

การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงเครื่อง

ตำบลเชียงเครือ อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร

BAN CHIENGRUE POTTERY PRODUCT MANAGEMENT AT TOMBON CHIENGRUE
AMPHER MUENG, SAKON NAKHON PROVINCE



สมปอง ช่างทิพย์*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พงศ์ศรี ภัคดีสุวรรณ**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา 2) ศึกษาความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาและ 3) ศึกษาการบริหารจัดการกิจการเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงเครือตำบลเชียงเครือ อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ผู้ผลิต ผู้ขายและผู้ซื้อ จำนวน 142 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ปรากฏว่า ผู้บริโภคส่วนมากซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเพราะต้องการสนับสนุนสินค้าในชุมชน ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนส่วนมากซื้อโถงหรืออ่าง ที่ใช้ปลูกต้นไม้ส่วนมากจะเป็นกระถางแบบตั้ง ของที่ระลึกส่วนมากจะเป็นแจกันโคมไฟ สินค้าตกแต่งส่วนมากจะเป็นโคมไฟ นอกจากนี้ผู้บริโภคส่วนมากยังมองหาคุณภาพ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพปานกลางเมื่อเปรียบเทียบกับที่อื่น ที่สำคัญคือราคาถูกกว่าที่อื่น
2. ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา บ้านเชียงเครือ ตำบลเชียงเครือ อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก
3. การบริหารจัดการกิจการเครื่องปั้นดินเผา สำหรับผู้ผลิตและผู้ขาย ปรากฏว่าส่วนมากจะเป็นเจ้าของคนเดียว มีการวางแผนและผลิตตามความต้องการของตลาด มีการวางแผนการขยายกิจการ ซึ่งส่วนมากเป็นกิจการที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษและถือเป็นอาชีพที่มีคุณค่า แต่ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจะไม่มีตราสินค้าหรือยี่ห้อเป็นของตัวเอง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและขาย 3 อันดับแรก ได้แก่ กระถางต้นไม้และฐานรอง อ่างบัวและฐานรอง และแจกัน ส่วนมากการจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาจะทำเป็นอาชีพรอง ลวดลายการตกแต่งผลิตภัณฑ์จะทำตามความต้องการของตลาด ผลิตภัณฑ์ส่วนมากมีจุดเด่นตรงที่มีชื่อเสียงในตำบลมานาน และมีเอกลักษณ์เฉพาะ ประณีต งดงาม การกำหนดราคาส่วนมากคิดจากต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์และความยากง่ายของลวดลายการผลิตและตั้งราคาตามช่วงเวลาในการผลิต ผู้ผลิตและผู้ขายส่วนมากจะขายตรงจากผู้ซื้อ รองลงมาจะผ่านพ่อค้าคนกลาง ช่วงที่ขายผลิตภัณฑ์ได้มากที่สุด คือช่วงสงกรานต์ รองลงมาคือเทศกาลปีใหม่ ผู้ผลิตและผู้ขายทุกรายจะไม่มีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง ผลิตภัณฑ์ส่วนมากมีการส่งเสริมการขายโดยการลดราคาและมีแถมสินค้า

* นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการจัดการอาชีวอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

** คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

4. ปัญหาการบริหารจัดการกิจการผลิตภัณฑเครื่องปั้นดินเผา ปรากฏว่า ปัญหาด้านแรงงาน 3 อันดับแรก ได้แก่ ช่างไม้มีความชำนาญเท่าที่ควร ค่าแรงสูง และช่างส่งงานไม่ตรงตามเวลาที่กำหนด ด้านการเงินและบัญชี ปัญหา 3 อันดับแรก ได้แก่ ไม่สามารถเก็บเงินจากลูกค้าหนี้ได้ ไม่เข้าใจวิธีจัดเก็บภาษีอากร และเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ และด้านการผลิตที่ประสบปัญหา 3 อันดับแรก ได้แก่ ขาดคนงานที่มีความรู้ในการผลิต กำลังการผลิตไม่เพียงพอ และต้นทุนการผลิตสูง

ABSTRACT

The purposes of this research were: 1) to study factor in choosing buy pottery, 2) to study complacency in choosing buy pottery, and 3) to study pottery enterprise management of Ban Chiengkruie Chiengkruie Sub-district Mueng District, Sakon Nakhon Province. The sample sizes for this research were 142 samples by purposive random sampling. The instrument for this research was questionnaire. The statistics used in data analysis were Frequency, percentage, mean and standard deviation.

The research findings were as follows:

1. Factor in choosing buy pottery findings were the most customer buy pottery because they would like to support product in community. The most products in household with buy were the jar. The most equipment for plant with buy was the pot and souvenir with buy was the lamp moreover the most customer find quality of product with moderate level when prepare with other and the most important was cheaper than somewhere.

2. Customer had complacency with choosing pottery product Ban Chiengkruie Chiengkruie Sub-district Mueng District, Sakon Nakhon Province in total with great level.

3. Pottery enterprise management for manufacturer and seller found that mostly was owner by oneself. Mostly planed to produce for demand and increate enterprise, mostly inherit from ancestor and valuable. All non brands 3 ratings with produce and sell were jardiniere lotus basin and jar. Mostly was secondary career. The pattern of product dependent on demand and distinctive point were famous and identity. Assessing by costs in produce and difficulty of pattern and season in produce mostly sell by direct sale and middleman. Mostly season best seller were New Year festival and Songkarn festival. All owner no their own website but had promote product by discount and had for free product.

4. Problem in pottery enterprise management found that 3 ratings labor problem were technician had not expertise higher wages and technician produce lately. 3 ratings finance and account could not keep money from debtor, did not understand in levy and not enough financial. 3 ratings productions were scare knowledge in produce not enough producer and higher costs.

ภูมิหลัง

การพัฒนาประเทศเพื่อให้สามารถดำรงอยู่อย่างมั่นคง ในกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีแนวโน้มจะรุนแรงยิ่งขึ้น การปรับตัวของประเทศจำเป็นต้องเสริมสร้างความแข็งแกร่งของระบบต่างๆ ให้สามารถพึ่งตนเองได้ สร้างภูมิคุ้มกันที่ดีตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยให้ความสำคัญต่อการนำทุน ของประเทศโดยเฉพาะทุนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นำมาประยุกต์ใช้ ให้เกิดประโยชน์และเกื้อกูลกันและเสริมสร้างให้แข็งแกร่ง โดยการเสริมสร้างทุนทางสังคม มุ่งพัฒนาศักยภาพ ทั้งด้านร่างกายจิตใจและสติปัญญา ครอบคลุมมั่นคง ชุมชนเข้มแข็ง รวมพลังเป็นเครือข่ายในการพัฒนาและ ยังส่งผลต่อการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดความคุ้มค่าโดยการนำมาแปรรูปเพื่อประกอบอาชีพ

ซึ่งเป็นอาชีพที่ทำให้คนในท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ประจำ มีผลผลิตเป็นไปตามนโยบายของรัฐหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีความรู้สึกรักและผูกพันในท้องถิ่นของตนเอง การร่วมมือกันในกลุ่มคนแสดงให้เห็นถึง การมีภูมิปัญญา ต่อเนื่องแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) เป็นแผนพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในประเทศ ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ การสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มคน และสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการกระบวนการชุมชนเข้มแข็ง มีกระบวนการจัดการองค์ความรู้และระบบการเรียนรู้ของชุมชนอย่างเป็นขั้นตอน มีเครือข่ายการเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกชุมชน การสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน มีผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภคอย่างพอเพียง สนับสนุนให้ชุมชนมีการรวมกลุ่มในรูปแบบของสหกรณ์ กลุ่มอาชีพ สนับสนุนการนำภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าและบริการ ส่งเสริมสิทธิชุมชนและกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสงวนอนุรักษ์ฟื้นฟู ผลิตภัณฑ์และบริการอย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550 : 19)

เครื่องปั้นดินเผา มีความผูกพันกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ได้ใช้เป็นเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน บรรจุอาหารและสิ่งของ จึงได้มีการผลิตคิดค้น ปรับปรุงเทคโนโลยีต่างๆ เครื่องปั้นดินเผาถูกผลิตและตกแต่งด้วยเทคนิคและลวดลายที่แตกต่างกันตามความสามารถของช่างแต่ละท้องถิ่นหรือตามสภาพที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของแต่ละชุมชนที่มีแหล่งดินที่อุดมสมบูรณ์ เอื้ออำนวยต่อการผลิตเครื่องปั้นดินเผา และจากการที่ชุมชนบางที่มีพื้นที่ติดต่อกัน หรือมีการแลกเปลี่ยน ทำการค้าร่วมกัน ทำให้มีอิทธิพลต่างๆ ส่งผ่านไปอีกชุมชน เกิดการแลกเปลี่ยนศิลปะเทคโนโลยีระหว่างกัน จนมีการพัฒนาการผลิตเป็นของตนเอง ระยะเวลาผลิตใช้ในกลุ่มชนของตนเอง ต่อมาพัฒนาจนกลายเป็นอุตสาหกรรมครัวเรือน และส่งขายให้แก่ชุมชนใกล้เคียง สามารถมีรายได้เลี้ยงชีพจนยึดเป็นอาชีพได้เป็นอย่างดี

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ดำเนินงานโดยมีกรอบความคิดในการที่จะให้คนในชุมชนพิจารณาคัดเลือกผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำการผลิตสินค้า และบริการที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนเข้าร่วมโครงการ แต่ต้องผลิตและเป็นเจ้าของโดยชุมชน เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น พัฒนาด้วยเทคโนโลยี หนึ่งตำบลอาจมีหลากหลายผลิตภัณฑ์ หรือ ผลิตภัณฑ์เดียวหลายตำบล การดำเนินงานโครงการนี้อยู่บนหลักพื้นฐาน 3 ประการ คือ ประการที่หนึ่ง ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ประการที่สองพึ่งตนเอง และคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self – Reliance – Creativity) ทำให้ความฝันเป็นจริงได้ด้วยกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น ประการที่สาม การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) พูมพักประชาชนให้ใช้ชีวิตด้วยความท้าทาย และจิตวิญญาณแห่งความสร้างสรรค์ โดยโครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์หลักทั้งด้านคุณภาพ และปริมาณ สร้างโอกาสทางการตลาด และที่สำคัญยังได้ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพขึ้น ในส่วนของอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร มีกลุ่มอาชีพจำนวนทั้งสิ้น 9 กลุ่มงาน สร้างอาชีพ และรายได้ ของคนในชุมชนในที่สุด (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2548)

จังหวัดสกลนคร เป็นจังหวัดที่ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม เป็นหลัก จึงได้ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพขึ้น ในส่วนอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร มีกลุ่มอาชีพจำนวน 268 กลุ่มอาชีพ (กรมพัฒนาชุมชนเขต 2, 2553 : ออนไลน์) ในแต่ละตำบลมีกลุ่มอาชีพมาก – น้อยแตกต่างกันไป ซึ่งกลุ่มอาชีพแต่ละกลุ่ม ได้ดำเนินกิจกรรมของตนเอง ในด้านการนำความรู้ที่ได้รับจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานเกษตร-จังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด เทศบาลตำบล / องค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งให้ความรู้ในด้านการถนอมอาหาร แปรรูปอาหาร หัตถกรรม ศิลปะ – ประติมากรรม มาผลิตสินค้าตามที่กลุ่มของตนเองสนใจและมีความถนัดโดยคำนึงถึงทรัพยากรในท้องถิ่นเป็นหลัก มีการจัดจำหน่ายมาตั้งแต่ก่อตั้งกลุ่ม ในการนี้ภาครัฐให้การสนับสนุนกลุ่มอาชีพ ซึ่งเดิมเป็นการรวมตัวกันขนาดเล็ก มีเงินทุนเล็กน้อยจากสมาชิก ต่อมาผลผลิตเป็นที่นิยมและมีคุณภาพประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือชุมชนให้มีความเข้มแข็งขึ้น โดยจัดตั้งโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ชุมชนสามารถกำหนดแนวทางเลือกในการพัฒนาตนเอง สร้างบทเรียนความสำเร็จ ในกระบวนการพัฒนาตนเองไปสู่ความเข้มแข็ง มีเงินทุนหมุนเวียน สำหรับธุรกิจชุมชน ฟื้นฟูสังคม

พัฒนาคุณภาพชีวิต ส่งเสริมวัฒนธรรมอันดีงามและภูมิปัญญาท้องถิ่น และได้แต่งตั้งคณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (นตผ.) จังหวัดสกลนครขึ้น เพื่อดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ รวมทั้งส่งเสริมธุรกิจการตลาดให้ขยายอย่างกว้างขวาง ทั้งภายในและต่างประเทศได้อย่างเป็นรูปธรรม (กรมพัฒนาชุมชน. 2553 : ออนไลน์)

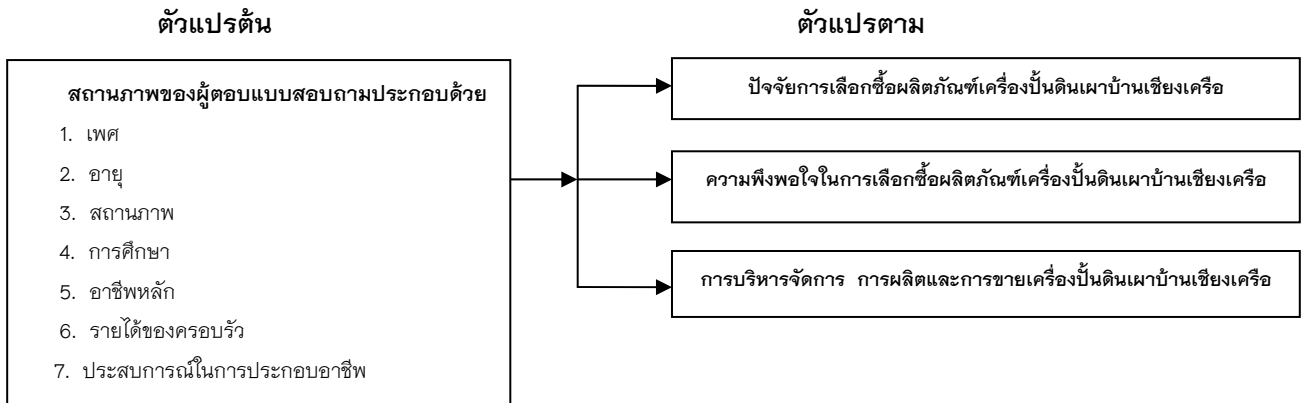
บ้านเชียงเครือ ตำบลเชียงเครือ อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร เป็นหมู่บ้านที่ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และประกอบอาชีพอื่น นอกฤดูทำนา และมีราษฎรส่วนหนึ่งผลิตเครื่องปั้นดินเผา เป็นเอกลักษณ์ของเกษตรกรรมในชนบทไทย ผลิตเป็นอาชีพเสริม ในผลิตภัณฑ์มีการใช้เทคโนโลยีระดับพื้นบ้าน ประดิษฐ์ขึ้นโดยมนุษย์ เป็นงานศิลปกรรมที่เกิดขึ้น ด้วยความคิด ด้วยมือ ด้วยประสบการณ์หรือความชำนาญการ และความเชี่ยวชาญของช่าง จากการศึกษาผลงานหัตถกรรม และศิลปกรรมพื้นบ้านบางชนิด ทำให้เห็นถึง สภาพภูมิประเทศของท้องถิ่น ทำให้รู้ถึงค่านิยมเกี่ยวกับความงาม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ จนถึงการดำรงชีวิต การประกอบอาชีพของชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เศรษฐกิจชุมชน เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา การจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผา การส่งออก นำรายได้สู่ชุมชน ผู้ครอบครัว (กรมการพัฒนาชุมชน. 2554 : ออนไลน์) บ้านเชียงเครือ ตำบลเชียงเครือ อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร ปัจจุบันเป็นหมู่บ้านที่ผลิตเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งการผลิตส่วนใหญ่เน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก เช่น หม้อดิน ฐานรอง กระถางต้นไม้ โอ่งดิน แจกัน ซึ่งมีรูปแบบและเอกลักษณ์เฉพาะตัว เนื้อผลิตภัณฑ์ค่อนข้างหนาหนักและดูดซับน้ำได้มาก เมื่อนำไปใช้งานผลิตภัณฑ์เปื่อยยุ่ยง่าย ใช้งานได้ไม่นานตามต้องการ ทำให้ความต้องการของตลาดไม่สามารถขยายวงกว้างได้มากพอ ยอดจำหน่ายพอเป็นอาชีพเสริม ผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาบางรายได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีรูปลักษณะที่แตกต่างไปจากเดิม ด้วยเหตุผลทางการตลาดและความต้องการของกลุ่มลูกค้า จึงมีการออกแบบลวดลายประดับ ตกแต่ง ออกแบบให้มีขนาดใหญ่และมีความแตกต่างเพื่อเหมาะกับการใช้งานสำหรับตกแต่งตามอาคารสถานที่ เช่น สถานศึกษา ศาสนสถาน โรงแรม รีสอร์ท และสวนสาธารณะ ซึ่งขบวนการผลิตในปัจจุบันเป็นการผลิตตามความต้องการของลูกค้า หรือผลิตตามคำสั่ง อีกทั้งอาศัยวัตถุดิบและแรงงานในท้องถิ่น ซึ่งแรงงานและผู้ประกอบการเอง ยังไม่มีความรู้ ความสามารถในการจัดการการผลิตด้านวัตถุดิบ ด้านการจัดวางผังงาน ด้านเครื่องจักรเครื่องมือ การวางแผนการผลิตและการควบคุมคุณภาพ ส่งผลให้กิจการไม่สามารถดำเนินการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพและผลิตได้ไม่ทันตามต้องการ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการวิจัย เรื่องการบริหารจัดการการผลิตเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงเครือ ตำบลเชียงเครือ อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงเครือมีคุณภาพใช้ประโยชน์ได้หลายประเภท เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ ให้ประกอบอาชีพในชุมชน สามารถพัฒนาและบริหารจัดการในการประกอบธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ ส่งผลให้เป็นชุมชนที่มีวัฒนธรรมเข้มแข็งเป็นแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยของท้องถิ่นที่สำคัญแห่งหนึ่ง

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงเครือ ตำบลเชียงเครือ อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงเครือ ตำบลเชียงเครือ อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร
3. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการ การผลิตเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงเครือ ตำบลเชียงเครือ อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ซื้อ ผู้ผลิตและผู้ขาย บ้านเชียงเครื่อง จำนวน 1,322 คน ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มผู้ผลิตและผู้ขายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงเครื่อง จำนวน 22 คน และ 2 กลุ่มผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงเครื่อง จำนวน 1,300 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ซื้อ ผู้ผลิตและผู้ขาย บ้านเชียงเครื่อง จำนวน 142 คน ได้มาจากการ โดยการเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย กลุ่มผู้ผลิตและผู้ขายเครื่องปั้นดินเผา 1 กลุ่มที่ประกอบธุรกิจจริงในปัจจุบัน จำนวน 22 คนและผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผา จำนวน 120 คน เลือกจากผู้ซื้อที่มียอดซื้อ 20,000 บาท ต่อเดือน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 สำหรับผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผา ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะให้เลือกตอบจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ปัจจัยการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา มีลักษณะให้เลือกตอบ จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีตัวเลือกตอบ 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน ระดับความพึงพอใจในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

- | | |
|---|---|
| 1 | ความพึงพอใจในการซื้ออยู่ในระดับน้อยที่สุด |
| 2 | ความพึงพอใจในการซื้ออยู่ในระดับน้อย |
| 3 | ความพึงพอใจในการซื้ออยู่ในระดับปานกลาง |
| 4 | ความพึงพอใจในการซื้ออยู่ในระดับมาก |
| 5 | ความพึงพอใจในการซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด |

ชุดที่ 2 สำหรับถามผู้ผลิตและผู้ขาย เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารจัดการเครื่องปั้นดินเผา ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะให้เลือกตอบจำนวน

ตอนที่ 2 การบริหารจัดการกิจการเครื่องปั้นดินเผา และปัญหาอุปสรรค มีลักษณะให้เลือกตอบ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การสร้างและการหาเครื่องมือ

แบบสอบถามทั้ง 2 ชุด มีวิธีการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย และกำหนดกรอบแนวคิดความคิดในการวิจัยโดยได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
2. กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และประโยชน์ของการวิจัย
3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง และนำเสนอถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหา และนำมาปรับปรุงแก้ไข
4. นำแบบสอบถามฉบับร่างไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ในด้านที่ศึกษา จำนวน 5 ท่าน พิจารณาด้านเนื้อหา โครงสร้าง การใช้ภาษา และความถูกต้องทางสำนวนภาษา แล้วผู้วิจัยนำมาปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา และทำการปรับปรุงแก้ไข
5. นำแบบสอบถามฉบับร่างไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน นำไปหาคุณภาพของเครื่องมือ และปรับปรุงแก้ไข
6. จัดทำแบบสอบถามฉบับจริงเพื่อเก็บข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ดังนี้

1. นำหนังสือขออนุญาตจากสำนักงานโครงการ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและสนับสนุนการวิจัย
2. ทำการนัดหมายวัน เวลา โดยการยึดหลักตามความสะดวกของผู้ให้ข้อมูล และไม่รบกวนเวลาการทำงานของผู้ให้ข้อมูลหลัก
3. เมื่อผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลภายในระยะเวลา 2 เดือนระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ.2555

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลชุดที่ 1 วิเคราะห์ตามลำดับดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ ร้อยละและนำเสนอโดยใช้ตารางประกอบความเรียง
- ตอนที่ 2 ปัจจัยการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ ร้อยละและนำเสนอโดยใช้ตารางประกอบความเรียง
- ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและนำเสนอโดยใช้ตารางประกอบความเรียง
- เกณฑ์การแปลผลความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงเครือ ตำบลเชียงเครือ อำเภอเมืองสกลนคร ดังนี้

คะแนนรวมเฉลี่ย 4.40 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

คะแนนรวมเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก

คะแนนรวมเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

คะแนนรวมเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับระดับน้อย

คะแนนรวมเฉลี่ย 0.00 – 1.49 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

ข้อมูลชุดที่ 2 วิเคราะห์ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ ร้อยละและนำเสนอโดยใช้ตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 2 การบริหารจัดการกิจการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา และปัญหาอุปสรรค วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ ร้อยละและนำเสนอโดยใช้ตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม และนำเสนอเป็นความเรียง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงเครื่อง ตำบลเชียงเครือ อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร สรุปได้ดังนี้

ชุดที่ 1 กลุ่มผู้ซื้อ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 31-40 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมาคืออายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 26.70 และช่วงอายุมากกว่า 50 ปี ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 63.30 รองลงมาคือ สถานภาพโสด จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 36.70 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษานุปริญญา/ปวส./ปริญญาตรี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 46.70 รองลงมาคือ มัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 29.20 และน้อยที่สุดคือ ประถมศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 29.20 รองลงมาคือ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 และน้อยที่สุดคือ ผลิตเครื่องปั้นดินเผา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท/ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 77.50 รองลงมาคือ 30,001-40,000 บาท/ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80

2. การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาในด้านต่างๆ สรุปได้ดังนี้

2.1 สาเหตุที่ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาในตำบลเชียงเครือคือ ต้องการสนับสนุนสินค้าในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 32.91 รองลงมาคือ เป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 26.66 และน้อยที่สุดคือ คุณภาพน่าเชื่อถือและมีรูปแบบที่สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 18.75

2.2 ประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ซื้อบ่อยที่สุดคือ โถงน้ำ/อ่าง คิดเป็นร้อยละ 43.38 รองลงมาคือ แจกัน คิดเป็นร้อยละ 28.57 และน้อยที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 11.64

2.3 ประเภทเครื่องใช้ในการปลูกต้นไม้ที่นิยมซื้อบ่อยที่สุดคือ กระถางแบบตั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.61 รองลงมาคือ อ่างเลี้ยงปลา/อ่างปลูกบัว คิดเป็นร้อยละ 28.96 และน้อยที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 15.84

2.4 ประเภทของที่ระลึกที่ซื้อมากที่สุดคือ แจกกันคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 30.99 รองลงมาคือ อ่างปลูกบัว คิดเป็นร้อยละ 28.09 และน้อยที่สุดคือ โมบาย คิดเป็นร้อยละ 8.67

2.5 ประเภทของตกแต่งที่ซื้อมากที่สุดคือ คอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 35.65 รองลงมาคือ หม้อหรือกระถาง คิดเป็นร้อยละ 28.27 และน้อยที่สุดคือ เครื่องแขวนประเภทต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 14.34

2.6 คุณภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาในตำบลเชิงเครื่องมือ คุณภาพปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 53.55 รองลงมาคือ คุณภาพดี คิดเป็นร้อยละ 46.44

2.7 คุณภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเมื่อเปรียบเทียบกับจากแหล่งอื่นคือ คุณภาพพอกัน คิดเป็นร้อยละ 57.40 รองลงมาคือ คุณภาพต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 45.06

2.8 ราคาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเมื่อเปรียบเทียบกับจากแหล่งอื่นคือ ราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 53.59 รองลงมาคือ ราคาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 46.40

3. การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา สรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาของผู้ซื้อ ทั้งรายด้านและโดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเอาใจใส่ของพนักงานขายที่มีต่อความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.71 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีหลายชนิดให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 4.04 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การปรับเปลี่ยนสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.50

ชุดที่ 2 กลุ่มผู้ผลิตและขาย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ผลิตและขายส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ อายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 ผู้ผลิตและผู้ขายส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 68.20 และส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ผู้ผลิตและผู้ขายส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพมากกว่า 15 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 และมีรายได้มากกว่า 40,000 บาท/ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 81.80

2. การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตและผู้ขาย สรุปได้ดังนี้

2.1 ลักษณะการบริหารจัดการส่วนใหญ่เป็นการบริหารจัดการโดยเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 68.18 รองลงมาคือ การบริหารจัดการเป็นกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 18.18

2.2 การผลิต ผลิตภัณฑ์ในกิจการเป็นการผลิตในลักษณะผลิตตามความต้องการของตลาด ตามฤดูกาล คิดเป็นร้อยละ 42.85 รองลงมาคือ ผลิตตามคำสั่ง คิดเป็นร้อยละ 35.71

2.3 การวางแผนการผลิตนั้นส่วนใหญ่จะเป็นการวางแผนการผลิตตามความต้องการของตลาด คิดเป็นร้อยละ 48.14 รองลงมาคือ วางแผนตามคำสั่งซื้อ คิดเป็นร้อยละ 33.33

2.4 ผู้ผลิตและผู้ขายส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะขยายกำลังการผลิต คิดเป็นร้อยละ 100.00 เนื่องจาก เป็นอาชีพเสริมที่สร้างรายได้ และอยู่ในท้องถิ่นตนเอง มีวัตถุดิบในท้องถิ่นทั้งหมด

2.5 เหตุผลที่ผู้ผลิตและผู้ขายประกอบกิจการจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผา เพราะว่าเป็นกิจการที่สืบทอดจากบรรพบุรุษ คิดเป็นร้อยละ 35.71 รองลงมาคือ สร้างรายได้ให้ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 23.80

- 2.6 ผู้ผลิตและขายส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการขายเครื่องปั้นดินเผา มากที่สุดคือ เป็นอาชีพที่มีคุณค่า คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมาคือ รายได้ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 22.72
- 2.7 ผู้ผลิตและขายส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้การตลาดทางตรงในการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 100.00
- 2.8 ผู้ผลิตและขายส่วนใหญ่คิดว่า จำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมเรื่องรู้ในความต้องการของผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 36.53 รองลงมาคือ การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 28.84
- 2.9 ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้นั้น ไม่มีตราสินค้าหรือยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 100.00
- 2.10 ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและขายส่วนใหญ่เป็นกระถางต้นไม้และฐานรอง คิดเป็นร้อยละ 25.33 รองลงมาคือ อ่างบัวและฐานรอง คิดเป็นร้อยละ 22.66
- 2.11 ผู้ผลิตและขาย ระกอบกิจการจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาเป็นอาชีพรอง (อาชีพหลักคือ เกษตรกรรม) คิดเป็นร้อยละ 100.00
- 2.12 ลวดลายที่ตกแต่งแต่ละผลิตภัณฑ์ ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 100.00
- 2.13 จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่นำมาจำหน่ายคือ มีชื่อเสียงภายในตำบลมานาน คิดเป็นร้อยละ 27.39 รองลงมาคือ สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะ คิดเป็นร้อยละ 24.65
- 2.14 หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์คือ ต้นทุนผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 33.87 รองลงมา คือ ความง่ายของลวดลายการผลิต คิดเป็นร้อยละ 29.03
- 2.15 การตั้งราคาสินค้า ใช้วิธีตั้งราคาในแต่ละช่วงเวลา คิดเป็นร้อยละ 32.75 รองลงมาคือ บวกเพิ่มจากต้นทุนตามกำไรที่ต้องการ คิดเป็นร้อยละ 29.31
- 2.16 ช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าภายในประเทศคือ ลูกค้าสั่งซื้อ คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมา คือ จำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.77
- 2.17 เทศกาลหรือประเพณีที่สินค้าขายดีคือ สงกรานต์ คิดเป็นร้อยละ 28.78 รองลงมาคือ ปีใหม่ คิดเป็นร้อยละ 25.75
- 2.18 เจ้าของกิจการไม่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 100.00
- 2.19 ปริมาณสินค้าที่ออกจำหน่ายไม่ครบตามความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 100.00 วิธีแก้ไขของเจ้าของกิจการคือ หาสินค้าจากแหล่งผลิตอื่นมาเสริมขายในร้าน
- 2.20 การส่งเสริมการขายของผู้ผลิตและขายคือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 48.71 รองลงมาคือ แจกสินค้า คิดเป็นร้อยละ 33.33 และแจกสินค้าตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 17.94
- 2.21 ปัญหาในด้านการจัดการที่พบคือ ช่างไม่มีความชำนาญในการผลิตเท่าที่ควร คิดเป็นร้อยละ 32.14 รองลงมาคือ ค่าแรงสูง คิดเป็นร้อยละ 26.78
- 2.22 ปัญหาในด้านการเงินและบัญชีที่พบคือ ไม่สามารถเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้ได้ คิดเป็นร้อยละ 28.48 รองลงมาคือ เงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 15.38
- 2.23 ปัญหาในด้านการผลิตที่พบคือ ขาดแคลนคนงานที่มีความรู้ในการผลิต คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ กำลังการผลิตไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 27.77

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาควรมีแนวทางการบริหารจัดการทางด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้มีความคงทน ใช้งานได้นาน รู้กรรมวิธีการผลิตที่รวดเร็ว ทันตามความต้องการของตลาด
2. ผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาควรมีแนวคิดในการวางแผนการตลาดให้กว้างขึ้น จนสามารถส่งออกไปยังต่างประเทศได้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงเครื่อง ตำบลเชียงเครือ อำเภอมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร กับกลุ่มผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่อื่นๆ
2. ควรศึกษาแนวทางในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงเครื่อง ตำบลเชียงเครือ อำเภอมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร กับกลุ่มผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่อื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาชุมชน. การพัฒนาชุมชนโดยหลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : บางกอก บล๊อค, 2530. กระทรวงมหาดไทย. เพิ่มพูนทางปัญญาพัฒนาชุมชน SMART OTOP Program. ยุทธธานี : โรงพิมพ์สมานชัย, 2547.
- กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. คู่มือสนับสนุนการปฏิบัติงานของพัฒนาการและนักวิชาการ (เล่มที่ 3) เรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจจากรฐาน, 2547.
- กรมพัฒนาชุมชน. เอกสารแนวคิด แนวทาง และกรณีตัวอย่าง การดำเนินงานศูนย์ประสานงาน เครือข่ายองค์กรชุมชน. กรุงเทพฯ : เอ ที เอ็น โปรดักชั่น, 2548.
- กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. ศูนย์ช่วยเหลือทางวิชาการพัฒนาชุมชน เขตที่ 2, เรื่องการคัดสรรผลิตภัณฑ์ชุมชนแห่งประเทศไทย หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย : วารสารชุมชน, 2553.
- กรมพัฒนาชุมชน จังหวัดสกลนคร <http://www.thaitambon.com/tambon/tcommprovprod.asp?ProvCode=2554>.
- กรมวิทยาศาสตร์บริการ. การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2547. กรุงเทพฯ : กรมวิทยาศาสตร์บริการ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2548.
- จิตติมา แสนยากร. ดินเผาทรงเครื่องเบญจลลิต. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2548.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พิมพ์ที่บริษัท ไทเนรมิตกิจ อินเทอร์เน็ตโปรดักส์. ครั้งที่ 11, 2552.
- ดวงมณี โกมารทัต. การบริหารการผลิต. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2546.
- นฤมล กลิ่นเยี่ยม. โครงสร้างการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อเซรามิคประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร. ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2544. ถ่ายเอกสาร.
- ธนสิทธิ์ จันทะวี. (2545) การออกแบบและเทคโนโลยีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาไฟสูง กรณีศึกษาจังหวัดหนองคาย นครพนม อุบลราชธานี นครราชสีมา. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ธนิดา ภู่แดง. การบริหารการผลิต. เอกสารประกอบการสัมมนาเชิงวิชาการ SMART OTOP. กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ ลิฟ, 2548.
- นิภา ทองก้อน. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จตามเป้าหมายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ผลิตสินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดราชบุรี. สุนทรปริญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 2548.

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. การบริหารการผลิต. พิมพ์ครั้งที่ 11. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2552.
- สำนักมาตรฐานการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง. การจัดการธุรกิจชุมชนหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตการ
จัดการ และการประเมินโครงการ ตามโครงการเพิ่มประสิทธิภาพบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง
พ.ศ. 2545. กรุงเทพฯ : ศรีสยามพรีนธ์แอนด์แพคค์ จำกัด, 2549.
- ศรีสุภา สหชัยเสรี. การบริหารการตลาด. เอกสารประกอบการสัมมนาเชิงวิชาการ SMART OTOPI. กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ ลีฟ,
2547.
- ศูนย์ช่วยเหลือทางวิชาการพัฒนาชุมชน. เครื่องปั้นดินเผา : ภูมิปัญญาไทย. กรุงเทพฯ : บริษัท เอ ที เอ็น โปรดักชั่น จำกัด,
2546.
- อัญชลี พูนชัย. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของสินค้าที่ได้รับการคัดสรรเป็นสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 5 ดาว ในระดับภาค
: กรณีศึกษาสินค้าประเภทผ้า และเครื่องแต่งกายในจังหวัดนครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2547.
- Cohen, Uphoff. "Administrative Roles in Local Governments," in Edward W. Weidner (ed.), Development Administration in
Asia. Durham, North-Carolina : Duke University Press, 1977.
- Griffin, R. W. and J. Ronald. Business. 2nd ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice – Hall, 1991.
- Harold Koontz. Marketing School of Business Administration BANGKON UNIVERSITY;
<http://tulip.bu.ac.th/veerapong.m/mk212powerpoint.ppt>.
- Kotler, P. Marketing Management: Analysis, Planning and Control. 4th ed. New Jersey: Prentice-Hall, 1980.
- White. Linking Communication with Strategy to Achieve Business Goals. 1982.

