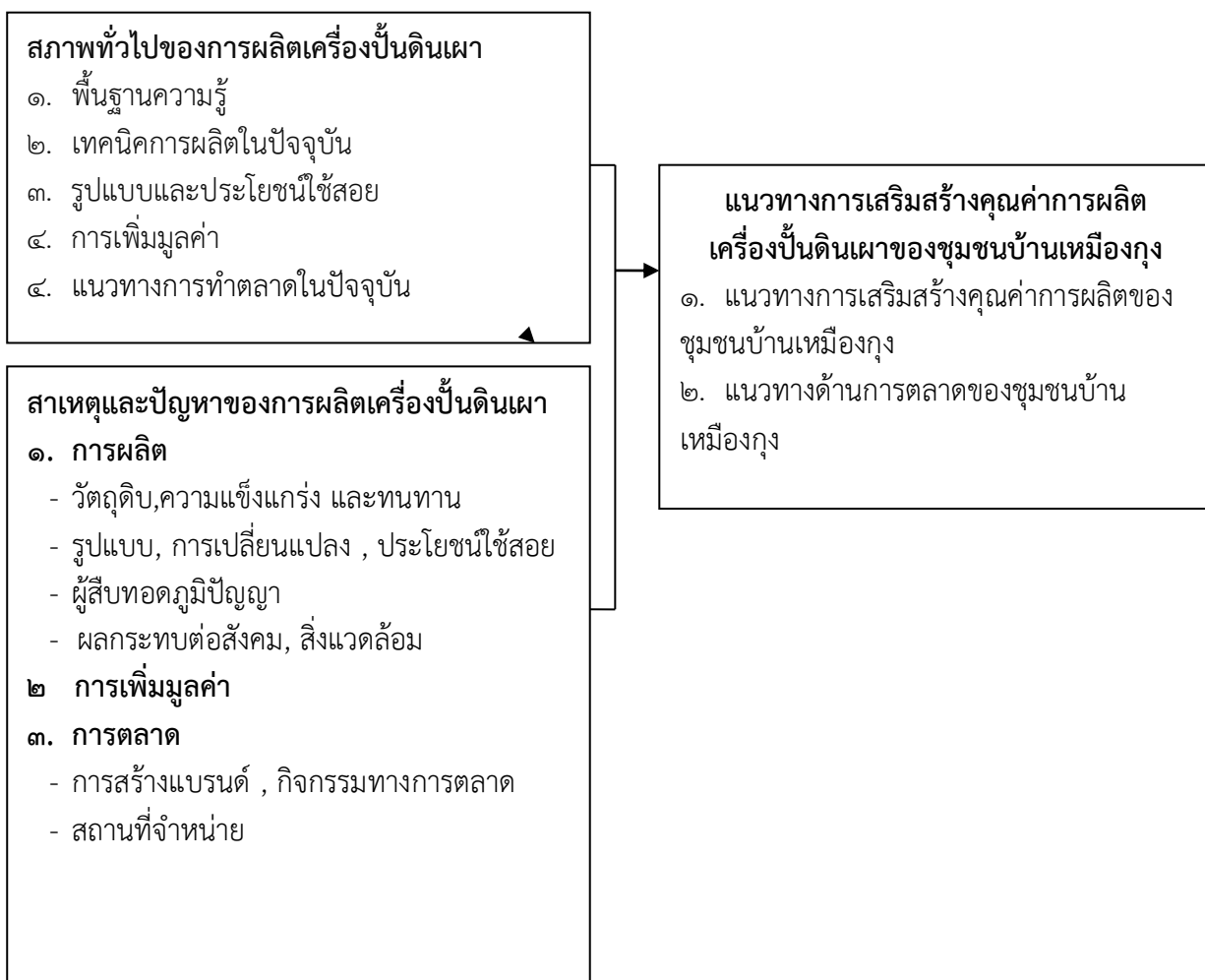
- ๑) ข้อมูลปฐมภูมิ (Secondary Data) คือการเก็บข้อมูลเอกสาร (Documentary) โดยการศึกษาค้นคว้าจากช่วงป็นดั้งเดิม และเทคโนโลยีสมัยใหม่
- ๒) ข้อมูลทุติยภูมิ (Primary Data) คือการรวบรวมเอกสารจากงานวิจัยต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย เอกสารทางวิชาการ บทความวารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย ตลอดจนรายงานการประชุมต่างๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และทำการบันทึกเก็บข้อมูลที่ได้รับจากการสนทนาด้วยเครื่องบันทึกเสียง ทั้งนี้ใช้เวลาสัมภาษณ์ประมาณ ๑-๒ ชั่วโมง

๑.๗.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการจัดกลุ่มข้อมูล (Data Grouping) ตามสาระสำคัญของประเด็นการสัมภาษณ์ จากนั้นจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis Technique) แล้วนำมาเสนอในรูปแบบพรรณนาความ

๑.๘ กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ของชุมชนบ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ ๑.๑๒ กรอบแนวคิดในการวิจัย

๑.๙ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

- ๑.๙.๑ ทำให้ทราบสาเหตุของกระบวนการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านเหมืองกุง
- ๑.๙.๒ ทำให้ทราบกระบวนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านเหมืองกุง
- ๑.๙.๓ ทำให้ทราบสาเหตุด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาดของชุมชนบ้านเหมืองกุง
- ๑.๙.๔ ทำให้ทราบสาเหตุของปัญหาที่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม