

บทที่ ๓

สาเหตุและปัญหาของการผลิตเครื่องปั้นดินเผา

จากสภาพปัญหาในปัจจุบันของชุมชนบ้านเหมืองกง สืบเนื่องมาจากสังคม และวัฒนธรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพราะความต้องการของมนุษย์ไม่มีที่สิ้นสุด จึงทำให้เกิดช่องว่างปัญหาว่าในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาแบบดั้งเดิมจะพัฒนาให้เข้ากับยุคสมัยในปัจจุบันได้หรือไม่ เพราะการเจริญเติบโต ทั้งด้านสังคม วัฒนธรรม ตลอดจนความเจริญทางด้านจริยธรรมได้แพร่กระจายไปทั่ว ทำให้เกิดการบริโภคที่เปลี่ยนไปตามความเจริญทั้งหลายเหล่านั้น ไม่ว่าจะเป็นทางด้านความต้องการของรูปแบบที่สวยงามและหลากหลาย ด้านศิลปะที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมจะต้องมีความชัดเจน ด้านการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ที่จะต้องใส่ใจถึงเช่นบรรจุภัณฑ์ในการห่อหุ้มเพื่อรักษาผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังเพิ่มความสวยงามให้กับตัวผลิตภัณฑ์ และด้านคุณภาพก็ต้องมีการพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นให้ได้มาตรฐานคุณภาพต้องดีถึงจะเอาชนะคู่แข่งได้ เพราะทุกวันนี้สิ่งที่สามารถนำมาทดแทนได้นั้นมีมากมายหลายแบบล้วนแต่เป็นคู่แข่งทางการค้าทั้งสิ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญกล่าวว่า “นอกจากจะพัฒนาด้านการผลิตแล้ว ยังจะต้องไม่ลืมการพัฒนาเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ด้วย เพราะว่าผลิตภัณฑ์ชิ้นเล็กชิ้นน้อยที่สามารถทำบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องได้ จะทำให้เป็นการเสริมสร้างคุณค่า และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มไปในตัวอย่างเห็นได้ชัดเจน และเป็นการได้เปรียบทางการตลาดด้วย เพราะว่าผู้บริโภคมีทางเลือกกว่าจะเลือกบริโภคชนิดใดที่ดูแล้ววิเคราะห์เห็นว่าคุ้มค่าก็ต้องเลือกผลิตภัณฑ์ชนิดนั้น แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นผู้ผลิตก็ต้องคำนึงถึงเรื่องต้นทุนด้วยว่าหากต้องทำบรรจุภัณฑ์แล้วราคาเพิ่มมากขึ้นเพียงใดเป็นต้น หากเพิ่มมากก็ควรหาวิธีปรับลดลงมาให้อยู่จุดที่พอดี หากเพิ่มน้อยก็ไม่จำเป็นต้องไปเพิ่มราคา จะทำให้ปริมาณการขายเพิ่มขึ้นและยังเป็นการได้เปรียบทางการค้าด้วย”^๑ ด้านคุณค่าทางศิลปะที่สะท้อนจิตใจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมก็จำเป็นต้องรักษาไว้เช่นกัน ฉะนั้นจะต้องหาวิธีใดทำให้งานเครื่องปั้นดินเผาให้มีคุณค่าทั้งทางด้านจิตใจที่สะท้อนต่อสังคมให้พัฒนาควบคู่ไปกับการมีมูลค่าเพิ่มให้สมกับที่มีการพัฒนาและจะต้องไม่ลืมนึกถึงสิ่งแวดล้อมด้วยเพราะความเจริญ ของสังคมยิ่งมากเท่าใดผลกระทบต่อการพัฒนางานเครื่องปั้นดินเผาก็มากขึ้น จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาตามมาในปัจจุบันที่ต้องหาแนวทางแก้ไขปัญหานั้นควบคู่ไปกับแนวทางการเสริมสร้างคุณค่าของการผลิตเครื่องปั้นดินเผาด้วย

^๑สัมภาษณ์ นายประพัตร สืบคำเปียง, เจ้าของธุรกิจ/ร้านค้าชุมชนบ้านเหมืองกง, วันที่ ๑๒ กรกฎาคม ๒๕๖๐.

๓.๑ สาเหตุด้านอุตสาหกรรมการผลิต

ว่ากันว่าจังหวัดสิบสองปันนามีแหล่งการผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่ยังใช้วิธีการเผาแบบโบราณดั้งเดิมอยู่จริง และจังหวัดสิบสองปันนายังเป็นต้นกำเนิดของบรรพบุรุษ ของชุมชนบ้านเหมืองกุงนั่นเอง มีการผลิตงานเครื่องปั้นดินเผามาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน มีการใช้เตาเผาแบบโบราณคือเผาครั้งเดียวทุกก็มี แต่คุณภาพที่ได้แกร่ง และทนทานเหมือนกับการเผาด้วยเตาอุโมงค์ใหญ่ ๆ นั่นคือคุณค่าทางการผลิต ที่เกิดขึ้นแสดงถึงคุณภาพที่ดียิ่งเก็บไว้นานย่อมแสดงถึงการมีประวัติที่ยาวนานได้นั่นเอง ซึ่งมีความเห็นสอดคล้องกับผู้ที่ให้ข้อมูลหลักสำคัญกล่าวว่า “จังหวัดสิบสองปันนาโดยเฉพาะในเมืองเชียงรุ่งเป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่มีคุณภาพจริง เพราะว่าอาจจะเกิดจากมีแหล่งดินที่ดีที่สามารถนำมาปั้นได้โดยไม่ต้องมีส่วนผสมอื่น หรือไม่มีส่วนผสมอย่างอื่นที่เราไม่รู้อย่างที่เราเคยรู้จักคือจะใช้ทรายละเอียดเป็นส่วนผสมจึงทำให้การเผาออกมาแล้วได้ชิ้นงานที่มีความแกร่งและแข็งแรงก็เป็นได้”^๒ ซึ่งมีความแตกต่างจากการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านเหมืองกุง คือมีกระบวนการผลิตที่ถูกต้องทุกอย่าง แต่ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยตอบโจทย์ผู้บริโภคมากนัก ทั้งด้านความทนทาน รูปแบบที่เดิมๆ



ภาพที่ ๓.๑ เตาเผาแบบโบราณ ของชาวไทลื้อในจังหวัดสิบสองปันนา

มณฑลยูนนานสาธารณรัฐประชาชนจีน

ภาพถ่ายโดย มิสเตอร์เบนสัน วันที่ ๑๑ กรกฎาคม ๒๕๕๙

^๒สัมภาษณ์ นายสัญญา บุญหมั่น, เจ้าของโรงงาน และสลับบ้านหม้อ ชุมชนบ้านเหมืองกุง, วันที่ ๖ กรกฎาคม ๒๕๖๐.

๓.๑.๑ วัตถุดิบ

ปัจจุบันงานเครื่องปั้นดินเผาบ้านเหมืองกุงมีปัญหาด้านการพัฒนาความแข็งแกร่งของผลิตภัณฑ์จากปัญหาที่พบคือหม้อน้ำบางรุ่น บางเตาเผาออกมาแล้วเวลาใส่น้ำใช้งานได้สักระยะหนึ่งเนื้อดิน จะหลุดลุ่ยตามขอบปากหม้อ บางใบตูดทะลุ นั้นเกิดจากการเผาที่ไม่สุกหรือเผาไม่ได้ที่คือไฟไม่ถึงนั่นเอง พบว่าหม้อน้ำหรือเครื่องปั้นดินเผาชนิดอื่นที่เผาออกมาแล้วมีกระบวนการทำให้ดำซึ่งไม่ใช่วิธีการเผาด้วยไฟสูงแต่เป็นการเผาด้วยวิธีการรมดำด้วยกลบ คือจะเผาด้วยไม้ฟืนในเตาเผาให้ได้ประมาณ ๓๐๐ - ๔๐๐ องศา จึงทำการเปิดเตาแล้วนำเอาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นออกจากเตาแล้วรีบนำไปกลบด้วยกลบเพื่อให้ความร้อนที่มีอยู่เผาไหม้กลบ จนผลิตภัณฑ์เกิดเป็นสีดำเงาตามต้องการแล้วจึงนำออกจากกองกลบเพื่อรอให้เย็นลง วิธีนี้จะทำให้สีดำที่เกิดจากการเผาไหม้ติดเฉพาะภายนอกบริเวณผิวของผลิตภัณฑ์เท่านั้นดำไม่ถึงข้างใน จึงทำให้ไม่มีความแกร่ง ชิ้นงานที่ได้ไม่สามารถใช้ใส่น้ำหรือใช้งานตามความเข้าใจได้คือหม้อน้ำไม่สามารถใส่น้ำใช้ได้ สำหรับไว้อ้อยอย่างเดียว เขี่ยก้นสำหรับทำน้ำล้นเวลาใช้ไปนาน ๆ ตัวผลิตภัณฑ์อุ้มน้ำนานเข้าทำให้ดินหลุดลุ่ย จับยกไม่ได้เลยเป็นต้น ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้กล่าวว่า “การพัฒนารูปแบบเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างคุณค่าไม่ได้เพราะติดกับปัจจัยหลายประการด้วยกัน คือหากมีการพัฒนารูปแบบอย่างที่ต้องการให้เป็นนั้นปัญหาคือพัฒนารูปแบบแล้วใครจะเป็นผู้บริโภค การตลาดไปได้แค่ไหน ต้องใช้เงินทุนสักเท่าไร ถึงจะพอกับการพัฒนา ต้องใช้เวลากับการลองผิดลองถูกอีกนานเท่าไร คุ่มค่าหรือเปล่าหากพัฒนาแล้ว ทั้งหลายเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาด้านการพัฒนาเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านเหมืองกุงเป็นไปอย่างยากลำบาก เพราะว่าอย่างที่กล่าวมาแล้ว ว่าหากพัฒนาแล้วผู้บริโภคคือใคร เพราะทุกวันนี้การผลิตเครื่องปั้นดินเผาขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก ผู้บริโภคติดภาพเดิม ๆ ที่เคยใช้ และรู้จัก เปรียบเสมือนแบรนด์ หรือโลโก้ไปแล้ว หากมีการต่อยอดเรื่องพัฒนารูปแบบผิดเพี้ยนไปจากของเดิมนั้นหมายถึงอัตราที่เสี่ยงต่อการลงทุน เสี่ยงต่อการจำหน่ายไม่ได้สุดท้ายก็ต้องขาดทุน สำหรับโรงงานใดที่พอมีศักยภาพด้านการเงินอยู่บ้างก็สามารถพัฒนาได้ หากผลิตชิ้นงานได้ออกมาแล้วสามารถทำให้ติดตลาด สามารถสร้างยอดขายได้นั้นก็คือความสำเร็จของโรงงานนั้น แต่หากไม่ประสบผลสำเร็จโรงงานนั้นก็ไม่เดือดร้อนเพราะว่ามีทุนสำรองไว้อยู่แล้วนั่นเอง ข้อเสียของการพัฒนาเครื่องปั้นดินเผา คือ หากพัฒนาได้จนสามารถทำให้ติดตลาดได้แล้ว หรือสามารถสร้างความนิยมได้ มักจะมีคนลอกเลียนแบบนั่นเอง เพราะว่างานเครื่องปั้นดินเผานั้นส่วนใหญ่โดยเฉพาะบ้านเหมืองกุงไม่เคยมีใครสนใจเรื่องจดสิทธิบัตรสักรายเดียว จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ไม่ค่อยมีใครคิดจะพัฒนาอย่างจริงจัง หากแต่ว่าเมื่อไหร่มีการออเดอร์เข้ามาก็จะทำเกินออเดอร์เอาไว้เป็นแบบอย่างเท่านั้นเองก็จะเก็บเอาไว้เผื่อว่ามีใครมาเห็นเข้าแล้วเกิดความสนใจอยากจะได้บ้างก็สามารถนำเอาแบบนั้นมาเป็นต้นแบบได้เลยหรือหากทำเกินไว้มากหน่อยก็สามารถนำออกจำหน่ายได้เลย”^๓ ผู้ผลิตบางรายเคยมีปัญหาเรื่องการพัฒนารูปแบบใหม่ คือผลิตสินค้าออกมาแล้ววางจำหน่าย เป็นปียงขายไม่ได้ก็มี ซึ่งส่วนใหญ่แล้วปัจจุบันจะผลิตตามรูปแบบเดิมที่ทางโรงงานเคยผลิตอยู่แล้ว และมีออเดอร์ประจำถึงจะผลิต ข้อดีของการพัฒนาเครื่องปั้นดินเผา คือสามารถทดลองได้ไม่ต้องเสียเวลาทำโมแบบงานหล่อ ซึ่งต่างจากงานหล่อหากจะต้องพัฒนาแบบใหม่หรือเปลี่ยนแปลง

^๓สัมภาษณ์ นางบัวไหล บุญเตง, เจ้าของโรงงาน ชุมชนบ้านเหมืองกุง, วันที่ ๑๒ กรกฎาคม ๒๕๖๐.

รูปแบบใหม่จะต้องมีค่าใช้จ่ายเยอะเพราะต้องซื้อปูนปลาสเตอร์เพื่อนำมาทำแม่พิมพ์ ไหนจะเสียเวลา เพราะจะต้องมีกระบวนการที่เยอะ การหล่อขึ้นงานด้วยโม้นั้นมีหลายขั้นตอน ซึ่งไม่เหมือนกับการปั้น ด้วยมือไม่ต้องเสียเวลานานไม่มีกระบวนการที่ซับซ้อนสามารถนำดินที่เตรียมไว้มาขึ้นรูปได้เลย หากมีตัวอย่างแบบอยู่แล้วก็สามารถนำมาปั้นขึ้นรูปได้ทันที

ดังนั้นผู้ประกอบการควรที่จะต้องหันมาใส่ใจในเรื่องการจดสิทธิบัตรในด้านทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อเป็นการรักษาไว้ซึ่งความคิด และภูมิปัญญาของตนเองก็จะเป็นอีกทางหนึ่งที่ทำให้เกิดกำลังใจในการพัฒนาต่อไป

ปัญหาการลองผิดลองถูกก็เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้ผลิตท้อแท้ไม่อยากพัฒนาต่อ เพราะทั้งเรื่องดิน เรื่องการขึ้นรูปแบบ เรื่องการเผา เป็นต้น ดังเช่นผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญกล่าวว่า “ปัญหาเรื่องดิน คือดินบางแหล่งนำมาปั้นแล้วเผาออกมาเกิดความเสียหายเยอะมาก ดินบางแหล่ง นำมาปั้นแล้วเผาออกมาดี ๘๐% เป็นต้น หากมีการเปลี่ยนแหล่งดินจำเป็นต้องใช้เวลาในการทดลอง เผาก่อนเสมอ ดินบางแหล่งก็ต้องหาทรายมาผสมถึงจะแกร่ง และทนทาน เป็นต้น บางครั้งก็ต้องคิดว่า คู้มค่าหรือเปล่าหากต้องเอาเวลาที่ทำการทดลองนั้นไปสูญเสียเปล่าหากผลทดลองออกมาแล้วไม่สำเร็จ เพราะว่าทางโรงงานยังต้องหาเข้ากินค่าอยู่ถือว่าเป็นอาชีพภายในครัวเรือนยังต้องแบกรับภาระหลาย อย่าง ทั้งค่าแรงงานสลับปั้น ค่าไม้ฟืนที่ใช้เผา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ จิปาถะ”^๔

ดังนั้นควรที่จะหาวิธีจัดการปัญหาเรื่องวัตถุดิบเช่นดินที่ใช้ในการผลิตต้องขอสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยนำดินเข้าตรวจสอบคุณภาพทางวิชาการ หรือหาแหล่งดินที่ดีที่สามารถใช้ในการผลิตได้สามารถรองรับการผลิตได้นานหลายๆปีในอนาคต เป็นต้น



ภาพที่ ๓.๒ เครื่องปั้นดินเผาของชาวไทลื้อจังหวัดสิบสองปันนา

มณฑลยูนนานสาธารณรัฐประชาชนจีน

ภาพถ่ายโดย มิสเตอร์เบนสัน วันที่ ๑๑ กรกฎาคม ๒๕๕๙

^๔สัมภาษณ์ นายพิทยา สายคำวัง, สล้าบ้านหม้อ ชุมชนบ้านเหมืองกุง, วันที่ ๑๒ กรกฎาคม ๒๕๖๐.

๓.๑.๒ รูปลักษณ์ ความมีคุณค่าทางจิตใจ และสะท้อนสังคม

ปัญหาคือชุมชนบ้านเหมืองกุงยังคงอนุรักษ์ไว้ซึ่งต้นแบบดั้งเดิม คือ โคนโท หรือที่เรียกแบบภาษาล้านนาหรือคำเมืองว่า “น้ำตัน” หม้อน้ำต้ม หรือที่เรียกว่า “หม้อน้ำกิน” ซึ่งเป็นงานที่อ่อนช้อยไปด้วยศิลปะแบบล้านนาไทย เพราะมีลวดลายทั้งดงามแบบศิลปะล้านนาซึ่งจะไม่เหมือนช่างทาสีบสองปันนาที่แกะลายออกมากก็จะบ่งบอกว่าเป็นงานศิลปะแบบ “ไทลื้อ” ผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญกล่าวว่า “มีช่างจากสิบสองปันนาเข้ามาศึกษาดูงานที่บ้านเหมืองกุง และพยายามนำเอาศิลปะลวดลายและการขึ้นรูปงานปั้นไปปั้นเรียนแบบ แต่ก็ไม่เหมือน ทำให้เป็นเอกลักษณ์ และเป็นจุดขายของงานเครื่องปั้นของบ้านเหมืองกุง ด้วยปัจจัยหลายประการที่เราไม่สามารถเรียนแบบเราได้จะด้วยเหตุผลหลายประการที่กล่าวมานี้ก็ตาม ทำให้มีนักธุรกิจจากจังหวัดสิบสองปันนามณฑลยูนนานของจีนส่งผู้ประสานงานมาทาบทามให้ช่างของเราไปทำเตาเผา และปั้นอยู่ที่จังหวัดสิบสองปันนาโดยยื่นข้อเสนอให้ค่าจ้างที่สูงแต่ยังไม่สามารถสรุปได้ เพราะทางจีนรับข้อเสนอจากเราไม่ได้หลายประการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องด้านการเดินทาง ด้านการเป็นอยู่ ด้านการกิน ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ และค่าตอบแทนที่เราเสนอมา จึงทำให้ไม่สามารถสรุปได้ ปัจจุบันคิดว่าทางจีนคงยังหาวิธีที่จะสานต่องานแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอยู่”^๕

การที่สละปั้นหรือผู้ผลิตเครื่องปั้นของชุมชนบ้านเหมืองกุงเป็นช่างที่ยึดถือความเป็นอัตลักษณ์ และรูปลักษณ์เดิม ๆ จึงทำให้การพัฒนาแบบเครื่องปั้นดินเผาไปได้ไม่ไกล เหมือนกับประเทศอื่นๆ และยังมีความเชื่อว่าผลิตแบบเดิม ๆ เท่านั้นสามารถจำหน่ายได้ โดยไม่คิดว่าหากนำเอาความคิดของผู้บริโภคบวกกับฝีมือลายมือที่ตนมีนำมาพัฒนาให้เกิดเป็นรูปแบบใหม่ หรือไม่ก็นำเอาความชำนาญในการปั้นที่ตนเองมีอยู่มาบวกกับแนวคิดนอกรอบของคนรุ่นใหม่มาปรับจนได้รูปแบบที่เป็นงานโมเดลต่างๆ ซึ่งจะทำให้เป็นทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภค ซึ่งทุกวันนี้คิดแต่เพียงว่าผลิตออกมาแล้วให้จำหน่ายได้เพียงอย่างเดียว และบวกกับแนวคิดดั้งเดิมว่าอนุรักษ์ไว้ซึ่งรูปลักษณ์เดิมเพื่อให้เป็นคุณค่าทางจิตใจเท่านั้นเอง ไม่คิดว่าการสร้างรูปลักษณ์หรือรูปแบบใหม่ก็สามารถทำให้เป็นงานศิลปะที่มีคุณค่าทางจิตใจได้เหมือนกันหากเราเอาแบบเดิมมาประยุกต์ตาม แนวคิดสมัยใหม่รูปแบบที่ได้ก็จะบ่งบอกให้รู้ว่างานเครื่องปั้นชิ้นนี้เกิดขึ้นในยุคสมัยใดเป็นต้น

ดังนั้นเรื่องรูปแบบผู้ประกอบการควรที่จะเปิดรับความคิดจากสถาบันต่าง ๆ ที่อาสาเข้ามาส่งเสริมในการออกแบบใหม่ๆ ไม่ปิดกั้นด้วยการยึดถือการตลาดเป็นหลัก เปิดโอกาสทางความคิดให้กับผู้รู้รุ่นใหม่

๓.๑.๓ แรงงาน

แรงงานในที่นี้ หมายถึง แรงงานสละปั้นที่กำลังจะหมดรุ่นไปในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า เพราะแต่ละโรงงานก็พูดเป็นเสียงเดียวกันคือในภายภาคหน้าอาจจะไม่มีทายาทสืบทอดภูมิปัญญา ดั้งเดิมสำหรับศิลปะงานปั้นนี้อีก คาดว่าในอนาคตนั้นคงจะไม่มีอีกแล้ว ที่จะหาคนรุ่นใหม่มาสืบทอด เพราะว่าสังคมปัจจุบันได้เปลี่ยนทัศนคติ และแนวคิด ประกอบกับสิ่งแวดล้อม ดังเช่นผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญกล่าวว่า “สมัยก่อนเด็กๆหลังจากเลิกจากโรงเรียนกลับบ้านก็มาช่วยพ่อแม่ปั้นหม้อปั้นไห หรือยามว่างก็ช่วยพ่อแม่ปั้น สิ่งแวดล้อมก็เป็นแบบพื้นบ้านวิถีชีวิตก็เป็นธรรมชาติ เหมือนๆกัน

^๕สัมภาษณ์ นายสัญญา บุญหมั่น, เจ้าของโรงงาน และสละปั้นหม้อ ชุมชนบ้านเหมืองกุง, วันที่ ๖ กรกฎาคม ๒๕๖๐.

ทุกครัวเรือน ทำให้ทัศนคติ และแนวคิดเป็นแบบเดียวกัน มาปัจจุบันเด็กๆ เจอแต่สิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไปตามกระแสโลกาภิวัตน์ มองว่างานที่พ่อแม่เคยทำมาเป็นงานที่ยาก และลำบาก ได้เงินน้อย ไม่มีความวิริยะอุตสาหะ และยังคิดว่านอกจากจะทำให้เวลาในการปั่นแล้ว ยังเลอะเทอะเปรอะเปื้อน แถมยังทำให้อายเพื่อนอีกด้วย จึงมีแนวคิดว่าการที่ออกไปหางานทำนอกบ้านนั้น แสบที่จะสบาย และยังมีนำมิตาในสังคมอีกด้วย ฉะนั้นการที่จะหาคนรุ่นใหม่มาสืบทอดนั้นสำหรับชุมชนบ้านเหมืองกุงแล้วมองแล้วน่าจะไม่มี หรือหากมีน่าจะไม่เกิน ๒ ถึง ๓ คนเท่านั้น ซึ่งหากเทียบกับความเจริญของยุคสมัยแล้วถือว่าน้อยมากในการที่จะมารองรับความต้องการของงาน ปฏิมากรรมเครื่องปั้นดินเผา อีกต่อไป”^๖ สาเหตุที่ทำให้สล่าปั้นอาจจะสูญสิ้นไปจากตำนานนั้น ผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญกล่าวว่า “อาจเป็นเพราะค่าจ้างแรงงานที่ได้รับจากเจ้าของโรงงานนั้นมันแสบจะน้อยมากสำหรับงานด้านศิลปะแบบนี้ ทำให้คนรุ่นหลังหรือเด็กๆ ในชุมชนไม่คิดจะสืบทอดภูมิปัญญาด้านนี้อีกต่อไป จึงหางานที่คิดว่าทำแล้วคุ้มค่า ได้เงินเยอะ และไม่เหน็ดเหนื่อยกว่า หากว่าทางโรงงานจะจ่ายค่าจ้างที่สูงก็ไม่ได้อยู่นั่นเองเพราะราคาลิขสิทธิ์ก็ไม่ได้สูงอะไรมากมาย ราคาสมัยหลายปีก่อนขายราคาเท่าไรสมัยนี้ก็ขายราคาเท่านั้น พอขึ้นราคาลูกค้าก็ไม่ซื้อ จึงทำให้ไม่สามารถจ้างสล่าปั้นในราคาที่สูงได้ สล่าปั้นที่ปั่นอยู่ประจำยอมรับค่าจ้างในราคา ๓๕๐ บาท ก็เพราะอาศัยว่าเป็นเครือญาติกันช่วยๆ กันไปก็เท่านั้นเอง สล่าปั้นบางคนก็ต้องอาศัยเวลาว่างปั่นเป็นงานส่วนตัวเสริมที่บ้านหลังเลิกงานแล้ว ที่ต้องทำเสริมแบบนี้เพราะว่าค่าจ้างค่าแรงงานไม่พอใช้จ่าย”^๗ สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญหลักกล่าวว่า “ในอดีตปัญหาเรื่องสล่าปั้นไม่ค่อยมีปัญหา แต่สมัยนี้หายากมาก ในอดีตสล่าปั้นหาง่าย เพราะว่าหนุ่มๆ สมัยก่อนจะไปจีบสาวก็ต้องไปตอนเย็น หลังอาบน้ำกินข้าวเสร็จ บ้านหญิงสาวที่มีอาชีพปั่นหม้อก็มักจะใช้เวลาว่างตอนเย็นมานั่งคุยกันไป มือก็ปั่นไปด้วย หนุ่มๆ ต้องช่วยสาวๆ ปั่นด้วย คนละไม้ละมือ หญิงสาวก็จะทำการขัดหม้อให้ขึ้นเงาด้วยหิน จึงเป็นที่มาของสล่าปั้น ในสมัยนั้นหาง่ายมาก กว่าจีบสาวสำเร็จเล่นเอาเป็นสล่าปั้นไปโดยไม่รู้ตัว แต่เด็กๆ สมัยนี้ไม่เป็นเช่นนั้น ถ้าอยากจะเป็นสล่าปั้นก็ต้องไปรำเรียนโดยตรง ไม่มีโอกาสมานั่งจีบสาวเหมือนสมัยก่อนอีกแล้ว เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม ประเพณี สังคม และสิ่งแวดล้อมเข้ามาแทนที่ สิ่งอำนวยความสะดวกสารพัดที่จะหาได้เพื่อความสะดวกสบาย จะพูดจะคุยกันไม่จำเป็นต้องมานั่งให้เห็นหน้ากันเหมือนสมัยก่อนจับกันทางโซเซี่ยลทั้งนั้น เช่นโทรศัพท์ โปรแกรมไลน์ โปรแกรมวีแชต เฟสบุ๊ก เป็นต้น เพราะฉะนั้นการที่จะเกิดมาเป็นสล่าปั้นหม้อนั้นไม่ถ่ยยาก หากใจไม่รักแล้วละก็ ไม่สามารถเป็นสล่าปั้นได้เลย”^๘

ดังนั้นปัญหาเหล่านี้เห็นสมควรที่ทางผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านเหมืองกุงควรจะต้องวางแผนเพื่อให้อาชีพที่เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมให้อยู่ต่อไป และเพื่อเป็นการเสริมสร้างอาชีพของตนให้ดีขึ้นคู่ไปกับความเจริญทางด้านสังคม วัฒนธรรม โดยการปรึกษาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้รับรู้ปัญหา และอาจเปิดศูนย์เรียนรู้เพิ่มเติมจากการศึกษาวิชาชีพเดิม หาแนวทางสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ที่พอมีแววในการปั่น เช่นการฝึกอบรมก็ต้องมีค่าตอบแทนให้ เปิดโอกาสให้มีการแสดงออกโดยความสามารถของตัวผู้อบรมอย่างเต็มที่ เป็นต้น

^๖สัมภาษณ์ นายจันทร์ ตาวิโรจน์, สล่าปั้นหม้อ ชุมชนบ้านเหมืองกุง, วันที่ ๖ กรกฎาคม ๒๕๖๐.

^๗สัมภาษณ์ นายไว บุญเตง, เจ้าของโรงงาน และสล่าปั้นหม้อ ชุมชนบ้านเหมืองกุง, วันที่ ๑๒ กรกฎาคม ๒๕๖๐.

^๘สัมภาษณ์ นายทศ สืบคำเปียง, สล่าปั้นหม้อ ชุมชนบ้านเหมืองกุง, วันที่ ๖ กรกฎาคม ๒๕๖๐.

๓.๑.๔ ผลกระทบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

เป็นปัญหาตามมามากอีกปัญหาหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งเป็นกฎระเบียบของบ้านเมือง ที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เพราะความเจริญซึ่งกำลังขยายตัวเร็วขึ้นทุกขณะ จึงทำให้เกิดภาวะมลพิษจากการเผาเตาเครื่องปั้นดินเผา ส่งผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชนการเป็นอยู่อย่างมา โดยผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญกล่าวว่า “ในขณะนี้รอบ ๆ ชุมชนบ้านเหมืองกง มีโครงการจัดสรรที่ดินเกิดขึ้นเต็มพื้นที่แทบจะหาดูบรรยากาศเก่า ๆ ไม่ได้อีกแล้ว ในอดีตมีแม่น้ำหลายสายไหลมาจากแต่ละทิศซึ่งไหลมาบรรจบกันที่หมู่บ้านแห่งนี้ บริเวณใกล้ ๆ ลานเอนกประสงค์หน้าหมู่บ้านในปัจจุบัน การที่มีแม่น้ำไหลมาบรรจบกันนั้นภาษาล้านนาเรียกว่า “กง” ส่วนคำว่า “เหมือง” ก็คือ แม่น้ำ เมื่อนำเอาศัพท์มารวมกันแล้ว คำว่า “เหมืองกง” ก็คือแม่น้ำมาบรรจบกัน นั่นเอง ด้วยเหตุนี้ บ้านเหมืองกงสมัยก่อนเรียกว่า “บ้านน้ำตัน” ซึ่งตั้งตามอาชีพที่มีการปั้นน้ำตันมากที่สุดหมู่บ้านหนึ่ง ต่อมาจึงเปลี่ยนมาเรียกตามแม่น้ำที่ไหลมาบรรจบกัน เรียกว่า “เหมืองกง” ตั้งแต่นั้นมา”^๙ ปัจจุบันนี้แม่น้ำที่เวลานั้นเหลือเพียงลำเหมืองเล็ก ๆ เท่านั้นเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ และเกิดจากฝีมือของมนุษย์แทบจะไม่ทิ้งร่องรอยให้เห็น ซึ่งอีกในไม่ช้าหากมีประชาชนเข้ามาอาศัยอยู่ในหมู่บ้านจัดสรรที่กล่าวมาเต็มหมด ก็ต้องเกิดปัญหาร้องเรียนตามมาอย่างแน่นอน สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญกล่าวว่า “มีตัวอย่างให้เห็นแล้วรายหนึ่งที่มีการปลูกบ้านใกล้กับโรงงานเครื่องปั้นดินเผา สุดท้ายต้องย้ายโรงงานหนีเพราะทนกระแสร้องเรียนไม่ไหว บังเอิญผู้ที่ถูกร้องเรียนเป็นญาติของผู้บริหารส่วนท้องถิ่น ก็เลยไม่อยากให้เป็นแบบอย่างคนอื่นเขา เลยต้องแนะนำให้ย้ายโรงงานออกไปเปิดใหม่ที่อื่น หากเป็นเช่นนี้ต่อไปผู้ประกอบการทั้งหลายที่ทำมาหากินแบบดั้งเดิม ที่บรรพบุรุษให้อาชีพติดตัวมา เพื่อประกอบสัมมาอาชีพหาเลี้ยงครอบครัว จะต้องเลิกกิจการเสียหรือไม่ หรือไม่ก็ย้ายสถานที่ตั้งโรงงานใหม่ นั่นคือปัญหาใหญ่เพราะว่าทุกวันนี้ก็ต้องหาเช่ากินค่าอยู่แล้วจะเอาเงินที่ไหนไปซื้อที่ดิน หรือว่าจะเปลี่ยนเป็นเตาเผาแบบใช้แก๊สซึ่งจะเลี่ยงการปล่อยมลพิษได้ระดับหนึ่ง ก็ไม่มีทุน เพราะว่าต้องใช้ทุนเยอะเตาเผาแบบใช้แก๊สเตาหนึ่งมีราคาไม่ต่ำกว่า ๒๐๐,๐๐๐-๓๐๐,๐๐๐ บาทเลยทีเดียวจะหาเงินที่ไหนมาซื้อ และความรู้ด้านการใช้เตาเผาแบบใช้แก๊สก็ไม่มี นี่คือปัญหา อีกต่อไปในภายภาคหน้าคงจะเหลือไว้แค่ตำนาน”^{๑๐} เพราะสมัยนี้เป็นยุคสมัยสังคมต่างคนต่างอยู่ เกินกว่า ๕๐% ของประชากรเดิมเป็นประชากรที่มาจากที่อื่นเข้ามาอาศัย มีบ้างที่จะเกิดการอิจฉาริษยากันภายในสังคมที่ไม่เคยมีความผูกพันรู้กันมาก่อนในอดีตจึงทำให้เกิดประเด็นปัญหาตามมา

ดังนั้นปัญหานี้ผู้ประกอบการจะต้องหาทางวางแผนการแต่เนิ่นๆ โดยปรึกษาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการใช้สิทธิจากการจดทะเบียนเป็นกลุ่มวิสาหกิจเข้ามาช่วยเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับรู้ถึงปัญหา อาจจะโดยการหาทางออกให้เปลี่ยนจากเตาเผาแบบดั้งเดิมเปลี่ยนมาเป็นเตาเผาแบบลดมลพิษ (เตาเผาแบบใช้แก๊ส) โดยรัฐสนับสนุนงบประมาณให้ หรือหากเป็นผู้ประกอบการเดี่ยวรัฐอาจสนับสนุนหาแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้จัดซื้อเตาเผาแบบใหม่เป็นต้น หากปล่อยให้ปัญหานี้เกิดขึ้นโดยไม่ได้รับการแก้ไข อนาคตอาจต้องเป็นปัญหาสังคมตามมาก็เป็นได้

^๙สัมภาษณ์ นายสัญญา บุญหมั่น, เจ้าของโรงงาน และสละปั้นหม้อ ชุมชนบ้านเหมืองกง, วันที่ ๖ กรกฎาคม ๒๕๖๐.

^{๑๐}สัมภาษณ์ นายไว บุญเตง, เจ้าของโรงงาน และสละปั้นหม้อ ชุมชนบ้านเหมืองกง, วันที่ ๑๒ กรกฎาคม ๒๕๖๐.

เช่นปัญหาความยากจนไม่มีอาชีพรองรับ ปัญหาประชากรตกราง และปัญหาคนชราเหงาไม่มีงาน
อดิเรกทำเป็นต้น



ภาพที่ ๓.๓ ร้านค้าชุมชนบ้านเหมืองกง ในปัจจุบัน

๓.๒ สาเหตุด้านการเพิ่มมูลค่า

การต่อยอดจากหลายรูปแบบ มีหน่วยงานให้การส่งเสริมให้กับทางกลุ่มตลอดมา และทาง
โรงงานก็ได้มีการพัฒนา และปรับเปลี่ยนรูปแบบบางอย่างเพื่อการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ โดยการที่
เป็นคนพื้นบ้านดั้งเดิม และยังเป็นต้นตำหรับแห่ง “หมู่บ้านน้ำตันหลวง” จึงไม่อาจที่จะลืมศิลปะ
ทางด้านจิตใจที่มีต่อชุมชนมาตั้งแต่กำเนิด ซึ่งมีความสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่า “ไม่ว่าการ
พัฒนารูปแบบจะไปถึงไหนก็ตาม แต่ทางผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านเหมืองกงยังจะ
คงยึดถือรูปแบบการปั้นน้ำตัน และหม้อน้ำเอาไว้อย่างดีตลอดไปเพราะมันเป็นงานศิลปะที่มีความผูกพัน
กับวิถีชีวิตของชุมชนบ้านเหมืองกง มาช้านานทำให้มีอาชีพ มีงานทำ ทำให้มีความเป็นอยู่ที่ดีเหมือน
อยู่บ้านที่หล่อเลี้ยงชีวิตของคนในชุมชนจนถึงทุกวันนี้”^{๑๑}

จากปัญหาการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าเป็นไปอย่างล่าช้าไม่ค่อยจะมีการพัฒนา มีความคิดติด
กับรูปแบบเดิม ๆ ที่สะท้อนจิตใจมาตั้งแต่ในอดีต และส่วนหนึ่งเป็นความถนัดของตัวเองด้วยที่
สามารถปั้นได้จำนวนมากๆในแต่ละครั้ง หากต้องปั้นรูปแบบใหม่หรือพัฒนารูปแบบใหม่จะต้องปั้น
ลงอย่างแน่นนอนเพราะไม่มีความถนัด จึงทำให้ทั้งตัวสละป็น และเจ้าของโรงงานไม่อยากจะเปลี่ยน
รูปแบบใหม่ มองว่าเป็นการยุ่งยาก หรืออีกนัยหนึ่งมีความคิดว่ากลัวรูปแบบเดิมสูญหาย หรือปั้น
รูปแบบใหม่ออกมาแล้วอาจจะทำให้จำหน่ายไม่ได้เป็นต้น

^{๑๑}สัมภาษณ์ นายไว บุญเตง, เจ้าของโรงงาน และสละป็นหม้อ ชุมชนบ้านเหมืองกง, วันที่ ๑๒
กรกฎาคม ๒๕๖๐.

ดังนั้นผู้ประกอบการหรือว่าตัวของสละปิ่นเองจะต้องมีความคิดร่วมกัน และเข้าใจซึ่งกันและกัน ว่าหากมีการคิดพัฒนารูปแบบให้ออกมาแล้ว สามารถตอบโจทก์ผู้บริโภคได้ สามารถจำหน่ายได้ในราคาที่ดี มีกำไรพอควรก็อาจจะเพิ่มค่าแรงให้กับสละปิ่นเพื่อเป็นแรงจูงใจ ส่วนตัวสละปิ่นเองก็ต้องคิดว่าจะต้องศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งเรียนรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวกับการปั้นเช่นค้นคว้างานปั้นจากแหล่งผลิตอื่นจังหวัดอื่น ค้นคว้าจากงานปั้นจากแหล่งข้อมูลต่างประเทศที่เขามีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นนำมาประยุกต์เป็นแบบอย่างคือไม่ได้แนะนำว่าให้ก๊อปปี้เขามา เป็นเพียงแค่มองแนวคิดเขามาแล้วนำมาพัฒนาให้กับโรงงานของเราเท่านั้น ทำอย่างไร ปั้นอย่างไรให้ออกมาสวยงามตอบโจทก์ผู้บริโภคได้ ใช่ว่าคิดแต่ปั้นแบบเดิมๆ ง่ายดีเป็นต้น หากทำได้นั้นหมายถึงงานออกมาก็มีประสิทธิ ภาพย่อมส่งผลถึงผลิตภัณฑ์ที่ได้ก็มีคุณค่า และสามารถเพิ่มมูลค่าได้นั่นเอง



ภาพที่ ๓.๔ หม้อน้ำดื่มแบบโบราณ สมัยก่อน

๓.๓ สาเหตุการพัฒนาด้านการตลาด

ด้านช่องทางการตลาดในปัจจุบันของผู้ประกอบการผลิตเครื่องปั้นดินเผาชุมชนบ้านเหมืองกุง คือจากเดิมมีการผลิตออกมาแล้วจะมีพ่อค้า แม่ค้าในหมู่บ้านมารับไปจำหน่ายต่อ หากเหลือจากการจำหน่ายให้กับกลุ่มพ่อค้า แม่ค้าแล้วก็นำออกจำหน่ายภายในบ้าน โดยไม่มีการนำออกไปจำหน่ายที่อื่น นอกจากร้านค้าชุมชนหน้าหมู่บ้าน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญกล่าวว่า “เมื่อ ๘ ปี ที่ผ่านมาก็คือ ปี พ.ศ.๒๕๕๒ องค์การบริหารส่วนตำบลร่วมกับกรมทางหลวงจัดสรรพื้นที่ให้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผลิตในชุมชนบ้านเหมืองกุง โดยมีการจัดสรรแบ่งเป็นพื้นที่ขนาดกว้างประมาณ ๔ x ๖ เมตร ให้กับสมาชิกคนในหมู่บ้านได้มีโอกาสนำผลิตภัณฑ์ที่ตนเองผลิต หรือนำเอาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมาจำหน่ายเพื่อเป็นช่องทางการสร้างรายได้เลี้ยงครอบครัวเพิ่มอีกช่องทางหนึ่ง”^{๑๒} เป็นการช่องทางการจำหน่ายที่สามารถสร้างรายได้อีกช่องทางหนึ่งจนถึงปัจจุบัน ณ ปัจจุบันนี้ส่อเค้าว่าจะต้องได้มีการโยกย้ายสถานที่จำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลหลักว่า “เมื่อไม่นานมานี้กรมทางหลวงได้ออกมาแจ้งให้กับทางร้านค้าต่างๆที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาทุกร้านว่า ให้ทำการเตรียมตัวหาสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ได้แล้ว เพราะว่าอีกในไม่ช้ากรมทางหลวงจะมีโครงการขยายถนนเพิ่ม ในขณะนี้ผู้ประกอบการทุกร้านค้าจึงได้ปรึกษากันอยู่ว่าจะไปหาที่ที่ไหนที่มีพื้นที่เหมาะสม และกว้างขวางมารองรับในภายภาคหน้า หากไม่มีพื้นที่ก็ต้องย้ายเข้าไปจำหน่ายบ้านใคร บ้านมัน แน่นอนก็ต้องส่งผลกระทบต่อยอดจำหน่ายอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้”^{๑๓} ซึ่งคงไม่ต่างจากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น อาจเหลือไว้แค่ตำนานแห่งหมู่บ้านน้ำตันหลวงในที่สุด

ดังนั้นทางออกที่ดีที่สุด ผู้ประกอบการจะต้องหาวิธี ๑.ปรึกษาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหาสถานที่จำหน่ายใหม่ให้โดยไม่ไกลจากจุดจำหน่ายเดิม ๒.หากการก่อสร้างทางหลวงไม่เข้ามาถึงบริเวณร้านค้าก็อาจร้องขอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อยุ่ต่อถึงแม้สถานที่จะไม่สะดวกเหมือนที่ผ่านมาก็ตาม เพราะถือว่าเป็นสถานที่จำหน่ายที่ดีที่สุดสถานที่หนึ่ง ๓.หรือรวบรวมกันหาสถานที่เช่าที่ไม่แพงนักก็ได้ ๔.ทางออกสุดท้ายน่าจะเป็นบ้านใครบ้านมันในหมู่บ้านเหมืองกุงเหมือนดังเช่นอดีตที่ผ่านมา

๓.๓.๑ แบรินด์ (สร้างความหน้าเชื่อถือ)

ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาชุมชนบ้านเหมืองกุง ที่ผ่านมายังขาดกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นอย่างมากโดยเฉพาะช่องทางการตลาดแบบสมัยใหม่ซึ่งมีด้วยกันหลายช่องทางไม่ว่า จะเป็นทางด้านตลาดออนไลน์ เช่นทางเว็บไซต์ ทางไลน์ ทางเฟสบุ๊ค และอื่น ๆ เป็นต้น ทำให้การเติบโตด้านการตลาดเป็นไปแบบตามมีตามเกิด ส่งผลต่อรายได้ที่ควรจะได้มากกว่านี้

จากการสอบถามผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญกล่าวว่า “ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาชุมชนบ้านเหมืองกุงที่ผ่านมาสี่ที่ขาดหายไปจากการทำธุรกิจที่สำคัญไม่ยิ่งไปกว่าสิ่งอื่นใด คือ ยังขาดการทำ แบรินด์ หรือ โลโก้ในขณะนี้ โดยเหตุที่ธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาเป็นธุรกิจที่ชุมชนบ้านเหมืองกุงทำกันแบบธุรกิจครัวเรือนจึงไม่มีการทำแบรินด์ หรือโลโก้ แม้กระทั่งตราสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงที่มา

^{๑๒}สัมภาษณ์ นางสาวกรรณ แสงจันทร์, ผู้ประกอบการ/ร้านค้าชุมชนบ้านเหมืองกุง, วันที่ ๗ กรกฎาคม ๒๕๖๐.

^{๑๓}สัมภาษณ์ นางอุไร บุญหมั่น, เจ้าของโรงงานเครื่องปั้นดินเผา ชุมชนบ้านเหมืองกุง, วันที่ ๗ กรกฎาคม ๒๕๖๐

ก็ยังไม่มี รู้เพียงว่าฝีมือนี้มาจากไหนเท่านั้นเอง จะรู้กันเฉพาะกลุ่มผู้ผลิต และผู้จำหน่ายเท่านั้น ในภายภาคหน้าหากมีการสร้างแบรนด์ หรือ โลโก้ ก็คงจะดี”^{๑๔}

ฉะนั้นผู้ประกอบการควรที่จะปรึกษาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อหาแนวทางส่งเสริมด้านการสร้างแบรนด์ โลโก้ หรือตราสัญลักษณ์ให้ หรือผู้ผลิตรายใดต้องการที่จะจัดทำเองก็สามารถปรึกษาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้รู้ช่วยแนะนำเป็นต้น เช่น

๓.๓.๒ การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภคเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ

การส่งเสริมการขายที่มุ่งเน้นที่ผู้บริโภค และการส่งเสริมการขายมุ่งเน้นคนกลาง เป็นเครื่องมือสำคัญของนักการตลาดที่ใช้ควบคู่กัน เพราะมีส่วนสนับสนุนซึ่งกันและกัน และมีเป้าหมายร่วมกันนั่นคือ เพื่อให้ขายได้เร็วขึ้นและมากขึ้น วัตถุประสงค์มุ่งเน้นที่ผู้บริโภค (consumer promotion objectives) การส่งเสริมการขายมุ่งเน้นที่ผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุผลหลายประการ คือ

๓.๓.๒.๑ เพื่อเชิญชวนให้ผู้บริโภคซื้อซ้ำ (และซื้อซ้ำ) ผลิตภัณฑ์ใหม่ (To persuade consumers to try (and rebuy) a new product.) วัตถุประสงค์นี้เป็นวัตถุประสงค์ที่ใช้กันมากที่สุดอย่างหนึ่งในการส่งเสริมการขาย เหตุผลสำคัญก็คือว่า ในแต่ละเดือนหรือแต่ละปีจะมีผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งมาจากการทดลองตลาดบ้าง หรือการผลิตเกินจากออเดอร์ลูกค้าบ้าง ออกสู่ตลาดเรื่อยๆ และส่วนใหญ่ประสบความล้มเหลว จำหน่ายไม่ได้ ปัญหาส่วนหนึ่ง ก็เพราะว่าผู้บริโภคซื้อไปแล้วกว่าจะมาซื้อซ้ำน้อยลงเพราะว่าผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอายุในการใช้งานยาวนานพอสมควร และส่วนมากขณะนี้ผู้บริโภคจะเน้นซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับไว้ตกแต่งเสียส่วนใหญ่จึงไม่ค่อยมีปัญหาในการซื้อซ้ำบ่อยนัก ด้วยเหตุที่การแข่งขันในปัจจุบันมีคู่แข่งมากมาย จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ผู้บริโภคหันไปเลือกซื้อผู้ประกอบการรายใหม่ๆ จึงเป็นเหตุผลที่ว่าทำอย่างไรจะให้ผู้บริโภคหันมาซื้อซ้ำอีก การส่งเสริมการขายจึงเป็นวิธีหนึ่ง ที่จะนำมาใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นี้ได้อย่างรวดเร็ว และให้ผลดี

๓.๓.๒.๒ เพื่อจูงใจผู้บริโภคให้คงใช้ตราผลิตภัณฑ์ของโรงงานต่อไปไม่เปลี่ยนแปลง (To convince consumers to stay with a brand.) เมื่อได้เชิญชวนให้ลูกค้าได้ทดลองซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้ครั้งหนึ่งแล้ว สิ่งท้าทายที่ต้องเผชิญคือ ทำอย่างไรจึงจะรักษาลูกค้าเหล่านั้นไม่ให้เปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งทางการค้า และด้วยเหตุที่คู่แข่งพยายามที่จะหาทางแย่งชิงลูกค้าตลอดเวลา การใช้การส่งเสริมการขายเพื่อรักษาลูกค้าเอาไว้ จึงเป็นวัตถุประสงค์หนึ่งของผู้โฆษณาจำนวนมากตราสัญลักษณ์เป็นส่วนจำเป็นไม่น้อยเลยทีเดียว เพราะจะทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในเจ้าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญกล่าวว่า “หากสิ่งผลิตภัณฑ์มาจากเมืองไทยแล้วมาติดตราสัญลักษณ์ หรือโลโก้เป็นภาษาจีนได้หรือไม่ เพราะว่ายากจะนำมาจำหน่ายโดยสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า เพราะว่าลูกค้าที่จีนหากจะซื้อผลิตภัณฑ์อื่นๆ ประการแรกจะมองที่ตราผลิตภัณฑ์ หากเป็นประเภทอาหารจะมองวันเดือนปี ที่ผลิตและวันหมดอายุเป็นหลัก ฉะนั้น

^{๑๔}สัมภาษณ์ นางกานต์สินี สิงห์พัฒน์ , ผู้ประกอบการ/ร้านค้าชุมชนบ้านเหมืองกุง, วันที่ ๗ กรกฎาคม ๒๕๖๐.

ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสตกง่ายหรือไม่ค่อยได้มาตรฐาน แต่หากมีตราสัญลักษณ์จะเป็นการสร้างเชื่อมั่นให้กับลูกค้าเป็นอย่างมาก^{๙๕}

๓.๓.๒.๓ เพื่อเพิ่มการซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์มากขึ้น (To increase product purchase and usage) นอกจากการรักษาลูกค้าประจำแล้ว บางครั้งอาจใช้การส่งเสริมการขายเพื่อให้ลูกค้าซื้อสินค้าจำนวนมากขึ้น เป็นการปิดกั้นไม่ให้ลูกค้าไปซื้อสินค้าของคู่แข่ง หรือสินค้าทดแทน ตัวอย่างเช่น เมื่อลูกค้าซื้อโคนโทลูกใหญ่ ๑ ใบเพื่อนำไปทำน้ำล้น เราสามารถแนะนำให้ลูกค้าซื้อลูกขนาดกลาง และขนาดเล็กโดยการแนะนำลูกค้าว่าหากติดตั้งน้ำล้นในอ่างเพียงใบเดียว จะทำให้ดูแล้วไม่ได้อารมณ์ ดูแล้วเหมือนกับว่าโดดเดี่ยวควรเพิ่มลูกกลางอีกสักใบ หรือไม่ก็เพิ่ม ๒ ใบไปเลยจะได้ดูแล้วเพิ่มความอ่อนไหวมากขึ้น ไม่โดดเดี่ยว ทำให้ลูกค้าอาจซื้อเพิ่มอีก ๒ ใบเป็นต้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับผู้ที่ให้ข้อมูลหลักสำคัญกล่าวว่า “ชอบผลิตภัณฑ์ที่เป็นประเภทของตกแต่ง และจะซื้อเพิ่มมากขึ้นหากผู้จำหน่ายมีการแนะนำวิธีใช้ให้กับทางลูกค้า จะได้ว่าผลิตภัณฑ์ชนิดใดใช้งานแบบไหน ตกแต่งแล้วดูสวยงามอย่างไร ถ้าหากมี Story แนะนำให้กับลูกค้ายิ่งดี หากลูกค้าเป็นคนต่างชาติ จะได้รับเรื่องราวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ^{๙๖}

๓.๓.๒.๔ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ด้วย (To encourage consumers to buy your other products) ในกรณีที่โรงงานหรือผู้ประกอบการร้านค้า ขายผลิตภัณฑ์หลายรายการในสายผลิตภัณฑ์เดียวกัน โรงงานหรือผู้ประกอบการร้านค้าอาจใช้วิธีส่งเสริมการขาย เพื่อดึงดูดลูกค้าให้ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ร่วมกัน ซื่ออยู่ในสายผลิตภัณฑ์เดียวกันได้ ตัวอย่างเช่น การขายหมอนน้ำดื่ม อาจจะแถมกระบาย เป็นต้น

๓.๓.๒.๕ เพื่อช่วยเสริมแรงงานการโฆษณา และความพยายามทางการตลาด เพื่อให้เกิดผลเร็วยิ่งขึ้น (To reinforce advertising and marketing efforts for more immediate results.) การส่งเสริมการตลาดสามารถนำมาใช้เพื่อช่วยส่งเสริมสนับสนุนข่าวสารการโฆษณา ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และแผนงานการตลาด เพื่อช่วยกระตุ้นจิตใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น โดยใช้เครื่องมือต่าง ๆ เช่น การให้ของแถม ของแจก ส่วนลด บัตรคูปอง หรือบัตรชิงโชค เป็นต้น

การกำหนดวัตถุประสงค์การส่งเสริมการขายดังกล่าวข้างต้นนี้ เพื่อให้เกิดผลดีและมีประสิทธิภาพมากที่สุด จะต้องใช้สัมพันธ์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การโฆษณา และแผนงานการตลาด และที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ วัตถุประสงค์การส่งเสริมการขายจะต้องสามารถวัดผลได้ กำหนดระยะเวลาที่ชัดเจน มีลักษณะที่ทำให้น่าสนใจ และจะต้องสามารถบรรลุผลสำเร็จได้อีกด้วย

ดังนั้นผู้ผลิตและผู้ประกอบการร้านค้าของชุมชนบ้านเหมืองงูควรที่จะหาแนวทางสร้างแผนการส่งเสริมการขายให้กับสินค้าชุมชน ของชุมชนบ้านเหมืองงูโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาให้เห็นเป็นรูปธรรมว่าจะวางแผนการประชาสัมพันธ์แบบใด หรือแต่ละร้านค้าแต่ละโรงงานจะทำเองย่อมได้ มีหน่วยงานหลายหน่วยงานที่คอยให้คำปรึกษาเรื่องการตลาดตลอดจนการทำโลโก้ หรือตราสัญลักษณ์

^{๙๕}สัมภาษณ์ Mrs.Xishang Wensoo, ผู้บริโภคชาวจีน นักการตลาดในจังหวัดลพบุรี, วันที่ ๑๗ กรกฎาคม ๒๕๖๐.

^{๙๖}สัมภาษณ์ Mr. Benson Meyland, ผู้บริโภคชาวจีน เจ้าของโรงแรมในจังหวัดลพบุรี, วันที่ ๑๗ กรกฎาคม ๒๕๖๐.

๓.๓.๓ วัตถุประสงค์มุ่งเน้นคนกลาง (trade promotion objectives)

วัตถุประสงค์การส่งเสริมการขายมุ่งเน้นคนกลาง แม้ว่าจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์เป้าหมายของการโฆษณา และแผนงานการตลาด

๓.๓.๓.๑ เพื่อกระตุ้นใจให้ผู้ค้าปลีก และผู้ค้าส่งนำสินค้าไปจำหน่าย (To gain distribution.) การผลิตสินค้าขึ้นมาอย่างเดียวย่อมไม่เพียงพอ สิ่งที่ต้องกระทำต่อไปคือ ทำอย่างไรจึงจะสามารถทำให้สินค้า วางอยู่บนชั้นขายของในร้านค้า เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้ด้วย ไม่ว่าจะเป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ การขยายผลิตภัณฑ์เดิมเข้าสู่ตลาดใหม่ หรือการนำผลิตภัณฑ์ไปวางขายในประเภทของร้านค้าที่แตกต่างออกไป ผู้ผลิตจำเป็นต้องหาวิธีการจูงใจบางอย่าง จึงจะประสบผลสำเร็จทำให้พ่อค้าคนกลางนำสินค้าไปวางจำหน่ายในร้านค้าได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญกล่าวว่า “ทุกวันนี้ยอดจำหน่ายลดลงมากแทบจะอยู่ไม่ได้ หากผู้ประกอบการรายใดมีหนี้สินมีภาระมารบกวนว่าไม่สามารถอยู่ได้แน่นอนเพราะการบริโภคในยุคปัจจุบัน ผู้บริโภคจะใช้จ่ายเฉพาะสิ่งที่คิดว่าจำเป็นต่อการบริโภคเท่านั้น สิ่งไหนไม่จำเป็นตวัก่อนฉนั้นผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเป็นต่อการบริโภคน้อยมาก จึงทำให้ยอดจำหน่ายลดลงอย่างเห็นได้ชัด ผู้ประกอบการบางรายหาทางออกโดยการให้เครดิตกับผู้ค้าส่ง และค้าปลีกบ้าง ให้จ่ายครึ่งหนึ่งของมูลค่าสินค้าบ้าง เพื่อที่จะสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ค้าส่ง และค้าปลีกจะได้นำเอาผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายเพิ่มมากยิ่งขึ้น”^{๑๗}

๓.๓.๓.๒ เพื่อกระตุ้นผู้ค้าปลีกให้ช่วยสนับสนุนสินค้าเพื่อการบริโภคเป็นพิเศษ หรือ ช่วยสนับสนุนการส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภคด้วย (To encourage support for a consumer product or a consumer sales promotion.) การนำสินค้าไปวางจำหน่ายบนชั้นวางสินค้าในร้านค้า เป็นเพียงขั้นตอนแรก ขั้นตอนต่อไปก็คือ การสร้างความตื่นตัว ใ้ใจให้กับผู้จัดจำหน่ายด้วย ที่ได้นำผลิตภัณฑ์ของโรงงานไปจำหน่าย หรือแผนงานการส่งเสริมการขาย สำหรับผู้จำหน่ายที่จะนำไปใช้ในการจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น การใช้เครื่องมือส่งเสริมการขายบางอย่างเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวนี้ จะช่วยให้ผู้จัดจำหน่ายให้การสนับสนุนเป็นพิเศษเหนือคู่แข่ง เช่น จัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่เด่นกว่าตราอื่นที่เป็นของคู่แข่ง เป็นต้น

๓.๓.๓.๓ เพื่อกระตุ้นผู้จำหน่ายเพื่อเพิ่มหรือลดระดับสินค้าคงคลัง (To stimulate distributors to raise or lower their inventory levels) เมื่อผู้ประกอบการผลิตมีสินค้าอยู่ในคลังสินค้าจำนวนมาก ผู้ผลิตอาจจำเป็นต้องให้การส่งเสริมการขายเพื่อจูงใจให้ผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีกสั่งซื้อสินค้าปริมาณเพิ่มขึ้น เช่น การใช้ส่วนลดพิเศษ หรือการให้สินค้าแบบให้เปล่า เป็นต้น ในบางครั้งอาจใช้วิธีกระตุ้นให้ขายสินค้ามากขึ้น เพื่อลดระดับสินค้าคงคลังให้ต่ำลง เพื่อให้มีที่ว่างพอที่จะนำผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ไปวางขายแทน เป็นต้น

๓.๓.๓.๔ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดจำหน่าย กับพนักงานขายของโรงงานให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น (To strengthen relationships with distributors and salespeople.) เมื่อผู้ประกอบการผลิต ได้มีเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ได้ผลดีเป็นที่พอใจแล้ว ผู้ผลิตจำเป็นต้อง

^{๑๗}สัมภาษณ์ นางสาวภาภรณ์ แสงจันทร์, ผู้ประกอบการ/ร้านค้าชุมชนบ้านเหมืองงู, วันที่ ๗ กรกฎาคม ๒๕๖๐.

รักษาความสัมพันธ์ ให้แน่นแฟ้นให้คงอยู่ต่อไปเป็นเวลายาวนาน ด้วยเงื่อนไขหรือข้อตกลงที่ดีต่อผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก รวมทั้งพนักงานขาย ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้คู่แข่งเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย การส่งเสริมการขายจะสามารถช่วยสร้างความสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี และในขณะเดียวกัน ยังช่วยให้พนักงานขายใช้เป็นเครื่องมือผลักดัน เพื่อให้สามารถขายสินค้าได้มากขึ้นอีกด้วย

เทคนิคการส่งเสริมการขายที่กล่าวมานี้ทางกลุ่มผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาชุมชนบ้านเหมืองกุงยังขาดทักษะ และประสบการณ์ในการใช้เทคนิคเป็นอย่างมากจากการศึกษาค้นคว้าข้อต่างๆเกี่ยวกับการบริหารการตลาดของชุมชนบ้านเหมืองกุง จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำเอาเทคนิคการส่งเสริมการขายเข้ามาใช้ในธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านเหมืองกุง

๓.๓.๔ การวัด และประเมินผล

การวัดความต้องการของลูกค้า การที่ความต้องการเหล่านี้ยังไม่ได้รับการตอบสนอง ส่วนหนึ่งเป็นเพราะองค์กรส่วนใหญ่มุ่งเน้นที่ตัวสินค้า/บริการของตนเองเป็นหลัก (Product Centric) แทนที่จะค้นหาความต้องการที่แท้จริงจากลูกค้า (Customer Centric) และนำมาใช้ในการปรับปรุงหรือพัฒนาสินค้า/บริการ ก่อนอื่นเราควรที่จะทราบว่า อะไรคือสิ่งที่ลูกค้าไม่ต้องการ ความต้องการของลูกค้ามันไม่ใช่แนวทางแก้ปัญหาคุณลักษณะของสินค้า หรือแนวความคิด หากแต่สิ่งที่ลูกค้าต้องการนั้นจะต้องเป็นสินค้า/บริการที่สามารถหาซื้อได้ง่าย ใช้งานได้สะดวก ไม่ยุ่งยากในการติดตั้ง ดังเช่นผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญกล่าวว่า “การผลิตสินค้านั้นต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นหลัก ไม่ว่าจะผลิตออกมาสวยงามขณะไหนก็ตามหากผลิตภัณฑ์นั้นๆใช้งานยาก ไม่สะดวกในการใช้สอย มองแล้วไม่มีความหมายที่บ่งบอกว่ามีคุณค่าหรือไม่เป็นต้น”^{๑๘} ทั้งนี้ ลูกค้าต้องการซื้อสินค้า/ บริการที่สามารถพร้อมใช้งานได้ทันทีที่ความพึงพอใจ, กระบวนการผลิต และการให้บริการ, จุดอ่อนจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ผู้ประกอบการยังขาดหายไป ตลอดจนวัดจุดอ่อนจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ด้วยว่า ผลิตภัณฑ์แบบไหนมีจุดด้อยอย่างไร และมีจุดเด่นด้านไหนบ้าง เพื่อที่จะทำการตลาดได้ตรงตามแนวทางนั้น ๆ

๓.๔ สาเหตุด้านสถานที่จำหน่าย

สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นมากรองจากสถานที่ผลิต ซึ่งทุกวันนี้กำลังมีแนวโน้มว่าจะมีปัญหาต่อไปในอนาคต เพราะสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาชุมชนบ้านเหมืองกุงทุกวันนี้ใช้สถานที่จัดจำหน่ายของพื้นที่ทางหลวง ซึ่งจะมีการเวนคืนในเร็ว ๆ นี้ ซึ่งกรมทางหลวงต้องใช้พื้นที่ในการขยายทางหลวงเส้นทางเชียงใหม่-หางดง ผู้ประกอบการจำเป็นต้องหาพื้นที่จำหน่ายใหม่ พื้นที่สาธารณะหน้าหมู่บ้านที่ทางราชการจัดเป็นสถานที่โชว์ผลิตภัณฑ์นั้น ก็ไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้ประกอบการที่มีจำนวนกว่า ๒๒ ร้านค้า

จึงเป็นสาเหตุหนึ่งในการประกอบธุรกิจขนาดย่อม Sme. ของชุมชนบ้านเหมืองกุงที่ต้องการรอการช่วยเหลืออยู่ในขณะนี้

^{๑๘}สัมภาษณ์ นางกานต์สินี สิงห์มะพัฒน์ , ผู้ประกอบการ/ร้านค้าชุมชนบ้านเหมืองกุง, วันที่ ๗ กรกฎาคม ๒๕๖๐.

สรุปได้ว่า ปัญหาด้านการผลิตที่เป็นสาเหตุของการผลิตออกมาแล้วไม่มีความแข็งแรงพอตามที่ตลาดต้องการนั้น คือ ๑.เกิดจากการใช้ดินจากแหล่งดินต่างกันโดยไม่สามารถใช้ดินในแหล่งที่ดีแหล่งเดียวกัน ๒.เกิดจากความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคเองที่ต้องการให้มีการเผาแบบรมดำ ซึ่งรู้อยู่แล้วว่าการเผาแบบรมดำนั้นหากนำไปใช้ใส่น้ำหรือใช้จริงนั้นความคงทนจะด้อยคือไม่แข็งแรง ๓.เกิดจากการเผาไม่ได้ที่หรือว่าเผาไม่สุกนั่นเอง บางทีเครื่องปั้นชิ้นนั้นๆอาจจะอยู่ชั้นล่างสุดจึงทำให้ไม่ถูกไฟเผา หรือถูกเผาไม่เต็มที่ ๔.เกิดจากดินบางแหล่งต้องใช้ส่วนผสมของทรายละเอียดช่วยอีกที่ถึงจะเผาออกมาแล้วแข็งแรง

ด้านรูปลักษณะมีการพัฒนาบ้างแต่ก็เป็นส่วนน้อย โดยมากจะเน้นยึดหลักตามความต้องการของตลาด ยังไม่มีการลงทุนพัฒนาด้วยตนเองเพราะติดเรื่องเงินทุน เวลาในการทดลองและยึดความเป็นอัตลักษณ์แบบดั้งเดิม เพราะต้องการให้มีความสะท้อนถึงจิตใจ และสังคมอยู่

ด้านปัญหาแรงงานนั้นคาดว่าต่อไปในอนาคตอาจจะไม่มีผู้สืบทอดงานปั้นอีก เพราะจากปัจจัยหลายประการ เช่นตัวของช่างเองที่แก่ลงทุกวัน คนรุ่นหลังหันไปประกอบอาชีพอื่นที่คิดว่าสบาย และได้เงินดีกว่า เพราะการศึกษาคนละสายอาชีพกันสำหรับคนในชุมชนบ้านเหมืองกุง และสุดท้ายค่าตอบแทนหรือค่าแรงไม่จูงใจ

ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในอนาคตที่ใกล้จะมาถึงนี้หากไม่หาแนวทางแก้ไขเรื่องการใช้เตาเผาแบบเดิม เพื่อลดปัญหาภาวะมลพิษอาจจะต้องมีการรื้อเรียนจนเป็นเหตุให้โรงงานหรืออุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านเหมืองกุงต้องเลิกกิจการก็เป็นได้ เพราะความเจริญของสังคมเมืองที่เติบโต และมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นทุกวัน

ด้านการเสริมสร้างการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ต้องรอให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบเข้ามาส่งเสริมถึงจะสามารถพัฒนาให้จริงจิงได้ เช่นการทำบรรจุภัณฑ์เพิ่ม การเปลี่ยนแปลงรูปแบบใหม่ การต่อยอดรูปแบบเก่า การทำสี เป็นต้น

ด้านการตลาดยังคงใช้การตลาดแบบเดิม ๆ มีบ้างที่หน่วยงานภาครัฐเข้ามาส่งเสริมในการทำการโฆษณาจัดทำเว็บไซต์ให้ ส่งเสริมด้านการขาย ออกบู๊ทตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ สำหรับผู้ประกอบการที่ทำการตลาดเองยังไม่มี ยังคงต้องรอหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาส่งเสริมอีกที

ด้านการจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจ การทำ Swot ยังไม่มีผู้ประกอบการรายไหนทำ เช่นการ Swot ความต้องการของลูกค้าผู้บริโภค ลูกค้าปลีก ตลอดจนลูกค้าส่ง คงต้องอาศัยความกระตือรือร้นจากผู้ประกอบการเองที่จะต้องหาแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามามีบทบาทในการเสริมสร้างองค์ความรู้

ด้านสถานที่จำหน่ายในเวลาไม่นานนี้คงต้องย้ายสถานที่จำหน่ายใหม่แน่นอน คงต้องรอหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยอีกทางหนึ่ง เพราะเป็นปัญหาใหญ่เกินกว่าทางผู้ผลิตจะแก้ไขโดยลำพังได้ หรือไม่ก็ผู้ประกอบการเองคงต้องหาแนวทางคุยกับภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสรุปหาข้อยุติ