

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเนื้อหาของนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และเพื่อศึกษาถึงแนวทางการนำนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ “เครื่องปั้นดินเผา” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

การนำนโยบายไปปฏิบัติจะประสบความสำเร็จได้จะต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ โดยการยอมรับและปรับเข้ากับหน้าที่ประจำวันของข้าราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และความรู้เกี่ยวกับนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ข้าราชการจะต้องเป็นสื่อกลางของการนำนโยบายให้เข้าถึงประชาชน

วิธีการศึกษา เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง ข้าราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผู้ประกอบการและพ่อค้าแม่ค้าชาวเกาะเกร็ด โดยนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า การนำนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไปปฏิบัติ กรณีศึกษา “เครื่องปั้นดินเผา” ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยการเปรียบเทียบระหว่างก่อนและหลังการนำนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มาปฏิบัติ ทางหน่วยงานราชการยังไม่สนับสนุนเท่าที่ควร แต่จะมุ่งเน้นให้การสนับสนุนกับอุตสาหกรรมขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของตำบลเกาะเกร็ดจึงทำได้แค่การผลิตแบบอุตสาหกรรมในครัวเรือน และขายให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้าไปชมเท่านั้น รายรับของชาวบ้านไม่มากพอ แต่จะพออยู่ในระดับการดำรงชีพเท่านั้น หน่วยงานราชการได้มองข้ามผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพประจำท้องถิ่น และไม่ได้เข้าไปพัฒนาส่งเสริมผลิตภัณฑ์หรือประชาสัมพันธ์สินค้าท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักกับนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร หลังการนำนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มาปฏิบัติ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ คือ การพัฒนารูปแบบการผลิต คุณภาพของสินค้า สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น คือเครื่องปั้นดินเผาแบบไม่เคลือบลายวิจิตร มีการทำการตลาด ประชาสัมพันธ์ และรัฐบาลได้ขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้มากขึ้น โดยการจัดแสดงสินค้าระดับประเทศ เช่น จัดงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่เมืองทองธานี และส่งออกไปต่างประเทศ ทำให้ผลิตภัณฑ์ประจำท้องถิ่นมีความสำคัญมากขึ้น ซึ่งชาวบ้านต่างให้ความร่วมมือในการรวมกลุ่มผลักดันเครื่องปั้นดินเผาให้เป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงประจำท้องถิ่น เพื่อสืบสานวัฒนธรรมที่มีคุณค่าให้กับรุ่นลูกรุ่นหลานให้มีแนวความคิดที่จะดำรงรักษาไว้ต่อไปในอนาคต

The objective of the thesis was to study the policy of One Tambon One Product and its implementation to develop pottery in Tambon Ko Kret, in Pak Kret District, Nonthaburi.

The achievement of the policy depended on several factors. The policy needed to be accepted by the officials and adapted to their duties and related offices. Furthermore, the officials had to inform the people about the policy.

For the study, the qualitative research used data from documents and interviews with high-ranking executives, officials and the operators and merchants of Ko Kret. This data was then analyzed.

The study results revealed that the implementation of the policy led to greater knowledge, understanding of the customs, arts, culture, and lifestyles of Ko Kret people. The most interesting point was that it was shown that their antique pottery was suitable to be preserved for future generations.

The study compared the pottery industry of Tambon Ko Kret before and after the implementation of the policy.

Before the policy was implemented, officials supported only medium and large industries but there was very little support for the OTOP policy. Family industries produced Ko Kret pottery and sold it to the tourists. The income of the people was inadequate and only just enough for living. The officials overlooked the local quality products. They failed to support, develop and publicize the pottery products so that they were well known to tourists.

After the implementation of the policy, there were some changes in production methods, the quality of products, marketing and public relations. A local identity was developed. The government expanded the distribution of these products by displaying them nation-wide, such as the OTOP fair at the Muangthong Thani Exhibition and by exporting the pottery. In this way, the products came to be seen as more important and the people cooperated and joined together to make the local pottery more famous. In this way, they helped to preserve their culture for future generations.