

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษารูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน หมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาอยุธยาโบราณ เพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนในครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาดังนี้ คือ

1. ทฤษฎีด้านการบริหารจัดการ
2. แนวคิดด้านปัจจัยแห่งความสำเร็จ
3. แนวคิดการพึ่งพาตนเอง
4. แนวคิดและหลักการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
5. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มผช.)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. บริบทชุมชนตำบลเกาะเกร็ด

ทฤษฎีด้านการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการองค์การเพื่อให้เกิดความมั่นคง เจริญเติบโตและให้มีความสามารถในการแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นๆ ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาตั้งแต่ปัจจุบัน การวางแผนบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ รอบคอบและรัดกุมจึงนับเป็นสิ่งจำเป็นที่จะหลีกเลี่ยงมิได้ ทั้งนี้เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดต่างๆ นานาอันจะนำมาซึ่งความล้มเหลวของการดำเนินงานต่างๆ ให้ลดน้อยลงหรือหากไม่มีข้อผิดพลาดได้เลยยิ่งเป็นการดี ดังนั้นการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการด้านต่างๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานการจัดองค์การและเป็นการลดข้อผิดพลาดให้เหลือน้อยที่สุดดังกล่าวจึงมีอาจมองข้ามความสำคัญไปได้ ทฤษฎีด้านการบริหารจัดการด้านต่างๆ เพื่อทำการศึกษาแนวทางการจัดการในการลดโอกาสผิดพลาดจากการดำเนินงานต่างๆ แบ่งออกเป็น 4 ด้านดังนี้คือ

1. การศึกษาวิเคราะห์ด้านการจัดการ(management) ตามทฤษฎีหลักการจัดการของ Harold D. Knootz (อ้างใน ยุทธ ไกยวรรณ : 2545) มีการจำแนกหน้าที่ของนักบริหารที่ต้องปฏิบัติ ดังนี้คือ

1.1 การวางแผน(planning) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินการ เพื่อทำการตัดสินใจล่วงหน้าว่าจะทำอะไร(what)

ทำไมจึงทำ(why) จะทำเมื่อไร(when) ทำในพื้นที่ใด(where) ใครเป็นผู้รับผิดชอบ(who) และจะดำเนินการอย่างไร(how) ตลอดจนการวางนโยบาย แผนงานและวิธีปฏิบัติ เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ ซึ่งสามารถจำแนกได้ตามระยะเวลาคือ แผนระยะสั้น กำหนดระยะเวลา 1 ปีหรือสั้นกว่านั้น แผนระยะปานกลาง มีระยะเวลาการปฏิบัติงานมากกว่า 1 ปี ตามปกติอยู่ในระยะเวลา 3 – 5 ปี และแผนระยะยาวซึ่งเป็นแผนขนาดใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับงานหลายฝ่าย ต้องใช้กระบวนการวางแผนและการทำงานที่สลับซับซ้อน ใช้เวลาการศึกษาวิจัยนานกว่า 5 ปี

1.2 การจัดองค์การ(organizing) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดโครงสร้างและบทบาทของกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนอำนาจหน้าที่ในการทำงาน ความสัมพันธ์ของหน่วยงานและกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนกำหนดอำนาจหน้าที่ในการทำงานให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เพื่อช่วยให้งานขององค์กรบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยมีรูปแบบการจัดองค์การโดยอาศัยหลักต่างๆ ดังนี้ คือ

- 1) หลักการแบ่งงานกันทำตามความถนัด
- 2) หลักการกระจายอำนาจหน้าที่ตามชนิดความสัมพันธ์ คือ อำนาจหน้าที่ด้านการปฏิบัติหรือตัดสินใจที่มีผลต่อวัตถุประสงค์ขององค์กรโดยตรง อำนาจหน้าที่ของฝ่ายในการให้คำปรึกษา ให้ความช่วยเหลือและคอยสนับสนุนการทำงานของฝ่ายปฏิบัติ และอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจสั่งการ
- 3) หลักการประสานงานระหว่างกลุ่มงานต่างๆ เพื่อให้สมาชิกในองค์กร ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงาน เพื่อให้บรรลุถึงจุดหมายของส่วนรวม
- 4) หลักการส่งเสริมการทำงานเป็นทีม โดยการทำให้รู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของทีมงาน จะทำให้เกิดความรู้สึกผูกพันและให้ความสำคัญกับสิ่งที่เป็นเป้าหมายของกลุ่ม

1.3 การจัดคนเข้าทำงาน(staffing) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรร การคัดเลือก และบรรจุคนที่มีคุณสมบัติเหมาะสมให้เข้าทำงาน และรักษาประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในตำแหน่งต่างๆ ในองค์กร นอกจากนี้ยังรวมถึงการวางแผนกำหนดความต้องการกำลังคน ซึ่งผู้บริหารต้องวางแผนกำลังคนสำหรับตำแหน่งต่างๆ แล้วประเมินกำลังคนที่มีอยู่ในปัจจุบัน จากนั้นดำเนินการคัดเลือกบุคคลที่มีความเหมาะสมและฝึกอบรมให้บุคลากรมีความสามารถตามความต้องการขององค์กรนั้นๆ การกำหนดผลตอบแทนและสวัสดิการต่างๆ ตลอดจนการประเมินผลการทำงานของพนักงาน

ในการสรรหาบุคคลเพื่อให้ได้บุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับตำแหน่งนั้นๆ สามารถทำการสรรหาจาก 2 แหล่งดังต่อไปนี้คือ การสรรหาบุคคลจากแหล่งภายในองค์กร โดยผู้บังคับบัญชาทำหน้าที่คัดเลือกเองโดยพิจารณาจากผลงาน และการสรรหาบุคคลจากแหล่งภายนอกองค์กร โดย

การประกาศรับสมัครบุคคลจากภายนอกเข้ามาปฏิบัติงานในองค์กร สำหรับกระบวนการจัดคนเข้าทำงานนั้น เมื่อผ่านขั้นตอนการสรรหาบุคคลแล้ว กระบวนการต่อไปคือการฝึกอบรม เพื่อเพิ่มทักษะและประสบการณ์ในการทำงาน โดยอาจดำเนินการในรูปของการบรรยายให้ผู้เข้าอบรมฟัง การประชุมอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การศึกษาจากกรณีตัวอย่าง การแสดงบทบาทสมมติ การสาธิต การสอนสำเร็จรูป และการเป็นผู้เลี้ยงคอยช่วยเหลืออธิบายและสอนงาน เป็นต้น

1.4 การสั่งการ(directing) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดวิธีและแนวทางเพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาร่วมมือร่วมใจปฏิบัติหน้าที่ และการใช้ความสามารถของบุคคลของผู้บริหารให้ปฏิบัติงานอย่างดีที่สุด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยมีขอบเขตของสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการสั่งการ ประกอบด้วย 1) ผู้นำองค์กรในการทำหน้าที่ชักจูงและกระตุ้นให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติอย่างดีที่สุด 2) ผู้ใต้บังคับบัญชา ที่ผู้นำต้องชักจูงหรือสั่งการ และ 3) การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้นำและผู้ใต้บังคับบัญชา ให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน อันเป็นพื้นฐานของการให้ความร่วมมือ

สำหรับการจูงใจ เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติหน้าที่ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ 1) การจูงใจภายใน เป็นสภาวะที่บุคคลมีความต้องการที่จะกระทำการต่างๆ ด้วยจิตใจของตนเองโดยไม่ต้องใช้สิ่งต่างๆ อื่นใดมากระตุ้น ซึ่งการจูงใจประเภทนี้ เป็นผลดีต่อการปฏิบัติงานด้านต่างๆ เป็นอย่างยิ่ง และ 2) การจูงใจภายนอก เกิดจากการกระตุ้นจากภายนอก เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติตามจุดมุ่งหมายของผู้กระตุ้น เช่น การชมเชย การให้รางวัล การประกวด การแข่งขัน เป็นต้น

1.5 การควบคุม (control) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการติดตาม การประเมินผลและการดำเนินการแล้วนำไปเปรียบเทียบกับผลงานที่วางไว้ เพื่อให้กิจกรรมต่างๆ ที่ดำเนินงานไปนั้นสามารถเข้ากันได้กับแผนงานที่วางไว้ และการกำหนดมาตรการในการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นหน้าที่ที่ผู้บริหารทุกระดับจะต้องเกี่ยวข้องด้วยเสมอ ซึ่งเทคนิคในการควบคุม สามารถแบ่งได้เป็นกลุ่มต่างๆ ดังนี้คือ

1) การควบคุมด้านคุณภาพ หมายถึง การนำเทคนิคต่างๆ มาใช้เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่า สินค้าและบริการที่ผลิตได้ จะตรงกับความต้องการของลูกค้า อาจเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การผลิตและการตรวจสอบมาตรฐาน เป็นต้น

2) การควบคุมด้านปริมาณ โดยการใช้ข้อมูลตัวเลข เพื่อวัดผลในเชิงปริมาณ เช่น การควบคุมพัสดุคงคลัง การควบคุมปริมาณขายและกำไร และการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน เป็นต้น

3) การควบคุมด้านค่าใช้จ่าย เทคนิควิธีที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับใช้คือ การควบคุมงบประมาณในการใช้จ่าย เช่น ค่าวัตถุดิบ ค่าจ้างเงินเดือนและค่าดำเนินงาน เป็นต้น เพื่อสามารถทำการตรวจสอบได้ว่า ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงแตกต่างจากงบประมาณที่ตั้งไว้มากน้อยเพียงใด

4) การควบคุมด้านเวลา คือการควบคุมให้การดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆ สามารถสำเร็จลุล่วงตามเวลาที่กำหนดไว้ เทคนิควิธีที่ยอมรับใช้กันโดยทั่วไปคือ การกำหนดตารางเวลาของการทำงาน

2. การวิเคราะห์ด้านการเงิน (system of internal control) หมายถึง กระบวนการที่ใช้ควบคุมดูแลการใช้ทรัพย์สินต่างๆ ของบริษัทให้เกิดประโยชน์สูงสุด ถูกต้องเหมาะสม สอดคล้องกับความจำเป็นในการปฏิบัติงานแต่ละอย่าง เพื่อบรรลุถึงวัตถุประสงค์เป้าหมายของบริษัทที่กำหนดไว้ ตัวแปรที่นำมาใช้พิจารณา ได้แก่

2.1 แหล่งที่มาของเงินทุน(source of total assets) แหล่งที่มาของทรัพย์สินทั้งหลาย ได้แก่ เงินสด หลักทรัพย์ระยะสั้น ตัวเงินรับ และสินค้าคงเหลือ ตลอดจนค่าใช้จ่ายค้างจ่ายต่างๆ ของผู้ถือหุ้นเพิ่ม ได้แก่ การลงทุนเพิ่มของผู้ถือหุ้นและกำไรสะสมของผู้ถือหุ้น

2.2 แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน(source of use of assets) จะพิจารณาถึง การใช้ไปของเงินทุนในส่วนของสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น

2.3 ผลการดำเนินงานของบริษัท(the financial operation) ซึ่งจะพิจารณาถึงผลการดำเนินงานของบริษัทที่เกิดขึ้น

3. การศึกษาวิเคราะห์ด้านการผลิต (production management) เป็นการศึกษากิจกรรมทางการผลิตที่จำเป็นและมีผลก่อให้เกิดการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่า และสอดคล้องกับการลงทุน โดยพิจารณาถึงองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเริ่มตั้งแต่ปัจจัยการผลิต กระบวนการแปรรูป และผลผลิตที่ได้ ดังนี้

3.1 ท่าเลที่ตั้งและการวางผังโรงงาน พิจารณาถึงงบการลงทุนและการดำเนินงานให้น้อยที่สุด แต่ได้ประโยชน์มากที่สุด โดยพิจารณาจากการขนส่งและสิ่งอำนวยความสะดวก ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ แรงงานต้องมีปริมาณมากและเพียงพอ และมีคุณภาพในอัตราค่าจ้างที่เหมาะสม ระยะทางจากแหล่งวัตถุดิบและตลาด การดูแลของเสียและสิ่งแวดล้อมต้องมีความเหมาะสม

3.2 การจัดซื้อและควบคุมวัตถุดิบ พิจารณาถึงคุณภาพ คุณสมบัติและคุณลักษณะของวัตถุดิบที่ใช้ ปริมาณที่ต้องการและราคา แหล่งวัตถุดิบที่ต้องมีอย่างเพียงพอ การขนส่งจากแหล่งวัตถุดิบจนถึงโรงงาน การเก็บรักษาวัตถุดิบขณะรอการผลิต และค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกระบวนการของวัตถุดิบ

3.3 การประมาณกำลังการผลิต ทั้งกำลังการผลิตที่มีอยู่ การพยากรณ์ความต้องการกำลังการผลิต เพื่อประเมินกำลังการผลิตที่มีอยู่ให้สามารถตอบสนองความต้องการของสินค้า การปรับปรุงกำลังการผลิตและการกำหนดทางเลือกเพื่อปรับกำลังการผลิต และเลือกขนาดกำลังการผลิตที่ดีที่สุด

3.4 กระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต พิจารณาถึงการผลิตที่ต้องใช้เครื่องจักรแรงงานคน และลักษณะความต่อเนื่องของการผลิต หรือทั้งสองอย่างร่วมกัน ลักษณะความต่อเนื่องของการผลิตแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ การผลิตแบบต่อเนื่องและการผลิตแบบไม่ต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังพิจารณาถึงรูปแบบและมาตรฐานของการผลิตที่รื้อจำหน่าย

3.5 การควบคุมคุณภาพ พิจารณาถึงคุณภาพในการออกแบบ และการควบคุมคุณภาพการผลิตให้ได้ตามแบบ จุดวิกฤตที่ต้องทำการตรวจสอบคุณภาพและคุณลักษณะของวัตถุดิบ จิตความสามารถของวัตถุดิบที่ต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้ผลิต หรือสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า การควบคุมคุณภาพแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ การควบคุมคุณภาพในการออกแบบให้ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด และการควบคุมคุณภาพการผลิตให้ได้ตามแบบ ซึ่งขึ้นอยู่กับคุณภาพของสิ่งที่ป้อนเข้า กระบวนการผลิตและการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด การทำการตรวจสอบคุณภาพ จะทำให้มีการกลั่นกรองและคัดเลือกว่าวัตถุดิบที่ไม่ได้คุณภาพตามเกณฑ์ออกไป เมื่อทำการผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปออกมาจากกระบวนการผลิต ก่อนนำไปเก็บในรูปของสินค้าคงคลัง หรือก่อนการส่งมอบให้ลูกค้า การตรวจสอบขั้นสุดท้าย ณ จุดนี้ จะมีการคัดเลือกรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนดออกไปเช่นกัน

3.6 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้เป็นสิ่งที่ต้องการของตลาดหรือลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ในการพัฒนารูปแบบการผลิตนั้น สามารถดำเนินการได้ในด้านการพิจารณารูปแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้งด้านผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่หรือผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เคยมีมาก่อนในตลาด หรือผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ ผลิตภัณฑ์เลียนแบบ ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการลดต้นทุนการผลิตแต่มีคุณสมบัติเหมือนเดิมและผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากความต้องการของกลุ่มเป้าหมายใหม่หรือส่วนแบ่งการตลาดใหม่

3.7 การบริหารสินค้าคงเหลือ / สินค้าคงคลัง เพื่อให้มีสินค้าจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง เมื่อลูกค้าเกิดความต้องการ ทำให้ไม่เสียโอกาสในการทำกำไรจากการจำหน่ายสินค้า โดยการพิจารณาทางด้านวัตถุดิบและชิ้นส่วนเพื่อการผลิต สินค้าคงเหลือระหว่างกระบวนการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป เพื่อประโยชน์ในการสั่งซื้อวัตถุดิบที่ละจำนวนมากๆ ซึ่งจะทำให้ราคาต่อหน่วยลดลงมากกว่าการสั่งซื้อที่ละจำนวนน้อย ป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบ และเป็นการบริหารต้นทุน

การผลิตอันได้แก่ต้นทุนสินค้าคงเหลือ ต้นทุนการสั่งซื้อหรือการผลิต ต้นทุนการเก็บรักษา หรือ ต้นทุนเมื่อเกิดสินค้าขาดแคลนให้ลดน้อยที่สุด

3.8 ต้นทุนการผลิต หมายถึง ค่าใช้จ่ายในปัจจัยการผลิตต่างๆ ที่ใช้กระบวนการผลิต แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ปัจจัยคงที่และปัจจัยผันแปร ดังนั้น ในการพิจารณาด้านทุนการผลิตจึงต้องพิจารณาทั้งส่วนที่เป็นต้นทุนคงที่หรือค่าใช้จ่ายที่ไม่ขึ้นกับปริมาณการผลิต กล่าวคือ ไม่ว่าจะผลิตปริมาณมากหรือปริมาณน้อย หรือไม่ทำการผลิตเลยก็จะเสียค่าใช้จ่ายจำนวนคงที่ ส่วนต้นทุนผันแปร คือ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการผลิตที่ผันแปรไปตามปริมาณการผลิต กล่าวคือ ถ้าผลิตปริมาณน้อยก็เสียต้นทุนน้อย หากปริมาณการผลิตมากก็ค่าใช้จ่ายในการผลิตมากตามปริมาณการผลิต และจะไม่ต้องจ่ายเลยหากไม่มีการผลิต เช่น ค่าจ้างแรงงาน ค่าวัตถุดิบ ค่าน้ำประปา ค่าขนส่ง เป็นต้น

4. การศึกษาวิเคราะห์ด้านการตลาด(marketing mix หรือ 4 P's) เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับ กระบวนการธุรกิจหรือกิจกรรมต่างๆ ที่มีบทบาทต่อการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค เพื่อก่อให้เกิดการจำหน่าย อันเป็นที่มาของรายได้ในทางลงทุน ประกอบด้วยการวิเคราะห์ด้านผลิตภัณฑ์(product) ราคา(price) ช่องทางการจัดจำหน่าย(place) และการส่งเสริมการตลาด(promotion)

4.1 ผลิตภัณฑ์(product) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและเป็นที่ต้องการของตลาด โดยการอธิบายถึงลักษณะ/เอกลักษณ์ของสินค้า รวมทั้งข้อกำหนดและคุณสมบัติต่างๆ บรรจุภัณฑ์และบริการหลังการขาย ประกอบด้วย ตราสินค้าหรือยี่ห้อ หมายถึงตัวอักษรหรือตัวเลขที่สามารถออกเสียงได้ เช่น ตราม้าลาย ตราหมีแพนด้า เป็นต้น เครื่องหมายตราสินค้าที่ปรากฏอยู่ในรูปของสัญลักษณ์ มองเห็นได้แต่ไม่สามารถออกเสียงได้ เครื่องหมายการค้าจดทะเบียนที่ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายและมักมีรูปกำกับอยู่ นอกจากนี้ยังรวมถึงลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ เช่น รูปร่าง สี สัน รสชาติ ขนาดบรรจุ จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ เป็นต้น โดยที่ผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์หรือจุดเด่นและมีมูลค่าในสายตาลูกค้า จึงจะมีผลให้ผลิตภัณฑ์ขายได้

4.2 การตั้งราคา(price) เป็นการกำหนดมูลค่าสินค้าออกมาในรูปจำนวนเงินตราหรือสิ่งที่บุคคลต้องจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มา การกำหนดกลยุทธ์ทางด้านราคา ต้องคำนึงถึงการยอมรับในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ของลูกค้าด้วย โดยทั่วไปเชื่อกันว่าราคาถูกกำหนดโดยปริมาณการผลิต และขนาดของการบริโภคสินค้านั้นๆ สินค้าใดที่มีขนาดการผลิตมากกว่าการบริโภค ราคาจะตกต่ำในทางตรงกันข้ามสินค้าใดที่มีขนาดการผลิตน้อยกว่าปริมาณการบริโภค กลไกด้านราคาสินค้าก็จะปรับตัวสูงขึ้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อราคาด้วย เช่น ระยะเวลา จำนวนคู่แข่ง

ภาวะเศรษฐกิจ กฎหมายและพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ในการตั้งราคา โดยทั่วไป จะใช้อยู่ 3 แบบคือ การตั้งราคาโดยยึดต้นทุนเป็นเกณฑ์ การตั้งราคาโดยยึดความต้องการของตลาดเป็นเกณฑ์ และการตั้งราคาโดยยึดการแข่งขันเป็นเกณฑ์

4.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางในการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย สถาบันการตลาด และกิจกรรมเพื่อใช้ในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากสถานที่ผลิตไปยังตลาดเป้าหมาย ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการสามารถซื้อหาได้โดยง่ายสำหรับการบริโภค สถาบันที่ทำหน้าที่ในการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง และการเก็บรักษาสินค้า การจัดจำหน่าย เป็นต้น โดยทั่วไปแล้ว การจัดจำหน่ายสินค้ามีอยู่ 2 ช่องทางคือ การจัดจำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค และการจัดจำหน่ายโดยรวมจากผู้ผลิตผ่านตัวแทนจำหน่ายในขั้นตอนต่างๆ จนถึงมือผู้บริโภคในขั้นตอนสุดท้าย ดังนั้น การกำหนดช่องทางการจำหน่ายจึงมีผลต่อการกำหนดราคา การโฆษณา และการส่งเสริมการขาย

4.4 การส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลต่างๆ ระหว่างผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประเภท ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งอย่างหรือใช้ผสมผสานกันโดยพิจารณาถึง ความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน เพื่อให้สามารถบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ สำหรับเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญคือ การโฆษณาเพื่อเสนอข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น การขายโดยใช้พนักงานขาย เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคโดยตรง และการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นความสนใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าในขั้นตอนสุดท้าย โดยเครื่องมือต่างๆ ในการส่งเสริมการขายได้แก่ การลดราคา การให้ของแถม การแจกสินค้า การแลกซื้อและการประชาสัมพันธ์ให้ข่าวสารแก่สื่อมวลชน เพื่อนำเสนอเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยมีจุดประสงค์เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อสินค้า

แนวคิดด้านปัจจัยแห่งความสำเร็จ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงาน คือ การให้บริการที่ดีและมีความเหมาะสมแก่ลูกค้า ความเร็วของตลาดและนวัตกรรมต่างๆ เพื่อใช้ในการพัฒนาดำเนินงาน ปัจจัยแห่งความสำเร็จนี้ จะสอดคล้องกับกลยุทธ์ความแตกต่างและกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านหน้าที่ต่ำกว่า สามารถวัดค่าปัจจัยแห่งความสำเร็จได้โดยการแบ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จออกเป็นปัจจัยด้านการเงิน

ด้านลูกค้า กระบวนการภายในธุรกิจ การเรียนรู้และการสร้างนวัตกรรมใหม่ และปัจจัยอื่นๆ เพื่อสามารถติดตามวัดผลการดำเนินงานด้านต่างๆ ได้

สำหรับปัจจัยด้านการเงินที่ใช้วัดความสำเร็จของการดำเนินงาน ได้แก่ ผลกำไรจากการดำเนินงาน สภาพคล่องของกิจการทั้งด้านกระแสเงินสดรับ กระแสเงินสดจ่าย และทรัพย์สินความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยและผลตอบแทนของสินทรัพย์ ผลตอบแทนของสินค้านคงเหลือ ผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้รับและยังวัดค่าของผลตอบแทนจากการขายสินค้าได้ด้วย

ปัจจัยด้านลูกค้า สามารถวัดค่าแห่งความสำเร็จได้โดย การวัดความพึงพอใจของลูกค้าว่ามี การตอบกลับจากลูกค้าเป็นอย่างไร หรือใช้วิธีการสำรวจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การประเมินจากตัวแทนผู้จำหน่าย ทั้งด้านช่องทางจัดจำหน่าย ความครอบคลุมของพื้นที่ขาย จุดแข็งของตัวแทนจำหน่ายและความสัมพันธ์กับตัวแทนจำหน่าย ความรวดเร็วและถูกต้องในการส่งสินค้า คุณภาพของสินค้า ค่าใช้จ่ายในการรับประกันสินค้า และความสามารถด้านการตลาดและการขาย

ปัจจัยด้านกระบวนการภายในธุรกิจ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ใช้วัดความสำเร็จของธุรกิจ เพราะหากระบบการบริหารและการดำเนินงานด้านต่างๆ ไม่มีประสิทธิภาพแล้ว แม้จะมีรายรับหรือยอดขายสูงเพียงไรก็อาจไม่ได้รับผลตอบแทนอย่างที่ควรจะเป็นได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องวัดคุณภาพของธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพของสินค้า ว่ามีจำนวนของเสียอยู่ในระดับที่ควบคุมได้หรือไม่ มีค่าใช้จ่ายในการรับประกัน การผลิตซ่อมแซมสินค้าหรือชดเชยให้ลูกค้ากรณีสินค้าเกิดการชำรุดหรือเสียหายมากน้อยเพียงใด ประสิทธิภาพในการผลิตสินค้า ทั้งการใช้วัตถุดิบ แรงงาน เครื่องจักร การบริหารเวลาในการจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ในการผลิต ความปลอดภัยในการทำงาน และสุดท้ายมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงแก้ไขในการผลิตหรือไม่

การเรียนรู้และการสร้างนวัตกรรมใหม่ ถือเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ทำให้กิจการมีการเติบโตอย่างยั่งยืน สามารถวัดความสำเร็จได้จากการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ให้แก่สินค้า ทั้งจากจำนวนสินค้าใหม่หรือการพัฒนาสินค้าเดิมของกิจการ ตลอดจนความรวดเร็วในการสร้างและผลิตสินค้าใหม่ ทักษะและการพัฒนาทักษะของผู้วิจัย ขวัญกำลังใจของลูกจ้างจากอัตราผลตอบแทนสวัสดิการต่างๆ การสำรวจความพึงพอใจ และจำนวนการร้องเรียน อีกประการหนึ่งก็คือ การวัดความรู้ความสามารถและพัฒนาการของพนักงานจากการฝึกอบรม ประสิทธิภาพและการวัดผลการปฏิบัติงาน

นอกจากปัจจัยด้านต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ปัจจัยภายนอกอื่นๆ เช่น ความรวดเร็วของระบบการติดต่อสื่อสาร ความสัมพันธ์กับรัฐบาล การให้บริการของภาครัฐ กฎระเบียบข้อบังคับและข้อปฏิบัติต่างๆ ก็ล้วนแต่เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบธุรกิจเช่นกัน

แนวคิดการพึ่งพาตนเอง

มีผู้ให้ความหมายเกี่ยวกับแนวคิดการพึ่งพาตนเองไว้ต่างๆ นานา ดังนี้คือ ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ(2529) ได้ให้ความหมายของการพึ่งพาตนเองของชุมชนว่า ชุมชนที่สามารถพึ่งพาตนเองได้มี 2 ระดับได้แก่ ระดับแรก คือ ชุมชนที่มีการผลิตเพื่อเลี้ยงชีพ เป็นการผลิตทุกอย่างเฉพาะพอกินพอใช้ และไม่สามารถผลิตได้มากเพราะด้อยวิทยาการในการผลิต อาศัยทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนให้เลี้ยงตัวเองได้ ส่วนระดับที่สองคือ ชุมชนที่ผลิตทุกอย่างได้เพียงพอ และยังมีผลผลิตเหลือเพราะวิทยาการในการผลิตหรือความสามารถในการผลิตเพิ่มขึ้น และมีการนำผลผลิตที่เหลือไปแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้ผลผลิตอย่างอื่นกลับมา รูปแบบการผลิตในระดับที่สองนี้ เป็นรูปแบบการผลิตเพื่อการพึ่งพาตนเองที่ดีที่สุด และไม่สามารถปกปิดตัวเองจากการค้าการตลาด

กาญจนา แก้วเทพ และกนกศักดิ์ แก้วเทพ(2530) ได้ให้ความหมายของการพึ่งพาตนเองใน 2 ลักษณะ คือ

1. การให้ความหมายในเชิงปัจเจกบุคคล การพึ่งพาตนเอง หมายถึง กิจกรรมทั้งหลายที่กระทำโดยปัจเจกชนและครัวเรือน เพื่อบรรลุถึงการมีหลักประกันของการดำรงชีพของเรา
2. การให้ความหมายในลักษณะของกลุ่ม การพึ่งพาตนเอง หมายถึง สังคม(กลุ่มคน) ที่มีการจัดระบบเพื่อให้ประชาชนสามารถดำเนินการตอบสนองความต้องการของตนเองด้วยวิธีการช่วยเหลือตนเอง ด้วยการร่วมมือกับคนอื่นที่อยู่ในสถานการณ์เดียวกัน ทั้งนี้ การพึ่งพาตนเองอย่างแท้จริง ต้องหมายรวมถึงกลุ่มชนนั้น มีอิสระในการตั้งเป้าหมายและมีอิสระในการดำเนินการให้บรรลุตามเป้าหมาย โดยอาศัยความพยายามและกำลังของตนเอง

สอดคล้องกับ อภิชาติ ทองอยู่และคณะ(2530) ซึ่งได้แบ่งขอบเขตของการพึ่งพาตนเองเป็น 2 ลักษณะที่เกี่ยวข้องกันคือ การพึ่งตนเองทางกายภาพ ได้แก่ การพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจและการปกครอง ตลอดจนการจัดการความสัมพันธ์ทางสังคมแบบแผนของตนเอง ซึ่งเป็นการผลิตเพื่อบริโภคเป็นหลัก โดยสัมพันธ์กับส่วนที่สองคือ การพึ่งตนเองทางวัฒนธรรมความคิด ความเชื่อ สติปัญญาและอำนาจการตัดสินใจซึ่งมีผลต่อกันทั้งสองด้าน แต่การพึ่งตนเองดังกล่าว มิใช่การปิดตนเองและโดดเดี่ยวตนเองจากสังคมทั่วไป

หากเมื่อกล่าวถึงหมู่บ้านพึ่งตนเองก็จะมีหมายความว่า เป็นสังคมที่มีแบบแผนทางวัฒนธรรมและการผลิตในแบบของตนเอง มีการผลิตเพื่อการบริโภคเป็นหลัก มีศักยภาพที่จะดำเนินไปตามรากฐานของวัฒนธรรมของตนเองสูง ขณะเดียวกันก็มีการช่วยเหลือเกื้อกูลระหว่างกันทั้งภายในหมู่บ้านและภายนอกหมู่บ้าน โดยยังคงสามารถดำรงความเป็นตัวของตัวเองที่สืบทอดวิธีการพึ่งพาตนเองมาไว้ได้ทั้งสองด้าน

นอกจากนี้ สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับท้องถิ่นที่เรียกว่าพึ่งพาตนเองได้แล้วว่า ควรมีลักษณะต่างๆ ดังนี้

1. ทรัพยากรภายในเพียงพอแก่การบริโภคของท้องถิ่น
2. อัตราการเจริญเติบโตของท้องถิ่นนั้นๆ เกิดจากการลงทุนหรือใช้ทรัพยากรภายในเป็นสำคัญ
3. ขนาดของประชากรพอเหมาะกับการผลิตภายใน
4. มีโครงสร้างพื้นฐานทางด้านกายภาพและสังคมเพียงพอแก่ความต้องการพื้นฐานของชุมชน

การพึ่งตนเองได้ของชุมชนนั้น สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้ร่วมกำหนดกรอบความคิดว่า ชุมชนที่สามารถพึ่งตนเองได้ จะต้องประกอบด้วยการพึ่งพาตนเอง 5 ด้าน สรุปได้ดังนี้คือ

1. การพึ่งพาตนเองได้ทางเทคโนโลยี หมายถึง การมีปริมาณและคุณภาพของเทคโนโลยีทางวัตถุ และเทคโนโลยีทางสังคม การรู้จักใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ การบำรุงรักษาให้คงสภาพดีอยู่เสมอ เพื่อใช้งานเทคโนโลยีทั้งของสมัยใหม่และของดั้งเดิมของท้องถิ่นที่เรียกว่า “ภูมิปัญญาท้องถิ่น”
2. การพึ่งพาตนเองได้ทางเศรษฐกิจ เป็นความสามารถในการดำรงชีวิตทางเศรษฐกิจ ที่มีความมั่นคงสมบูรณ์พอสมควร หรือหากมองในแง่ความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน จุดสมดุลก็ต้องสูงพอสมควรถึงขั้นสมบูรณ์พูนสุข
3. การพึ่งพาตนเองได้ทางทรัพยากรธรรมชาติ เป็นความสามารถในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ และความสามารถในการรักษาทรัพยากรธรรมชาตินั้นให้ดำรงอยู่ ไม่ให้เสื่อมเสียหมดสิ้นไป หรือไม่ให้เสียสมดุลธรรมชาติมากนัก
4. การพึ่งพาตนเองได้ทางจิตใจ หมายถึง สภาพจิตใจที่กล้าแข็งในการที่จะต่อสู้กับปัญหาอุปสรรคในการหาเลี้ยงชีพ การพัฒนาชีวิตให้เกิดความเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นในการปกครองตนเอง และป้องกันกิเลสปัญหา ไม่ให้โลภ โกรธ หลง หรืออยากได้อะไรมิじんความสามารถของตน
5. การพึ่งพาตนเองได้ทางสังคม หมายถึง สภาพการณ์ที่กลุ่มคนกลุ่มหนึ่งๆ มีความเป็นปึกแผ่นเหนียวแน่น มีผู้นำที่มีประสิทธิภาพ สามารถนำกลุ่มคนเหล่านี้ไปปฏิบัติหน้าที่ต่างๆ หรืออาจขอความช่วยเหลือจากภายนอกก็ได้

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า การพึ่งพาตนเองนั้น เป็นความพยายามในการดำรงอยู่ได้อย่างอิสระ ทำมาหาเลี้ยงชีพได้อย่างมั่นคงสมบูรณ์พอสมควร รู้จักใช้เทคโนโลยีและทรัพยากรอย่างมี

ประสิทธิภาพ สามารถใช้ประโยชน์และรักษาทรัพยากรธรรมชาติมิให้สูญสิ้นจนเกิดการเสียสมดุล และเป็นการลดภาระการช่วยเหลือด้านต่างๆ จากภายนอกชุมชน

แนวคิดและหลักการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (One Tambon One Product : OTOP) เป็นแนวคิดที่เน้นกระบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้านหรือแต่ละตำบลของตน แนวคิดนี้สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (product) โดยมีกิจกรรมการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางด้านการผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและต้องการของตลาดสากล โดยที่ท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งพาตนเอง (self-reliance) เป็นหลัก ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจของชุมชนให้เกิดขึ้น เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งกิจกรรมทางเศรษฐกิจ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” นี้ จะเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นับเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยพัฒนาเบื้องต้น (unit of development) และรวมเป็นเครือข่ายภายในตำบล ภายใต้หลักการพื้นฐาน 3 ประการ ได้แก่

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (local get global) ผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (self-reliance creativity) ที่ทำฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (human resource development) พุ่มพักประชาชนให้ใช้ชีวิตด้วยความท้าทายและจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

ดังนั้น ผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการนี้จำเป็นต้องอุทิศพลังงาน ความคิดสร้างสรรค์ และความปรารถนา ที่จะใช้ทรัพยากรที่จะหาพบในท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อที่จะเกิดการสร้างงานสร้างรายได้ และนำไปสู่เป้าหมายของการกินดีอยู่ดี คุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน แสวงหารากฐานที่สำคัญของประเทศ นอกจากนี้เป็นการสืบสานวัฒนธรรมที่งดงามของท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป สร้างความภาคภูมิใจให้คนรุ่นต่อไป และเป็นการวางรากฐานที่สำคัญของประเทศและสังคมไทย

นอกจากนี้ ยังเป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) หนึ่งประเภทเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไว้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น อันจะเป็นการลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นฐานไปสู่เมืองใหญ่ และเป็นเครื่องมือกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ ประชาชนเกิดการดำเนินงานพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชนของตนอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จึงเป็นแนวทางการ

ส่งเสริมและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ โดยมีกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้านการผลิต อันจะนำไปสู่การพัฒนาชนบท และสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนท้องถิ่น สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขาย และสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้เป็นที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

กระทรวงอุตสาหกรรม ได้มอบหมายให้ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) จัดทำ “โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน” เพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ก่อนที่จะมีการพัฒนาปรับปรุงระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้เข้าสู่มาตรฐานระดับประเทศและระดับสากล อีกทั้งยังเป็นการขานรับนโยบายสำคัญของรัฐบาล ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อแก้ปัญหาความยากจนของชุมชน เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ พัฒนาชุมชนให้เป็นชุมชนเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญในการนำภูมิปัญญาชาวบ้านและทรัพยากรที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่นมาพัฒนาและสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น มีคุณภาพ มีจุดเด่น มีเอกลักษณ์ โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นโครงการที่สนับสนุนในด้านการกำหนดมาตรฐาน และการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้จากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับและสามารถประกันคุณภาพให้กับผู้บริโภค ซึ่งเป็นมิติของการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดผู้บริโภค ทั้งในประเทศและต่างประเทศต่อไป

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตต์ไธ แก้วบุญเรือง (2546) ศึกษาเรื่องการค้าในงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง พบว่า ชุมชนที่เข้าร่วมในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง ส่วนใหญ่ดำเนินกิจการเป็นกลุ่ม และมีการดำเนินการมาเป็นระยะเวลานานกว่า 5 ปีขึ้นไป ชุมชนส่วนใหญ่มีสมาชิกน้อยกว่า 20 คน ส่วนใหญ่มีเงินทุนเริ่มแรกไม่เกิน 10,000 บาท ผลการดำเนินงานด้านการตลาดพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมทางการตลาด ตามลำดับ และสินค้าของชุมชนส่วนใหญ่มีตราสัญลักษณ์ของตนเอง ผลการดำเนินงานด้านการผลิต ส่วนมากมีการวางแผนกำหนดจำนวนการผลิตเท่ากับจำนวนความต้องการ โดยไม่มีการเพิ่มลดจำนวนสมาชิก วัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิตเป็นผลผลิตทางการเกษตรภายในชุมชน หรือเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่หาได้ภายในชุมชน แต่ไม่มีการสำรองวัตถุดิบไว้เพื่อ

รองรับการผลิต ด้านการจัดการและบุคลากร พบว่า ส่วนใหญ่มีการวางแผนการดำเนินงานเป็นแผนรายเดือนหรือตามผลการทำงาน ชุมชนมีการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานเพื่อช่วยเหลือสังคมและส่งเสริมอาชีพ ส่วนใหญ่มีสมาชิกเพียงพอและมีการเปิดรับสมาชิก โดยมีการกำหนดคุณสมบัติตามความสามารถและประสบการณ์ นอกจากนี้ยังมีการจูงใจสมาชิกด้วยการจัดการอบรมการทำงานให้แก่สมาชิกด้วย ส่วนผลการดำเนินงานด้านการเงินและบัญชี พบว่า แหล่งเงินทุนมาจากหน่วยงานของรัฐ และจากการร่วมลงทุนของสมาชิก โดยมีอัตราดอกเบี้ยและวงเงินกู้ยืมเป็นปัจจัยในการพิจารณาจัดหาเงินทุน

สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีปัญหาการขาดค่าใช้จ่ายทางการตลาด ไม่สามารถจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดได้ ปัญหาต้นทุนการผลิตมีราคาสูง และปัญหาการขาดเงินทุนในการดำเนินงาน

วนิดา แก้วเนตร(2545) ศึกษาเรื่องปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก ประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยว ในหมู่บ้านถวาย กลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 384 คน โดยใช้แบบสอบถาม ปรากฏว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมบ้านถวายตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจในรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์พื้นบ้านมากกว่าราคาสินค้า รวมทั้งพบว่าวิธีการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวไทยนั้น ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อซื้อของที่ระลึกเนื่องจากเป็นสินค้าประเภทหัตถกรรมพื้นบ้าน แล้วนำไปใช้ส่วนตัวมากกว่านำไปเป็นของฝาก

ไพโรจน์ ภัทรนรากุล (2546) ทำการศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาชาติตามแนวทางชุมชนพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน : กรอบนโยบายและตัวแบบการจัดการ ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนที่ศึกษาในอดีตมีการพึ่งพาตนเองได้โดยอาศัยปัจจัยพื้นฐาน ทั้งในด้านทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งช่วยให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง นอกจากนี้ นโยบายของรัฐที่ผ่านมาและทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจกระแสหลักส่งผลให้ชุมชนมีความยากลำบากในการปรับตัวในสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน การที่ชุมชนจะกลับมาพึ่งตนเองได้หรือไม่ ขึ้นกับขีดความสามารถในการจัดการชุมชนเอง และการจัดระบบความสัมพันธ์ในเชิงอำนาจใหม่ระหว่างชุมชนกับภายนอก ในการศึกษาดังกล่าว ได้นำเสนอกรอบนโยบายที่เน้นชุมชนพึ่งพาตนเองเป็น

ศูนย์การพัฒนา และได้เสนอตัวแบบการจัดการพร้อมทั้งตัวชี้วัดตนเองเพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน

อาร์ม หรุ่นศิริ (2545) ทำการศึกษาแนวนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการพัฒนาที่ยั่งยืน กรณีศึกษากลุ่มจักสาน ตำบลบางเจ้าฉ่า อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง เพื่อเสนอแนวทางในการดำเนินงานของกลุ่ม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยศึกษาข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่า การรวมกลุ่มจักสานเกิดขึ้นมาก่อนที่นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จะเข้ามาในหมู่บ้าน โดยมีการใช้พื้นฐานอาชีพมาเป็นองค์ประกอบในการรวมกลุ่ม โดยแบ่งกลุ่มออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ กลุ่มจักสาน พืชพันธ์ไม้ไผ่ ซึ่งมีการบริหารงานในรูปแบบคณะกรรมการ และกลุ่มแม่ค้ารายย่อย โดยทั้งสามกลุ่มจะมีการรวมตัวกันเมื่อได้รับการส่งเสริมจากเจ้าหน้าที่รัฐ แต่ยังไม่สามารถรวมเป็นกลุ่มใหญ่กลุ่มเดียวเพื่อผลิตชิ้นงาน และแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน

ในด้านผลการนำแนวนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อกลุ่มจักสานมาใช้ในตำบลบางเจ้าฉ่านั้น นโยบายดังกล่าวนี้ทำให้เกิดการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์จักสานของบางเจ้าฉ่า ทางสื่อต่างๆ อย่างแพร่หลาย อีกทั้งมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด ทำให้สินค้ามีมาตรฐาน รวมทั้งฝีมือของผู้ประกอบการเครื่องจักสานมีการพัฒนาขึ้นตามลำดับ ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับประชาชน นอกจากนี้ ในการดำเนินงานยังมีการจัดทำแผนการพัฒนาชุมชน และการก่อสร้างหมู่บ้านอุตสาหกรรมชนบทเพื่อการท่องเที่ยว เป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนซึ่งนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้

วินัส ฤาชัย(2544) ศึกษาเรื่องศักยภาพของชุมชนภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยวิเคราะห์ด้านการจัดการ การตลาด การผลิต และการเงินของธุรกิจชุมชน 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มเกษตรกรรื้อวัวแดง หมู่ 3 ตำบลรื้อวัวแดง อำเภอสันกำแพง 2) กลุ่มเกษตรกรบ้านป่าไผ่ หมู่ 2 ตำบลแม่โป่ง อำเภอดอยสะเก็ด 3) กลุ่มอาชีพกระดาษสาและหัตถกรรม หมู่ 6 ตำบลมะขามหวาน อำเภอสันป่าตอง และ 4) กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสันทราย หมู่ 7 ตำบลหนองแก้ว อำเภอหางดง โดยใช้การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT analysis) และหลักเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในการศึกษาศักยภาพ

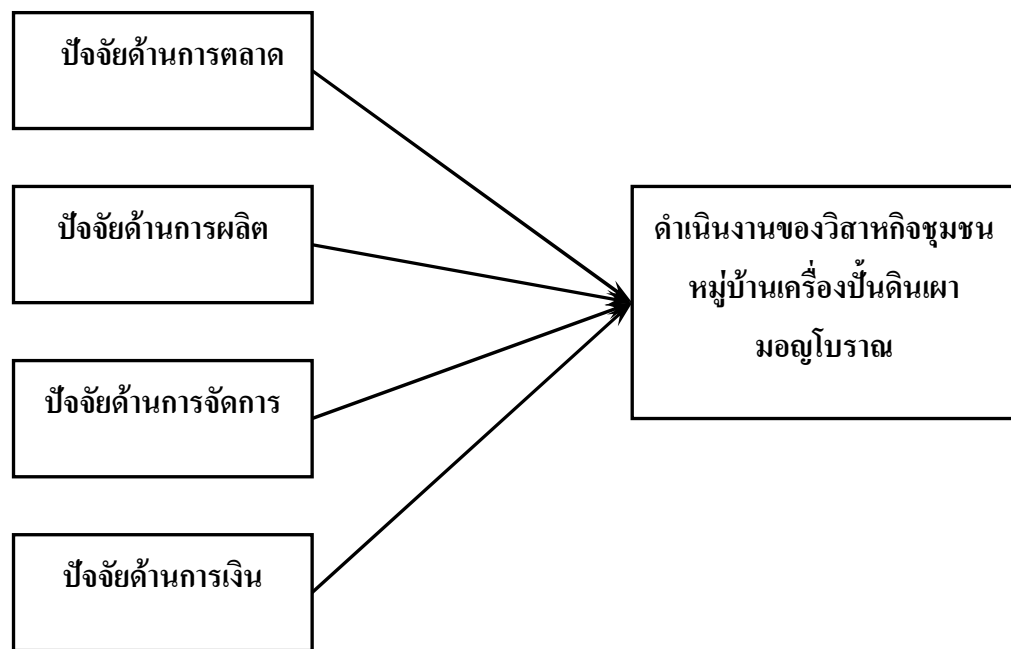
โดยรวมแล้วการศึกษาจากการวิเคราะห์ SWOT พบว่าแต่ละกลุ่มนั้นมีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคแตกต่างกัน แต่กลุ่มที่มีจุดแข็งและโอกาสมากที่สุดเรียงตามลำดับคือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านป่าไผ่ กลุ่มอาชีพกระดาษสาและหัตถกรรม กลุ่มเกษตรกรรื้อวัวแดง และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสันทราย และจากการวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์นั้น พบว่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านป่าไผ่ กลุ่มอาชีพกระดาษสาและหัตถกรรม และ

กลุ่มเกษตรกรร่องวัวแดง มีศักยภาพและความพร้อมของชุมชนในระดับ 3 ดาว ส่วนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสันทรายมีระดับศักยภาพหรือความพร้อมของชุมชนปานกลางในระดับ 2 ดาว

สิวลี วงศ์ไพฑูริย์วัฒนา (2543) ศึกษาเรื่อง “การดำเนินงานในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของผู้ประกอบการในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่” ผลการศึกษาพบว่า ทางด้านการจัดการผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนล่วงหน้าโดยเป็นการวางแผนระยะสั้น และพิจารณาปัจจัยภายใน ได้แก่ ความพร้อมด้านการเงินและการผลิต ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจและกลุ่มลูกค้า ด้านการเงินและการบัญชี ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะใช้เงินทุนส่วนตัวและกู้ยืมจากสถาบันการเงิน สำหรับผู้ประกอบการที่กู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินจะพิจารณาถึงอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาการจ่ายชำระหนี้ โดยส่วนใหญ่จะใช้สินทรัพย์ค้ำประกันการกู้ยืม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีการจัดทำบัญชี ด้านการผลิต ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนการผลิตไว้ล่วงหน้าและจะผลิตตามความต้องการของตลาดในแต่ละช่วงเวลา วัตถุดิบ(หม้อห้อม)ที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่ทำการสั่งซื้อจากร้านค้าในตัวจังหวัดและจากโรงงานผลิตผ้าในกรุงเทพฯ การผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมจะผลิตด้วยมือ ผู้ประกอบการทุกรายจะจ้างคนงานจากภายนอกตัดเย็บผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม ทางด้านการตลาด ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมให้ความสำคัญในส่วนประสมการตลาด คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ ผู้ประกอบการบางส่วนประสบปัญหาค่าแรงการตัดเย็บสูงและช่างตัดเย็บไม่มีทักษะความชำนาญ ปัญหาด้านการเงินและการบัญชี ได้แก่ รายได้และยอดขายต่ำและเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ ปัญหาด้านการผลิต ได้แก่ ต้นทุนการผลิตสูงและการตัดเย็บไม่มีคุณภาพ ส่วนปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ การแข่งขันทางการตลาดกันเอง และลูกค้าเห็นว่าผลิตภัณฑ์มีราคาสูงเกินไป

ชลน โสมะนะวัฒน์ (2541) ศึกษาเรื่องการรวมกลุ่มและศักยภาพในการแก้ปัญหาของชุมชนชนบทในภาคเหนือ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาเงื่อนไขและกลไกการรวมกลุ่มในชนบทรวมทั้งวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่ม เป็นกลไกในการแก้ปัญหาชุมชนชนบทภาคเหนือ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มในชุมชนเป็นกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวกันเองของสมาชิก แยกเป็นกลุ่มย่อย และกลุ่มเฉพาะกิจตามความจำเป็นในการดำรงความร่วมมือของชุมชน เงื่อนไขการรวมกลุ่มประกอบด้วยเงื่อนไขความสัมพันธ์ของคนในชุมชน ได้แก่ ปัญหาความขัดแย้ง การถูกเอารัดเอาเปรียบ การเรียนรู้และผลประโยชน์เป็นกลไกสำคัญในการรวมกลุ่ม และการรวมกลุ่มทำให้มีศักยภาพในการแก้ปัญหาชุมชนในด้านการเกษตร ปัญหาหนี้สิน ปัญหารายได้และราคาผลผลิตตกต่ำ ปัญหาการถูกกดขี่และเอารัดเอาเปรียบ ปัญหาความขัดแย้งในชุมชน ส่งผลให้ชุมชนเข้มแข็งและบุคคลมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่า โดยทั่วไป การดำเนินงานหรือการประกอบธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จนั้น ประกอบด้วยปัจจัยหลายประการ ได้แก่ ปัจจัยด้านการผลิต การตลาด การจัดการและปัจจัยด้านการเงิน ดังนั้น การศึกษารูปแบบการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน หมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาอมฤโบริณ เพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนในครั้งนี้ จึงสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้คือ



ภาพ 2.1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากกรอบแนวคิดดังกล่าว อธิบายได้ว่าการที่วิสาหกิจชุมชนจะประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงไรนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยข้างต้น 4 ประการ โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

ประการที่หนึ่ง ปัจจัยด้านการผลิต ศึกษาความพร้อมของการผลิต การวางแผนและการตัดสินใจ โดยพิจารณาจาก แหล่งวัตถุดิบและการจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตรวมทั้งคุณภาพของวัตถุดิบซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการผลิต ทักษะความชำนาญของผู้ผลิต ของเสียที่เกิดจากการผลิต กำลังการผลิต เทคโนโลยีในการผลิตรวมทั้งเครื่องมือ เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต

ประการที่สอง ปัจจัยด้านการตลาด เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการอยู่รอดของกิจการ โดยศึกษาถึงกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภค เพื่อก่อให้เกิดการจำหน่าย

สินค้า และเป็นที่มาของรายได้ในการลงทุนและขยายกิจการ ได้แก่ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ประการที่สาม ปัจจัยด้านการจัดการ เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจกำหนดโครงสร้างองค์การ แนวทางและการวางแผนปฏิบัติการ ตลอดจนประสานความสัมพันธ์ของกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ประกอบด้วย การฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน การสื่อสารที่ถูกต้องชัดเจน การประสานงาน การจัดกำลังคน การควบคุม บริหารงาน และการจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสม

ประการที่สี่ ปัจจัยด้านการเงิน เป็นปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญของการดำเนินงาน เกี่ยวข้องกับการจัดหาและการใช้ไปของเงินทุน เพื่อให้ธุรกิจมีสภาพคล่องและมีสถานภาพทางการเงินที่เข้มแข็ง ประด้วยเงินทุนหมุนเวียน ความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน การจัดทำบัญชี และความชำนาญในการบริหารเงิน

บริบทชุมชนตำบลเกาะเกร็ด

“เกาะเกร็ด” เดิมเรียกว่าบ้านแหลม เป็นแผ่นดินผืนเดียวกับฝั่งอำเภอปากเกร็ดแต่มีสภาพพื้นดินเป็นแหลมยื่นออกมา ในสมัยพระเจ้าอยู่หัวท้ายสระแห่งกรุงศรีอยุธยา ได้มีการขุดคลองลัดลำน้ำเจ้าพระยาตรงส่วนที่เป็นแหลมยื่นไปตามความโค้งของแม่น้ำเจ้าพระยา เรียกคลองนี้ว่า "คลองลัดเกร็ดน้อย" ต่อมากระแสน้ำได้เปลี่ยนทิศทาง ทำให้คลองขยายกว้างขึ้นเพราะถูกความแรงของกระแสน้ำเซาะตลิ่งพังพื้นที่ที่ถูกแม่น้ำล้อมรอบจึงกลายเป็นเกาะเกร็ด และมีสภาพเป็นเกาะเช่นปัจจุบัน

ปัจจุบัน ถูกเรียกว่าองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดตามประกาศกระทรวงมหาดไทย มีฐานะเป็นตำบลเกาะเกร็ด ขึ้นกับเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีพื้นที่ขนาด 4.2 ตารางกิโลเมตร หรือ 2,489 ไร่ แบ่งเขตการปกครองเป็นหมู่บ้านรวมทั้งสิ้น 7 หมู่บ้าน คือ

- หมู่ที่ 1 บ้านลัดเกร็ด
- หมู่ที่ 2 บ้านศาลากุลนอก
- หมู่ที่ 3 บ้านศาลากุลใน
- หมู่ที่ 4 บ้านคลองสระน้ำอ้อย
- หมู่ที่ 5 บ้านท่าน้ำ
- หมู่ที่ 6 บ้านเสาธงทอง
- หมู่ที่ 7 บ้านโองอ่าง

มีประชากรทั้งสิ้น 1,461 ครอบครัว¹ ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเชื้อสายรามัญ (มอญ) ร้อยละ 43 ซึ่งได้อพยพเข้ามาและตั้งรกรากในดินแดนไทยตั้งแต่ครั้งสมัยอยุธยา รองลงมา เป็นชาวไทยพื้นถิ่นร้อยละ 42 และชาวไทยมุสลิมร้อยละ 15 ทั้งนี้ หมู่ที่ 1, 6 และหมู่ที่ 7 เป็นที่อยู่อาศัยของชาวไทยเชื้อสายมอญเป็นส่วนใหญ่ อันมีวิถีชีวิตเกี่ยวกับการทำเครื่องปั้นดินเผา มาตั้งแต่ครั้งอดีต

สภาพทางเศรษฐกิจของชุมชนเกาะเกร็ด

เนื่องจากลักษณะทางภูมิศาสตร์ของเกาะเกร็ดเป็นเกาะขนาดเล็กมีพื้นที่รอบเกาะเพียง

4.2 ตารางกิโลเมตร การเดินทางไป – มา ระหว่างเกาะกับเขตเมืองอาศัยเรือโดยสารเป็นพาหนะ บนเกาะจึงไม่มีรถยนต์หรือรถโดยสารขนาดใหญ่ จะมีก็เพียงรถจักรยานและรถจักรยานยนต์เท่านั้น อีกทั้งมีข้อจำกัดในเรื่องของระบบสาธารณูปโภค ซึ่งไม่สะดวกสบายนัก ประชากรส่วนใหญ่จึงประกอบอาชีพเกษตรกรรม หัตถกรรม และอุตสาหกรรมในครัวเรือน บางส่วนเป็นข้าราชการ พนักงานโรงงานอุตสาหกรรมและอาชีพอื่นๆ เกษตรกรรมที่ดินเป็นของตนเอง ร้อยละ 72.80 ส่วนใหญ่ทำสวนผลไม้ยืนต้น เช่น ทุเรียน มะม่วง ส้มโอ ฯลฯ อุตสาหกรรมและหัตถกรรมที่มีการสืบทอดมาตั้งแต่ดั้งเดิม เช่น การผลิตเครื่องปั้นดินเผา การสานแข่งปลาทุ การทำขนมหวานไทยโบราณ การประดิษฐ์ดอกไม้จากผ้าใยบัว การทำผ้าบาติก การสานตะกร้าจากเชือกพลาสติก เป็นต้น

1. ภาคเกษตรกรรม นิยมทำสวนผลไม้แบบเกษตรผสมผสาน เช่น ทุเรียน มะม่วง ส้มโอ กล้วย รองลงมาได้แก่การทำสวนผัก แต่ปัจจุบัน ผลผลิตทางเกษตรมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากคนวัยหนุ่มสาวนิยมไปประกอบอาชีพนอกเกาะ และที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งคือปัญหาน้ำท่วม

2. ภาคอุตสาหกรรมและหัตถกรรม เช่น การผลิตเครื่องปั้นดินเผา การทำขนมหวานไทยโบราณ การประดิษฐ์ดอกไม้จากผ้าใยบัว การทำผ้าบาติก การสานตะกร้าจากเชือกพลาสติก เป็นต้น ทั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับการผลิตเครื่องปั้นดินเผา เช่น กระถาง หม้อ และโอ่ง จนได้ชื่อว่า ชุมชนหมู่บ้านเกาะเกร็ดเป็นชุมชนช่างเครื่องปั้นดินเผาชั้นเลิศมาแต่อดีต เป็นที่รู้จักและยกย่องว่ามีความงดงามเหมาะสมแก่ประโยชน์ใช้สอยและมีความทนทาน โดยแต่เดิมนั้นเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดมี 2 ประเภท ประเภทที่ 1 คือ เครื่องใช้ เช่น โอ่ง อ่าง ครก ประเภทที่ 2 คือ เครื่องปั้นดินเผาประเภทสวยงามหรือที่เรียกว่า ลายวิจิตร ส่วนใหญ่เป็นภาชนะประเภทโอ่งและหม้อน้ำ ซึ่งเน้นความสวยงามและการแกะสลักลวดลาย เครื่องปั้นดินเผาประเภทสวยงาม หรือโอ่งลายวิจิตรนี้ส่วนใหญ่ช่างจะไม่ผลิตเพื่อขายแต่ทำเพื่อฝากฝีมือไว้ โดยการนำไปถวายวัดหรือมอบ

¹ ที่มา : สำนักงานเกษตร จังหวัดนนทบุรี

ให้แก่ลูกหลาน จากเดิมเกาะเกร็ดที่เคยเป็นแหล่งผลิตภาชนะที่ใช้สอยในชีวิตประจำวันที่ได้รับ
ความนิยม แต่ปัจจุบันความต้องการของตลาดและผู้บริโภคเปลี่ยนไป การผลิตเครื่องปั้นดินเผาใน
ปัจจุบันจึงมีเป้าหมายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมตามนโยบายในการพัฒนา
ชุมชนเกาะเกร็ดเศรษฐกิจแบบพึ่งพาตนเอง

กำเนิดเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด

การทำเครื่องปั้นดินเผาตามอูโบราณของชาวตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัด
นนทบุรีนั้น สืบทอดมาจากบรรพบุรุษชนชาติมอญที่อพยพเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่สมัยกรุงศรี
อยุธยาตอนปลาย สันนิษฐานว่าคงจะมีอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผามาตั้งแต่อยู่เมืองมอญก่อนที่จะ
อพยพเข้ามาในประเทศไทย เมื่อชาวมอญได้รับพระบรมราชานุญาต จึงได้ตั้งบ้านเรือนบริเวณปาก
เกร็ดซึ่งสภาพดินเหมาะสมในการทำเครื่องปั้นดินเผา ลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของภาชนะ
เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดคือ เป็นเครื่องปั้นดินเผาชนิดไม่เคลือบ เนื้อภาชนะมีลักษณะหยาบ มี
ความพรุนในตัวสูง เมื่อบรรจุน้ำจะเย็นและหอมเนื้อดิน เครื่องปั้นดินเผาของชาวเกาะเกร็ดมีหลาย
ขนาดตั้งแต่ขนาดใหญ่จนถึงขนาดเล็ก ส่วนลักษณะของชิ้นงานมี 2 ประเภท คือประเภทใช้สอย
เช่น โอ่งใส่น้ำขนาดใหญ่ จนถึงที่มีขนาดย่อมลงมาคือ อ่าง ครก หม้อ และถ้วยชาม ประเภทที่สอง
คือประเภทสวยงาม ได้แก่ โอ่งแกะสลัก หม้อแกะสลัก ที่ช่างบรรจงสร้างขึ้นเพื่อฝากหรือถวายพระ
หรือมอบให้แก่ญาติผู้ใหญ่ ซึ่งช่างแกะสลักแต่ละคนจะมีความถนัดและมีการพัฒนาลวดลายที่
แตกต่างกันออกไป

ภาชนะเครื่องปั้นดินเผาของเกาะเกร็ด มีชื่อเสียงมากในด้านความสวยงามของรูปทรง
การแกะสลักตกแต่ง การฉลุลวดลายและความทนทาน เป็นที่รู้จักตั้งแต่โบราณจนถึงปัจจุบัน และ
เป็นที่ยอมรับของทางราชการ จึงได้มีการนำรูปเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดขึ้นเป็นรูปตราสัญลักษณ์
ของจังหวัดนนทบุรี

ลักษณะเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด

ลักษณะภาชนะเครื่องปั้นดินเผาของชาวเกาะเกร็ดที่ถือว่ามีความสวยงาม โดยทั่วไปขอบ
ปากจะกลมกลิ้งเหมือนกระบอกไม้ไผ่ผ่าครึ่ง ไหล่ผายออกลาดโค้งลงมาถึงก้น ทำเส้นลวดเน้นที่
ขอบและไหล่เครื่องปั้น ตกแต่งลวดลายที่ผิวภาชนะตั้งแต่ไหล่จนถึงก้น มักจะไม่ปล่อยให้ผิวพื้นที่
ว่าง โดยเฉพาะภาชนะก้นกลมจะฉลุลวดลายอย่างวิจิตรงดงาม ส่วนภาชนะก้นตัดซึ่งสามารถตั้งได้
โดยไม่ต้องใช้ขารองจะเน้นลวดลายที่ก้นเป็นพิเศษนอกจากลวดลายที่ไหล่และก้นแล้วที่ปากก็ตกแต่ง

ลวดลายอย่างวิจิตรให้เข้าสู่กับส่วนตัวและฐาน เรียกว่า "ทรงเครื่อง" การตกแต่งลวดลายด้วยวิธีต่างๆ ทำให้เกิดลวดลาย 4 ประเภทคือ

1. ลวดลายที่เกิดจากการใช้ของมีคมขูดขีด (incised)
2. ลายที่เกิดจากการฉลุ (perforated)
3. ลายที่เกิดจากการแกะสลัก (carved)
4. ลายที่เกิดจากการกดแม่ลายลงบนผิวภาชนะ (stamped)

ลวดลายที่ตกแต่งเครื่องปั้นจึงมี 3 ประเภทด้วยกัน ตามลักษณะของวิธีการแต่งลายคือ 1) ลายที่เกิดจากการขีดหรือสลัก 2) ลายที่เกิดจากการตัดดินหรือฉลุโปร่ง และ 3) ลายที่เกิดจากการกดให้เนื้อดินนูนหรือต่ำลงตามแบบของลาย ลวดลายที่ตกแต่งบนภาชนะเครื่องปั้นดินเผาซึ่งเป็นลวดลายแบบมอญมีมากมายหลากหลายแบบ เช่น ลายกลีบบัว ลายเครือเถา ลายดอกไม้ต่างๆ ลายสร้อยคอ ลายใบไม้ ลายเทพพนม ลายรูปสัตว์ ลายพวงมาลัย ลายฉลุโปร่ง ลายพวงดอกไม้ ฯลฯ สำหรับเครื่องปั้นดินเผาประเภทสวยงาม ส่วนใหญ่เป็นโอ่งน้ำ แต่มีรูปทรง ลวดลายการตกแต่งแตกต่างกันหลากหลายรูปแบบ รูปทรงที่นิยมประดิษฐ์ คือ ทรงหม้อน้ำลวดลายวิจิตร (ทรงก้นกลม คอสูง) ทรงก้นกลมคอสั้น ทรงโอ่งสลักเอวใหญ่ ทรงโอ่งสลักเอวคอด ทรงโอ่งสลักทรงสูงเอวคอด ทรงขวดโหล ทรงฟักทองคอสั้น ทรงฟักทองคอสูง ทรงมะยม ทรงกระบอก ทรงกระบอกปากผาย ทรงตลกอื่นๆ และทรงกลมมีรูปตัวสัตว์ (ไก่ นก กระต่าย) เป็นต้น

ลักษณะพิเศษที่เป็นเอกลักษณ์ของเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดที่สำคัญๆ มีดังนี้ คือ

1. การตกแต่งลวดลายนิยมทำเป็นลายฉลุโปร่งที่ขารอง นอกจากจะเพิ่มความสวยงามให้แก่ภาชนะเครื่องปั้นแล้ว ยังนับว่าเป็นความฉลาดของช่างปั้นในสมัยโบราณ เพราะประโยชน์ของขารองเช่นนี้มีมาก กล่าวคือ ช่วยทำให้มีการระบายอากาศได้โอ่งน้ำ ทำให้น้ำเย็น และไม่ให้เกิดความชื้นที่พื้นผิว เมื่อวางบนพื้นบ้านที่เป็นพื้นไม้ ป้องกันมิให้พื้นบ้านผุได้เป็นอย่างดี

2. นิยมทำขารองโอ่งน้ำ ขารองนี้ทำด้วยดินเผาเช่นเดียวกัน มีการสลักลวดลายงดงาม และเป็นส่วนประกอบของตัวโอ่งน้ำ ดังนั้น โอ่งน้ำบ้านเกาะเกร็ดจึงนิยมทำเป็น 3 ส่วน คือส่วนที่เป็นตัวโอ่ง ส่วนที่เป็นฝา และส่วนที่เป็นขารอง

3. ลักษณะของฝาโอ่ง นอกจากจะทำลวดลายสวยงามเช่นเดียวกันแล้ว ฝายังนิยมทำเป็นยอดแหลมสูง

4. ลักษณะเด่นในการทำขอบของเครื่องปั้น จะมีการทำเป็นเส้นลวดบนขอบอีกชั้นหนึ่ง และตามส่วนต่างๆ ของเครื่องปั้นดินเผา เช่น ตามขอบล่าง ตามไหล่ภาชนะจะมีการทำเป็นลักษณะคล้ายเส้นลวดเพื่อความสวยงาม แม้จะเป็นเครื่องปั้นดินเผาธรรมดา เช่น อ่าง ครก ก็ทำเช่นนี้ด้วย ซึ่งทำให้ขอบของเครื่องปั้นดินเผาดูสวยงามเป็นพิเศษ และแตกต่างจากเครื่องปั้นจากแหล่งอื่นๆ

โดยเฉพาะถ้าเป็นเครื่องปั้นดินเผาประเภทสวองามแล้ว จะมีการประดิษฐ์ลวดลายที่ขอบดังกล่าวนี้ให้สวองามยิ่งขึ้น

เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดนั้น จัดเป็นเครื่องปั้นดินเผาที่มีคุณภาพและเป็นที่นิยมชมชอบของผู้ใช้ ประกอบกับอาชีพการทำหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาซึ่งเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่เก่าแก่และเป็นที่รู้จักกันตั้งแต่โบราณจนจนถึงปัจจุบัน อีกทั้งมีรูปทรงสวองาม มีการแกะสลักลวดลายที่มีลักษณะเฉพาะท้องถิ่นจนเป็นที่ยอมรับจากหน่วยงานราชการ จึงได้มีการนำรูปหม้อน้ำที่มีลวดลายวิจิตรงดงามของชุมชนชาวมอญบ้านเกาะเกร็ด มาจัดทำเป็นตราประจำจังหวัดนนทบุรีในปัจจุบัน

การผลิตเครื่องปั้นดินเผาในปัจจุบัน

ปัจจุบัน ชาวมอญเกาะเกร็ดมิได้ทำการผลิตภาชนะเครื่องปั้นดินเผาทุกครัวเรือนเหมือนเมื่อครั้งอดีตแล้ว เนื่องจากความนิยมในการใช้ภาชนะจากเครื่องปั้นดินเผาลดลง อีกทั้งวัสดุที่ใช้ในการผลิตก็เริ่มขาดแคลนและมีราคาแพง ชาวมอญเกาะเกร็ดรุ่นใหม่จึงหันไปประกอบอาชีพสาขาอื่นๆ เป็นส่วนมาก จนกระทั่งเมื่อหน่วยงานภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชนหันมาอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น เกาะเกร็ดและภาชนะเครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญเกาะเกร็ดจึงกลับมาได้รับความสนใจอีกครั้งหนึ่ง ทำให้ชาวเกาะเกร็ดหันกลับมารี้อฟื้นและทำการผลิตเครื่องปั้นดินเผาประเภทสวองามเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว หลังจากชบเขาไปนาน อย่างไรก็ตามก็ไม่สามารถเทียบได้กับเมื่อครั้งอดีตที่มีการผลิตเครื่องปั้นดินเผามากกว่านี้หลายสิบเท่า

เครื่องปั้นดินเผาของชาวเกาะเกร็ดโดยมากมีสองประเภทใหญ่ๆ ด้วยกันคือ ประเภทแรกได้แก่ ภาชนะเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น โอ่ง อ่าง ครก กระปุก โอ่งพลู กระปุกใส่น้ำตาล เป็นต้น ซึ่งมีรูปทรงสวองาม หรือคุณลักษณะอื่นๆ ที่มีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ที่จะใช้เครื่องปั้นดินเผาเหล่านั้น ไม่นับลวดลายหรือความประณีตสวองามมากนัก เพียงแต่ให้มีความเรียบร้อย ผิวขัดมัน หากจะทำลวดลายก็มักเป็นลวดลายง่ายๆ ไม่สลับซับซ้อนมากนัก ภาชนะเครื่องปั้นดินเผาประเภทนี้มีตั้งแต่ขนาดใหญ่ไปจนถึงขนาดเล็ก สำหรับประเภทที่สองคือ ภาชนะเครื่องปั้นดินเผาประเภทสวองาม ซึ่งมีขนาดเล็กกว่าประเภทแรก แต่มีรูปทรงลวดลายสยดสยองต่างสวองามประณีตเป็นพิเศษ เช่น โอ่งใส่น้ำมีหลายรูปแบบ นอกจากนี้เป็นเครื่องปั้นขนาดเล็กที่มีลวดลายสวองามอื่นๆ เช่น กระปุกหรือโอ่งใส่เครื่องหอม เครื่องปั้นดินเผาชนิดนี้ เป็นชนิดที่ไม่ได้ทำการการค้า แต่ทำด้วยใจรัก เพื่อบริจาคให้แก่ผู้ที่ตนเคารพนับถือ จึงมีลักษณะลวดลายสวองามเป็นพิเศษ เพราะช่างปั้นทำด้วยความตั้งใจ เพื่อให้ได้ผลงานที่ขอดีเยี่ยมและฝากชื่อไว้ อย่างไรก็ตามเครื่องปั้นดินเผาทั้งสองประเภทนี้ เป็นเครื่องปั้นดินเผาชนิดไม่เคลือบ มีลักษณะทึบแสง มีความ

พรุนตัวสูง เผาที่ความร้อนอุณหภูมิประมาณ 800 – 1000 องศาเซลเซียส เมื่อบรรจุน้ำ น้ำจะมีความเย็นและหอมเนื้อดิน ชวนดื่ม

วัสดุที่ใช้ในการผลิตภาชนะเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดนั้นที่สำคัญมีสามชนิด คือ ชนิดแรกคือ ดิน ซึ่งต้องเป็นดินเหนียวไม่มีวัชพืชหรือกรวดทรายปลอมปน ดินบนเกาะเกร็ดเป็นดินที่เหมาะสมในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ลักษณะดินเหนียวที่ดีจะมีสีนวลปนเหลือง เนื้อดินจะจับกันเป็นก้อนแน่น ไม่ร่วมซุย สีไม่ดำจนเกินไป ชนิดที่สองคือ ทราย เพื่อใช้ผสมกับดิน เพื่อเพิ่มความแข็งแรงให้แก่ภาชนะเครื่องปั้นดินเผา และใช้รองพื้นเพื่อไม่ให้ดินเกาะติดกับกระดานรองปั้น หรือกระดานรองพื้นในขณะเหยียบดินบนพื้นของโรงปั้น ทรายที่ดีต้องมีลักษณะละเอียด และชนิดที่สามคือ ฟิน สำหรับใช้เผาภาชนะเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งแต่เดิมนั้นใช้ฟินไม้เบญจพรรณ เมื่อต้องการให้ไฟแรงก็จะใช้ไม้คาตุม แต่ปัจจุบันใช้เศษไม้จากโรงเลื่อย ทางมะพร้าวแห้ง และก๊าซธรรมชาติ สำหรับเร่งไฟให้แรงทดแทนการใช้ฟินซึ่งหาได้ยากและมีราคาสูงในปัจจุบัน

สถานการณ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด

เกาะเกร็ด เดิมเคยเป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาแหล่งใหญ่แหล่งหนึ่งของประเทศ เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดเป็นเครื่องปั้นดินเผาที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับชมชอบของผู้ใช้ การประกอบอาชีพหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาซึ่งเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่เก่าแก่ และมีรูปทรงสวยงาม มีเอกลักษณ์เฉพาะที่มีลักษณะเฉพาะท้องถิ่นจนกลายเป็นที่ยอมรับจากทางราชการ จนได้มีการนำรูปหม้อน้ำที่มีลายวิจิตรงดงามของชุมชนชาวมอญมาเป็นตราประจำจังหวัดนนทบุรี

แต่เนื่องจากจากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีของสังคมในยุคปัจจุบัน ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนชาวมอญเกาะเกร็ดเปลี่ยนแปลงไป และความนิยมในการใช้เครื่องปั้นดินเผาเพื่อใช้เป็นภาชนะต่างๆลดลงมาก อีกทั้งวัสดุในการผลิตก็หายากและมีราคาแพง ชาวมอญเกาะเกร็ดจึงทำการผลิตภาชนะดินเผาประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนน้อยลง คงผลิตแต่เพียงโอ่งน้ำขนาดเล็ก อ่าง ครก และกระถางต้นไม้เป็นส่วนใหญ่ ชาวมอญเกาะเกร็ดรุ่นวัยกลางคนและรุ่นหนุ่มสาวในปัจจุบันส่วนใหญ่หันไปประกอบอาชีพอื่นเป็นจำนวนมาก เช่น การรับราชการ รับจ้างและค้าขาย จนเมื่อรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชนอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น เกาะเกร็ดและเครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญเกาะเกร็ด จึงกลับมาได้รับความสนใจอีกครั้งหนึ่ง ทำให้ชาวมอญเกาะเกร็ดหันมาผลิตเครื่องปั้นดินเผาประเภทสวยงามจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว การผลิตเครื่องปั้นดินเผาในปัจจุบัน จึงมีเป้าหมายประการหนึ่งเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมตามนโยบายในการพัฒนาชุมชนเศรษฐกิจแบบพึ่งพาตนเอง