

แนวทางการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ของชุมชน

บ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

THE VALUE-ADDED APPROACH POTTERY PRODUCTION. OF BAN MHUANG KUNG TAMBON

NONG KHUAI HANG DONG DISTRICT, CHIANG MAI PROVINCE

ณอมศักดิ์ วังแสน

Master of Arts Public Administration, Faculty of Social Sciences,

Mahachulalongkorn- rajavidyalaya University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตเครื่องปั้นดินเผา เพื่อศึกษาสาเหตุและปัญหาของการผลิต และเพื่อเสนอแนวทางการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ให้กับชุมชนบ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ศึกษาจากการ สัมภาษณ์เชิงลึก (In depth interview) ผู้วิจัยเลือกผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 15 คน ผลการวิจัยพบว่า สภาพทั่วไป ของการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ทางด้านอุตสาหกรรมการผลิตเกิดจากปัจจัยหลายประการ เช่น การใช้ดินที่ไม่ได้ คุณภาพ ขาดทักษะในการใช้ส่วนผสม เช่นทรายละเอียด และเกิดจากกระบวนการเผา บางกระบวนการเผาออกมาแล้ว ไม่ได้คุณภาพ ทางด้านการออกแบบ มีการพัฒนาน้อยมากในปัจจุบัน เพราะว่าผลิตภัณฑ์บางชนิดเสื่อมความนิยม เนื่องจากสภาวะการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย และอีกประการหนึ่งเกิดจากการถ่ายทอดภูมิปัญญาลดน้อยลง ใน ปัจจุบันทางด้านการเสริมสร้างคุณค่าเพื่อการเพิ่มมูลค่า พบว่าปัจจุบันการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านเหมือง กุงนั้นมีการนำเอา อัตลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรมในการปั้นมาประยุกต์เพื่อเพิ่มมูลค่าน้อยมาก

คำสำคัญ : การผลิต ; การพัฒนา ; การเพิ่มมูลค่า

Abstract

The objectives of the thesis entitled The Value-added approach of the Pottery production were as follows To study the general information of the value-added approach To study the causes and problems of pottery production with To offer the guidelines of the value-added of the pottery production to Ban Mhuang Kung, Nong Khwai, Hang Dong, Chiang Mai. This qualitative research studied the in- depth interview. The researcher selected 15 interviewees The results showed that. The general information of the value-added approach of the pottery production Manufacture industry, there are several factors which are raw materials in production, The use of non-quality soil. Lack of skills to use ingredients. Is fine sand. the product burning process. Some process cannot give quality products; The design has little current development. Because some products deteriorate in popularity. Because some products deteriorate in popularity caused by the changing conditions of modern times, there is a replaced product. The inheritance of wisdom decreases Value Strengthening for Value-added, found that Ban Mhuang Kung's pottery production nowadays has brought little identity of art and culture to the molding in order to meet the needs of consumers. very little.

Keywords : production; development; Value – Added

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรมมีผลทำให้ระบบ รูปแบบทางสังคม และวิถีชีวิตของมนุษย์ทั้งที่เป็นวัตถุและไม่ใช่วัตถุเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอไม่ว่า จะเป็นชนชาติใด เนื่องจากปัญหาที่มนุษย์ประสบอยู่ในสังคมเป็นประจำ ประกอบกับมีความต้องการจะปรับปรุงวิถีชีวิตของตนเองและครอบครัวให้มีสภาพดีขึ้นกว่าเดิม จะเห็นว่าวัฒนธรรมกับสังคมต้องไปด้วยกันเสมอ โดยเฉพาะในระบบความสัมพันธ์ของมนุษย์ที่อยู่ร่วมกันในสังคม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็มีความสัมพันธ์กับโครงสร้างของสังคมด้วย เช่น การรับเอาแบบอย่างความเป็นอยู่ในเรื่องอาหารการกิน การแต่งกาย ฯลฯ โดยสิ่งเหล่านี้ไม่ถือเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เว้นเสียแต่การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม มีผลสะท้อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบความสัมพันธ์ของบุคคลแตกต่างไปจากที่เคยเป็นอยู่มาแต่เดิม เช่น แต่เดิมความสัมพันธ์เป็นแบบใกล้ชิด เช่น การลงแขกทางการเกษตร แต่เมื่อมีเทคโนโลยีเข้ามา ความสัมพันธ์ของคนในสังคม ก็น้อยลง ในอดีตสร้างบ้านเหมาะแก่ธรรมชาติ ต่อมาเลียนแบบตะวันตก เมื่ออากาศร้อนก็ต้องพึ่ง แอร์คอนดิชัน สิ่งแวดล้อมก็เปลี่ยนไป จิตวิวัฒน์ สืบเสนาะ, (5 สิงหาคม. 2560). เช่นเดียวกับวัฒนธรรมการเป็นอยู่เครื่องใช้ไม้สอยต่างๆ ที่ว่ายุคใดคนเคยใช้หินเอามาขัดให้แหลมใช้แทนอาวุธก็เปลี่ยนมาเป็นใช้เหล็กตีเป็นมีดหรืออาวุธต่าง ๆ แทน สมัยก่อนการใช้คนโท หม้อน้ำดินเผา ใส่น้ำเพื่อดื่ม มาถึงปัจจุบัน ใช้กระติกน้ำ เทียนน้ำพลาสติกแทน สมัยในอดีตเคยใช้หม้อแกงดินเผาหุงต้มอาหาร มาปัจจุบัน ใช้หม้อไฟฟ้าแทน ซึ่งตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงทั้งหลายเหล่านี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของโลกซึ่งจะหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนแปลงนี้ได้ยาก มีแต่จะคอยอนุรักษ์ไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันดีงาม ไว้เพื่อให้ลูกหลานหรือคนรุ่นหลังได้ศึกษาต่อเพียงเท่านั้น

สำหรับการเปลี่ยนแปลงส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่ต้องเตรียมตัวรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะตามมาด้วย ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมเกี่ยวกับการทอผ้า ซึ่งประสบปัญหามากในขณะนี้ เพราะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม การแต่งกายที่เปลี่ยนไป เช่น เคยซื้อเสื้อผ้าใหม่ ๆ มาใส่ในราคาที่สูง จากร้านค้าในห้างปัจจุบันเปลี่ยนมาซื้อเสื้อผ้ามือสองใส่ ในราคาถูก ซึ่งผู้ผลิตไม่สามารถผลิตขายได้ในราคาแบบนั้นได้เลย แถมยังเป็นเสื้อผ้าที่มีคุณภาพที่ดีอีกด้วย และนำมาจำหน่ายในราคาที่ถูกลง ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอบ้านเราเป็นอย่างมาก ทำให้ผู้ประกอบการสิ่งทอทั้งหลายต้องหาวิธีปรับกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอด

อุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาก็เช่นกัน จากการเปลี่ยนแปลงที่กล่าวมาแล้วนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องหาวิธีการรับมือการเปลี่ยนแปลงด้วย เช่น คนโทสมัยก่อนเคยนำมาใส่น้ำดื่ม แต่ปัจจุบันมีสิ่งที่สามารถใช้ทดแทนคนโทได้ เราจะทำอย่างไรต่อไป หากผลิตรออกมาจำหน่ายไม่ได้ นั่นคือคำถามที่จะตามมา หากเรายังนิ่งเฉยอยู่ คำตอบตามมาก็คือเลิกผลิต เปลี่ยนไปผลิตสินค้าตัวใหม่แทน หรือไม่ก็ปิดกิจการไปเลย ซึ่งทำให้วัฒนธรรมดี ๆ ที่เคยสร้างสรรค์มาสูญหายไปด้วยในที่สุดนั่นเอง แล้วเราจะทำอย่างไรดีคำถามต่อมา ลองหาวิธีการ โดยการสร้างวัฒนธรรมใหม่ได้หรือเปล่า เช่น คนโทออกแบบใหม่จากเคยใช้ใส่น้ำดื่มเปลี่ยนมาเป็นใช้ตากแห้งบ้านเรือน ตกแต่งสวนแทน หม้อน้ำดื่มเคยใช้ใส่น้ำดื่มเปลี่ยนมาเป็นใช้ตากแห้งหรือใช้ใส่สิ่งของเอนกประสงค์แทน เช่น หากขายประเทศจีนก็จะใช้ใส่ใบชาแห้ง โดยการเน้นความประณีต ความทนทาน และความเป็นเอกลักษณ์แบบไทย ๆ เป็นต้น หรืออาจจะต้องคิดผลิตเพื่อการตกแต่งมากกว่าประโยชน์ใช้สอยแทนก็ได้ ยังทำให้ศิลปวัฒนธรรมแบบเดิม และอาชีพเดิม ๆ ยังคงอยู่ตลอดไป เพื่อลูกหลานได้ศึกษาต่อไป ซึ่งแนวคิดต่าง ๆ เหล่านี้จะเกิดขึ้นได้จำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์และองค์ความรู้เดิมที่มีมา แต่ก็ยังไม่เพียงพออยู่แน่นอน จำเป็นจะต้องอาศัยนักออกแบบหรือผู้ที่มีประสบการณ์มีความรู้เฉพาะด้านช่วยอีกทางหนึ่ง เพื่อนำมาพัฒนาความรู้ใหม่ ๆ เพื่อการแข่งขัน และเสริมสร้างความเข้มแข็งอันเป็นพื้นฐาน เพื่อให้สามารถแข่งขัน กับกระแสโลกาภิวัตน์ อีกทั้งเป็นการช่วยเหลือองค์กร และสังคมอยู่รอด

ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นยุค “เศรษฐกิจฐานความรู้” ซึ่งเป็นเศรษฐกิจ ที่อาศัยการสร้าง การกระจาย และการใช้ความรู้เป็นตัวขับเคลื่อนหลักที่ทำให้เกิดการเติบโต สร้างความมั่งคั่ง และสร้างงานในทุกรูปแบบ องค์กรจะอยู่รอด

ในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ได้นั้น จะต้องปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ เป็นการแข่งขันที่ต้องใช้ความรวดเร็วในการสร้างความได้เปรียบโดยอาศัยทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ เทคโนโลยี และยังต้องใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์โดยให้ความสำคัญกับลูกค้า มากกว่ามุ่งเน้นที่การผลิตเพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตามวิธีการจัดการความรู้แบบธรรมชาติโดยปราศจากกระบวนการที่เป็นระบบ อาจส่งผลให้การพัฒนาเป็นไปอย่างล่าช้า ไม่สามารถตอบสนองต่อเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้ทันเวลา ดังนั้นองค์กรจึงจำเป็นต้องมีการจัดการความรู้ที่เป็นระบบเพื่อช่วยให้สามารถเพิ่มผลผลิต และศักยภาพในการแข่งขันขององค์กร

ชุมชนบ้านเหมืองกุง ก็เป็นหนึ่งในชุมชนที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดเชียงใหม่มาช้านาน ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดเครื่องปั้นดินเผาที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะ และมีความเป็นอัตลักษณ์ มีการสืบทอดอาชีพการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ยังไม่ได้รับการเสริมสร้างคุณค่าการพัฒนา ด้านคุณภาพ ด้านคุณค่าทางศิลปะที่สะท้อนจิตใจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านการเสริมสร้างการเพิ่มมูลค่าเท่าที่ควร จึงควรมีการจัดระบบความรู้เพื่อให้ผู้ประกอบการอาชีพการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ให้มีการพัฒนา และสามารถรู้แนวทางการเสริมสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นฐานเศรษฐกิจที่ยั่งยืนให้กับชุมชน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ของชุมชนบ้านเหมืองกุง เพื่อให้ทราบข้อมูล และศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อแนวทางการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชน อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ เพื่อการพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ และทำให้เกิดคุณค่าทางด้านอุตสาหกรรมการผลิตทางด้านศิลปะการออกแบบเพื่อประโยชน์ใช้สอยเพื่อสร้างคุณค่าทางด้านจิตใจทั้งทางวัฒนธรรม และสังคม ทางด้านการเสริมสร้างคุณค่าเพื่อการเพิ่มมูลค่า เป็นเสมือนหนึ่ง คือ การสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้อยู่คู่กับจังหวัดเชียงใหม่สืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ของชุมชนบ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาสาเหตุและปัญหาของการผลิตเครื่องปั้นดินเผาในปัจจุบัน ของชุมชนบ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อเสนอแนวทางการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ให้กับชุมชน บ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย แนวทางการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ของชุมชนบ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualities research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) วิเคราะห์แบบพรรณนาความวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการศึกษา

ด้านอุตสาหกรรมการผลิต พบว่า เกิดจากปัจจัยหลายประการ อาทิเช่น เกิดจากวัตถุดิบในการผลิตที่สำคัญ คือ ดินที่ใช้ในการผลิต จะต้องใช้ดินที่มีคุณภาพถึงจะสามารถนำมาผลิตเป็นเครื่องปั้นดินเผา ที่มีคุณภาพ และทำให้เครื่องปั้นดินเผานั้นมีคุณค่า แข็ง แกร่ง ทนทาน ที่ผ่านมา พบว่า เมื่อเจอแหล่งดินที่มีคุณภาพแล้ว ปัญหาตามมาคือไม่สามารถใช้แหล่งดินเดิมได้ตลอดไป ต้องเปลี่ยนแหล่งดินบ่อยครั้ง ทำให้ยากแก่การรักษาไว้ซึ่งคุณภาพได้ ทำให้การผลิตได้มาตรฐานบ้าง และไม่ได้มาตรฐานบ้าง เกิดจากส่วนผสมที่สำคัญ คือทรายละเอียด ดินบางแหล่งหากไม่ได้ผสมทรายละเอียดเพื่อเป็นตัวประสาน ผลิตภัณฑ์ที่ได้ ส่วนมากจะไม่มีคุณภาพ เกิดจากกระบวนการเผา ผลิตภัณฑ์

บางอย่างที่เป็นความต้องการของลูกค้าให้เผาแบบ รถม้า ผลิตภัณฑ์ที่เผาออกมาจะด้อยคุณภาพ เพราะอุณหภูมิในการเผาไม่ถึง 800 องศา จึงทำให้เนื้อดินไม่สุก ข้างนอกดำข้างในเป็นสีน้ำตาลอ่อน แสดงว่าดินที่ถูกเผาไม่สุก เวลาใช้บรรจุน้ำนาน ๆ จะทำให้เนื้อดินหลุดลุ่ย ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เหมาะสำหรับมีไว้โชว์อย่างเดียว ไม่นิยมนำมาใช้กับประเภทงานที่ต้องบรรจุน้ำ

ด้านศิลปะการออกแบบเพื่อประโยชน์ใช้สอยเพื่อสร้างคุณค่าทางด้านจิตใจทั้งวัฒนธรรม และสังคม ที่มีการพัฒนาอยู่ในปัจจุบัน พบว่า บางโรงงานมีความพยายามพัฒนาด้านการออกแบบ แต่มีปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้การพัฒนาแบบไม่สามารถตอบโจทย์บริโภคได้เท่าที่ควร คือ การปั้นรูปแบบใหม่ทำให้เกิดความเสี่ยงในการลงทุน เพราะจะต้องนำมาทดสอบตลาดอยู่ตลอดเวลา การพัฒนาแบบใหม่เสียโอกาสทางการลงทุน เพราะจะต้องใช้เวลาในการทดลองซ้ำแล้วซ้ำเล่า ผู้ประกอบการจะต้องมีทุนสำรองในการผลิต เพื่อทำการสต็อกสินค้า

ความถนัดในการปั้น และการสะท้อนจิตใจที่มีต่อสังคม คือ สล่ำปั้น(ช่างปั้น) จะนิยมปั้นรูปแบบเดิม ๆ ที่เคยปั้นมาตั้งแต่ในอดีตเพราะเป็นความถนัดเฉพาะตน สามารถผลิตชิ้นงานได้ครั้งละมากๆ ไม่เหมือนการปั้นรูปแบบใหม่ที่ช้าเพราะเกิดจากการไม่ถนัดไม่ชำนาญ ที่มีการพัฒนาแบบมีน้อยมากในปัจจุบัน เพราะกลัวผลิตภัณฑ์บางชนิดเสื่อมความนิยมลงเกิดจากสภาวะการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย เกิดจากการถ่ายทอดภูมิปัญญาลดน้อยลง เพราะขาดบุคลากรที่จะมารับการถ่ายทอด คนรุ่นหลังส่วนใหญ่จะหันไปประกอบอาชีพอื่น

ด้านการเสริมสร้างคุณค่าเพื่อการเพิ่มมูลค่า พบว่าปัจจุบันการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านเหมืองกุงนั้นมีการนำเอา อัตลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรมในการปั้นมาประยุกต์เพื่อเพิ่มมูลค่าน้อยมาก อีกประการหนึ่งการที่ไม่นำเอาแบบเดิมมาพัฒนาหรือปรับเปลี่ยนจากรูปแบบเดิม อาจทำให้ในอีก 100 ปีข้างหน้าลูกหลานจะไม่สามารถรู้ได้ว่างานศิลปะแบบไหนอยู่ในยุคสมัยใด

การตลาดของผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านเหมืองกุงนั้น พบว่า เป็นการค้าขายแบบเดิมๆคือแบบสมัยโบราณ ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าแบบสมัยก่อน การซื้อขายผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค หรือฝากขายตามห้างสรรพสินค้า หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆยังไม่มี

การสร้างแบรนด์ หรือโลโก้ การสร้างบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายนั้น พบว่ากลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านเหมืองกุง ยังไม่มีการพัฒนามาก่อนหรือมีความคิดริเริ่มที่จะพัฒนายังยึดถือการตลาดแบบเดิมอยู่

อภิปรายผล

แนวทางการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ของชุมชนบ้านเหมืองกุง ตำบลหนองควาย อำเภอดง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผ่านมาก็ทำให้การผลิตเกิดปัญหาด้านต่าง ๆ มากมาย ที่ทำให้ไม่สามารถพัฒนาการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านเหมืองกุง ได้อย่างเต็มที่ตามความต้องการของตลาด เกิดจากปัจจัยหลายประการ อาทิเช่น

ด้านอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านเหมืองกุง เกิดจากวัตถุดิบในการผลิตที่สำคัญ คือ ดินที่ใช้ในการผลิตไม่ค่อยจะมีคุณภาพ เพราะเป็นแหล่งดินที่เลื่อนลอย เปลี่ยนแหล่งดินบ่อย ทำให้เสียเวลาในการทดสอบคุณภาพดิน ดินบางแหล่งมีคุณภาพแต่ได้ดินน้อย ใช้ระยะหนึ่งก็หมด พื้นดินบางแห่งเป็นแหล่งดินที่ใหญ่สามารถใช้ในการผลิตได้ยาวนานก็จริง แต่ดินไม่มีคุณภาพ ต้องอาศัยส่วนผสมอื่น ๆ ผสมอีกที่ เช่น ทรายละเอียดเป็นต้น ถึงจะทำให้มีความ แข็ง แกร่ง ทนทาน บรรจุใส่น้ำนาน ๆ ไม่ทำให้เนื้อดินหลุดลุ่ย หากผู้ผลิตรายใดไม่มีความชำนาญหรือเรียนมาก่อนก็จะไม่สามารถผสมสูตรได้ ก็ต้องใช้เวลาในการทดลอง ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ เชื้อวชาญ แสงทอง (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาเนื้อดินปั้น และเคลือบสำหรับผลิตภัณฑ์

เครื่องปั้นดินเผาบ้านตระกวน” ผลการศึกษาวิจัยพบว่า การปรับปรุงเนื้อดิน ทำได้โดยการผสมทรายในอัตราส่วน ร้อยละ 5-30 โดยน้ำหนัก แล้วศึกษาสมบัติทางกายภาพ และสมบัติเชิงกล ได้แก่ ความเหนียว การดูดซึมน้ำ การหดตัวหลังเผา และความแข็งแรงหลังเผา พบว่าเนื้อดินมีความเหนียว การหดตัว และความแข็งแรงลดลงตามปริมาณของทรายที่ผสมเพิ่มขึ้น ในขณะที่ร้อยละการดูดซึมน้ำ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามปริมาณของทรายที่เพิ่มขึ้น ในการผสมทรายร้อยละ 5 โดยน้ำหนัก ส่งผลให้เนื้อดินมีความแข็งแรงสูงสุด ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการเปลี่ยนแหล่งดินอยู่บ่อยครั้ง จึงทำให้เกิดปัญหาทั้งด้านการพัฒนาการผลิต ทำให้ยากแก่การรักษาไว้ซึ่งคุณภาพไม่สามารถพัฒนาให้มีความแกร่งเหมือนกับแหล่งดินจังหวัดอื่นได้

เกิดจากกระบวนการเผา ที่เรียกว่าการเผาแบบรมดำ กระบวนการเผาแบบนี้ชิ้นงานที่ได้ออกมาจะไม่ค่อยมีความแข็งแรง ทั้งนี้เกิดจากความต้องการของลูกค้า เพราะจะมีสีสน้ำที่สวยงามถูกใจลูกค้า ซึ่งกระบวนการเผาทั่วไปจะทำให้เป็นสีดำแบบนี้จะทำได้ ส่วนรูปแบบนั้นสามารถปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ สุวิทย์ อินทิพย์ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนางานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาในเอกลักษณ์ของชุมชนมอญปากเกร็ด สำหรับเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย” ผลการศึกษาวิจัยพบว่า แนวทางการประยุกต์ใช้งานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาในเอกลักษณ์ของชุมชนมอญปากเกร็ดต้องคำนึงถึงแนวคิดการออกแบบ และพัฒนา คือ ลักษณะเฉพาะถิ่น ความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย ขนาดสัดส่วน กรรมวิธีการผลิต จากการทดลองผลิตพบว่า เป็นแนวทางที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ได้

ศิลปะการออกแบบเพื่อประโยชน์ใช้สอย เพื่อสร้างคุณค่าทางด้านจิตใจทั้งวัฒนธรรม และสังคม ที่มีการพัฒนาน้อยในปัจจุบันจึงทำให้ไม่สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคได้เท่าที่ควร คือ เกิดจาก การปั้นรูปแบบใหม่ทำให้เกิดความเสี่ยงในการลงทุน เพราะจะต้องนำมาทดสอบตลาดหากไม่สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคได้ ย่อมหมายถึงการขาดทุนทั้งเงิน และเวลา การพัฒนารูปแบบใหม่เสียโอกาสทางการลงทุน เพราะจะต้องใช้เวลาในการทดลองซ้ำแล้วซ้ำเล่ากว่าจะได้รูปแบบที่ต้องการ ต้องสูญเสียเวลาในการทดลองหลายครั้งหลายครา ผู้ประกอบการจะต้องมีทุนสำรองในการผลิตเพื่อทำการสต็อกสินค้า ไม่เหมือนกับการผลิตตามออเดอร์ ผู้ผลิตได้รับเงินมัดจำส่วนหนึ่งสำหรับเป็นทุนในการผลิต ความกดดันในการปั้น และการสะท้อนจิตใจที่มีต่อสังคม สล้าบั้นมักจะนิยมปั้นรูปแบบเดิม ๆ เพราะเป็นความถนัดเฉพาะตน การปั้นรูปแบบใหม่เกิดความล่าช้าเพราะความไม่ถนัด และอีกประการหนึ่งคือการปั้นรูปแบบเดิมนั้นมีความสะท้อนถึงจิตใจเพราะเป็นงานศิลปะที่บรรพบุรุษถ่ายทอดมาให้ จึงทำให้ไม่มีการพัฒนา ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ประกรณ์ วิไล, อภิญญา วิไล (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านในภาคเหนือประเทศไทย” ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ประกอบอาชีพช่างปั้นส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงและเป็นผู้หญิงล้วนถึง 2 หมู่บ้าน อายุเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ผู้ใหญ่ถึงผู้สูงอายุระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบระดับประถมศึกษา ประสบการณ์การทำอาชีพช่างปั้นเฉลี่ย 12.5 – 46 ปี โดยในช่วง 15 ปีที่ผ่านมาบางหมู่บ้านไม่มีคนเข้าสู่อาชีพนี้เลย ส่วนใหญ่ประกอบเป็นอาชีพหลักอย่างเดียวถึง 3 หมู่บ้าน และประกอบเป็นอาชีพหลักโดยมีอาชีพเสริม คือ การเกษตรอีก 2 หมู่บ้านรูปแบบการทำงานจึงเป็นการผลิตซ้ำๆ รูปแบบเดิมๆ ไม่มีการพัฒนาใดๆ ที่มีการพัฒนารูปแบบน้อยมากในปัจจุบัน เพราะผลิตภัณฑ์บางชนิดเสื่อมความนิยมลง มีผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ ผู้ประกอบการจึงหันมาผลิต ผลิตภัณฑ์เพื่อการประดับตกแต่งมากกว่าประโยชน์ใช้สอย การถ่ายทอดภูมิปัญญาลดน้อยลง ขาดบุคลากรที่จะมารับการถ่ายทอด คนรุ่นหลังส่วนใหญ่จะหันไปประกอบอาชีพอื่น ทำให้โอเอเดียหรือแนวคิดใหม่ ๆ ไม่เกิดขึ้น

การเสริมสร้างคุณค่าเพื่อการเพิ่มมูลค่า ปัจจุบันการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านเหมืองกุง นั้นมีการนำเอา อัตลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรมในการปั้นมาประยุกต์เพื่อเพิ่มมูลค่าน้อยมาก เคยปั้นแบบไหนก็จะปั้นแบบนั้น เหตุผลเพราะทำตามความต้องการของผู้บริโภค หากเปรียบด้านราคาแล้ว ควรที่จะมีราคาแพงกว่าปัจจุบัน

อีกประการหนึ่งการที่ไม่นำเอารูปแบบเดิมมาพัฒนาหรือปรับเปลี่ยนจากรูปแบบไปจากเดิม อาจทำให้ภายนอกหน้าลูกหลานอาจสับสนเรื่องศิลปะในยุคสมัย จึงควรปรับเปลี่ยนเพื่อพัฒนารูปแบบ เพื่อป้องกันถึงยุคถึงสมัยนั้นๆ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มอีกทางหนึ่ง ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ประกรณ์ วิไล, อภิญญา วิไล (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านในภาคเหนือประเทศไทย” ผลการศึกษาวินิจฉัยพบว่า ในการพัฒนารูปแบบนั้น ทุกชุมชนไม่มีการออกแบบผลิตภัณฑ์และลวดลายใหม่ ๆ เลย แต่ส่วนมากมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบตามความต้องการของลูกค้า เหตุผลสำคัญที่สุดในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ทำตามลูกค้าสั่ง

ด้านการตลาดของผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านเหมืองกุงนั้น เป็นการค้าขายแบบพื้นบ้านเดิมๆ คือแบบสมัยโบราณ ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเหมือนสมัยก่อน การซื้อขายผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านระบบ SMS Marketing หรือ MMS Marketing ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือฝากขายตามห้างสรรพสินค้าหรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆยังไม่มี ซึ่งการทำการตลาดสมัยนี้มีความจำเป็น เป็นอย่างยิ่งในการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านระบบ SMS Marketing หรือ MMS Marketing ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เกวลิณ ช่วยบำรุง (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยทางการตลาดผ่าน Mobile Marketing ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารการตลาดผ่าน SMS Marketing ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคและการสื่อสารการตลาดผ่าน MMS Marketing ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค จากผลการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางและข้อมูลเบื้องต้นให้ผู้ประกอบการของธุรกิจและบริการนำไปใช้ในการปรับปรุงในส่วนจากรูปแบบ และข้อความในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในนวัตกรรมรูปแบบใหม่ๆ เช่น QR Code และสื่อ Social Media ในโทรศัพท์เคลื่อนที่และยังสามารถพัฒนาฐานข้อมูลไปเป็นการวิจัยทางการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ต่อไป

ด้านการสร้างแบรนด์ หรือโลโก้ การสร้างบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายนั้น กลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านเหมืองกุงยังไม่มีพัฒนาการมาก่อนหรือมีความคิดที่ริเริ่มที่จะพัฒนายังยึดถือการตลาดแบบเดิมอยู่ทั้งที่การสร้างแบรนด์ หรือโลโก้นั้นมีความจำเป็นมากในยุคปัจจุบันนี้ เพราะเป็นการประชาสัมพันธ์ตัวผลิตภัณฑ์ หรือโรงงาน ให้กับผู้บริโภค และบุคคลทั่วไปได้รู้จักและเชื่อถือในผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ นันธิดา รอดสถิต (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การสร้างแบรนด์สินค้าแปเปอร์มาเช่ของไทย” ผลการศึกษาวินิจฉัยสรุปได้ว่า เรื่องการสร้างแบรนด์สินค้าแปเปอร์มาเช่ของไทย เป็นดังนี้

มีกระบวนการสร้างแบรนด์สินค้าแปเปอร์มาเช่ของไทย โดยการนำเอาหลักปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้กับธุรกิจ มีขั้นตอน ดังนี้

การกำหนดจุดยืนของแบรนด์ คือ การสร้างสรรค์สินค้าในแนวการ์ตูนแฟนตาซี สีสันสดใสมีความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์เอง ภายใต้แนวคิดของสินค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

การกำหนดคุณสมบัติของแบรนด์ คือ สินค้าแปเปอร์มาเช่ของไทยเป็นสินค้าที่ เน้นประโยชน์ใช้สอยของตกแต่งบ้าน เป็นสินค้าที่สามารถยกระดับงานหัตถกรรมกระดาษอัดของ ไทยมาเป็นสินค้าหัตถอุตสาหกรรมไทย โดยผลิตมาจากกระดาษใช้แล้ว และสร้างสินค้าที่มีลักษณะ ความเป็นไทยในรูปแบบการ์ตูนทั้งเด็กไทย นักมวยไทย รถมอเตอร์ไซด์ สอดแทรกลายไทย ลายเส้นทอง

การสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าและแบรนด์ ตั้งแต่ชื่อแบรนด์ โลโก้ นามบัตรเว็บไซต์ บรรจุภัณฑ์และพัฒนา รูปแบบของสินค้าให้มีความเป็นเอกลักษณ์ แตกต่างจากคู่แข่ง

การสร้างวัฒนธรรมของแบรนด์ ด้วยการปลูกฝังจิตสำนึกคนในองค์กร รู้จัก อาชีพหัตถกรรมกระดาษอัดของไทย เล็งเห็นคุณค่าของงานหัตถกรรมไทย สืบทอดศิลปหัตถกรรม ไทย ภาคภูมิใจในอาชีพ มีส่วนร่วมในการผลิตสินค้าที่ใส่ใจในสิ่งแวดล้อม ช่วยลดขยะโลก ในการผลิตไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับขยะกลับมามีคุณค่าอีกครั้ง และยัง เป็นการสร้างอาชีพ กระจายรายได้ให้กับชาวบ้าน

การสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์ ด้วยการทำการสื่อสารการตลาด ด้วยการ ประชาสัมพันธ์ การเปิดหน้าร้าน การจัดแสดงสินค้า การสร้างเว็บไซต์ การแจกนามบัตร

การสร้างความรักภักดีต่อแบรนด์ ด้วยการเก็บข้อมูลของลูกค้าให้เป็นระบบ ทั้งลูกค้าในประเทศ ลูกค้าต่างประเทศ ให้ถูกต้องครบถ้วนและทันสมัยอยู่เสมอ คอยอัปเดตรูปแบบ สินค้าใหม่ ลงในเว็บไซต์คอยตอบรับอีเมลอย่างสม่ำเสมอ รวดเร็ว เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับ ลูกค้า นำเสนอสินค้าบ้าง แต่ไม่ยืดหยียดลูกค้าจนเกินไป สร้างความเป็นกันเองกับลูกค้า อธิบาย ขั้นตอนการทำแบบคร่าวๆ มีการประเมินผลจากการกลับมาซื้อสินค้าทั้งลูกค้าปลีกและส่ง

มีการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในการสร้างแบรนด์สินค้าแปเปอร์มาเช่ของ ไทย นำมาใช้ประกอบด้วย 12 เครื่องมือ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การจัดแสดงสินค้า การใช้ ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ การบรรจุภัณฑ์ หน่วยงานขาย พนักงาน การจัดนิทรรศการหรือจัดแสดงสินค้า โชว์รูม เว็บไซต์ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การฝากขาย

ข้อเสนอแนะ

ภาครัฐควรมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การส่งเสริมอาชีพการผลิตเครื่องปั้นดินเผาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการมีความเป็นอยู่ที่ดี และทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถช่วยเหลือตนเองได้ เท่ากับเป็นการลดภาระทางด้านสังคม ควรจัดสรรสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนให้กับชุมชน หรือจัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ถาวรเพื่อความมั่นคงในอาชีพ ควรหาทางออกในกรณีเกิดปัญหาสังคมกับสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากกระบวนการเผาเตา เพื่อหลีกเลี่ยงการกระทบกระทั่งระหว่างผู้ประกอบการเดิม กับผู้ค้ารายใหม่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปพิจารณาเพื่อปรับปรุงให้สอดคล้องกับการเสริมสร้างคุณค่าการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชน ส่วนเจ้าของโรงงานควรนำเอาผลการวิจัยครั้งนี้ไปปรับปรุงใช้กับการแก้ปัญหาทั้งด้านการผลิต การพัฒนารูปแบบ และการเพิ่มมูลค่าเพิ่ม เพื่อให้เกิดความยั่งยืน และความมั่นคง ผู้ประกอบการ/ร้านค้าชุมชนควรนำเอาหลักการประกอบอาชีพที่สุจริตขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าว่าด้วย สัมมาอาชีวะ การประกอบอาชีพอย่างสุจริต ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่ค้าสิ่งผิดกฎหมาย และ ผิดศีลธรรมมาใช้ต่อไปควรมีการวิจัยในลักษณะเชิงปฏิบัติการ (Action Research) เพื่อเป็นการนำแนวทางการเสริมสร้างการผลิตเครื่องปั้นดินเผาให้เกิดความชัดเจน ควรทำการวิจัยแบบเป็นกลุ่ม เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการถ่ายทอด และการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ ต้องขอขอบคุณอาจารย์ ดร.นิกร ยาอินตา ประธานควบคุมวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.เสน่ห์ ใจสิทธิ์ กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ในการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จ และขอกราบขอบพระคุณ พระเดชพระคุณพระมหาสมบุญ วุฑฒิโกโร, ดร. คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย รวมถึงพระอาจารย์มหาบุญเลิศ อินทปณฺโณ, รศ. ประธานในการสอบวิทยานิพนธ์ และกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะ และช่วยชี้แนวทางใน

การทำวิจัย เพื่อให้มีเนื้อหาสมบูรณ์ชัดเจนมากยิ่งขึ้น รวมถึงคณาจารย์สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้ทางวิชาการแก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

เกวลิน ช่วยบำรุง. (2554) “ปัจจัยทางการตลาดผ่าน Mobile Marketing ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร”. **บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.**

จรรยา โกมูทรรัตนานนท์. (2539) **สารานุกรมเครื่องปั้นดินเผา.** กรุงเทพฯ : ต้นอ่อน.

จิตติวัฒน์ สืบเสนาะ. (5 สิงหาคม. 2560). ชีวิตและวัฒนธรรมไทย [ออนไลน์] แหล่งที่มา: https://www.google.co.th/#q=http://jitiwat1234.blogspot.com/1_4213.html.

เชียวชาญ แสงทอง. (2558). “การพัฒนาเนื้อดินปั้นและเคลือบสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านตระกวน”. **บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.**

ประภรณ์ วิไล อภิญญา วิไล. (2557) “ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านในภาคเหนือประเทศไทย”, **การประชุมวิชาการ การพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน. (4)**

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

สุวิทย์ อินทิพย์. (2555) “การพัฒนางานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาในเอกลักษณ์ของชุมชนมอญปากเกร็ด สำหรับเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย”. **วารสารวิชาการคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. 5**
(2)

สัมภาษณ์. กานต์สินี สิงห์พัฒน์. (7 กรกฎาคม 2560). ผู้ประกอบการ/ร้านค้าชุมชนบ้านเหมืองกุง.

สัมภาษณ์. Mr. Benson Meyland. (17 กรกฎาคม 2560). ผู้บริโภคชาวจีน.

สัมภาษณ์. Mrs.Xishang Wensoo. (17 กรกฎาคม 2560). ผู้บริโภคชาวจีน.

สัมภาษณ์. บัวไหล บุญเตง. (12 กรกฎาคม 2560). เจ้าของโรงงาน ชุมชนบ้านเหมืองกุง.

สัมภาษณ์. ฟ้า รุ่ง โคนาริอุส. (17 กรกฎาคม 2560). ผู้บริโภคภายในประเทศ: นักออกแบบ.

สัมภาษณ์. สุพัตร วงศ์จา. (6 กรกฎาคม 2560). เจ้าของโรงงาน / สล้าปั้นหม้อ ชุมชนบ้านเหมืองกุง.

สัมภาษณ์. สุภาภรณ์ แสงจันทร์. (7 กรกฎาคม 2560). ผู้ประกอบการ/ร้านค้าชุมชนบ้านเหมืองกุง.

สัมภาษณ์. โสภา วงศ์มฤตา. (7 กรกฎาคม 2560). ผู้ประกอบการ/ร้านค้าชุมชนบ้านเหมืองกุง.

สัมภาษณ์. จันทร ตาวิโรจน์. (6 กรกฎาคม 2560). สล้าปั้นหม้อ ชุมชนบ้านเหมืองกุง.

สัมภาษณ์. ทด สืบคำเปียง. (6 กรกฎาคม 2560). สล้าปั้นหม้อ ชุมชนบ้านเหมืองกุง.

สัมภาษณ์. ประพัตร วงศ์จา. (12 กรกฎาคม 2560). เจ้าของธุรกิจ / ร้านค้าชุมชนบ้านเหมืองกุง.

สัมภาษณ์. พิทยา สายคำวัง. (12 กรกฎาคม 2560). สล้าปั้นหม้อ ชุมชนบ้านเหมืองกุง.

สัมภาษณ์. ไว บุญเตง. (12 กรกฎาคม 2560). เจ้าของโรงงาน / สล้าปั้นหม้อ ชุมชนบ้านเหมืองกุง.

สัมภาษณ์. สัณญา บุญหมั่น. (6 กรกฎาคม 2560). เจ้าของโรงงาน / สล้าปั้นหม้อ ชุมชนบ้านเหมืองกุง.

สัมภาษณ์. โสภา วงศ์จา. (6 กรกฎาคม 2560). เจ้าของโรงงาน ชุมชนบ้านเหมืองกุง.

อุไร บุญหมั่น. (7 กรกฎาคม 2560). เจ้าของโรงงาน ชุมชนบ้านเหมืองกุง. สัมภาษณ์