

การศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถอุตสาหกรรมในครัวเรือนชนบทสู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

(A Study of the Development of Household Handicraft Industries for Commercial Purposes in the Rural Areas of Northeastern)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ขวัญกมล ดอนขวา (กสิณศรีสุข)

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบท สู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการประกอบอาชีพหัตถกรรมของครัวเรือนชนบทในปัจจุบัน และวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาไปสู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ โดยเลือกกิจกรรมการตีเหล็ก การทอเสื่อ การทอผ้าฝ้ายหมีจืด การทอผ้าไหมแพรวา และการทำหมอนเหลี่ยมผ้าลายจืด ในจังหวัดนครราชสีมา ขอนแก่น อุดรธานี กาฬสินธุ์ และจังหวัดยโสธร ตามลำดับ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 502 ตัวอย่าง โดยจำแนกเป็น 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรกได้แก่ ครัวเรือนผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม จำนวน 429 ตัวอย่าง ซึ่งกำหนดตัวอย่างแบบสัดส่วน และอีกกลุ่มหนึ่งจากผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรม จำนวน 73 ตัวอย่าง ซึ่งกำหนดตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นทั้งแบบปฐมภูมิและทุติยภูมิ ข้อมูลที่ได้วิเคราะห์แบบเชิงพรรณนา โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS PC⁺

ผลการศึกษาที่สำคัญมี 4 ประเด็นคือ (1) ผลทางด้านการผลิต การตลาด และรายได้ของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า อาชีพหัตถกรรมเป็นอาชีพเสริมรองจากการเกษตรกรรม ใช้เงินทุนมากกว่า 10,000 บาท ต่อปี แรงงานที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นแรงงานในครอบครัว ร้อยละ 85.8 การออกแบบสินค้าสืบทอดมาจากบรรพบุรุษและตามที่ลูกค้าสั่ง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2,001 - 4,000 บาท การขายสินค้าส่วนใหญ่เป็นแบบนำไปส่งให้พ่อค้าในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 60.1 และพ่อค้าเป็นผู้กำหนดราคาเอง ร้อยละ 63.6 (2) ผลทางด้านการตลาดสำหรับผู้จำหน่ายสินค้าหัตถกรรม ของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า สินค้าหัตถกรรมส่วนใหญ่มีคุณภาพดี สม่่าเสมอตรงตามรูปแบบที่สั่งที่สำคัญคือไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงรูปแบบ คิดเป็นร้อยละ 61.6 ความต้องการซื้อจะมีอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี และซื้อตามรูปแบบที่มีจำหน่ายอยู่แล้ว การตลาดต่างประเทศยังมีอยู่น้อย ดังนั้นตลาดสินค้าหัตถกรรมที่สำคัญจึงเป็นตลาดภายในประเทศ (3) ปัญหาทางด้านการผลิต การตลาดของสินค้าหัตถกรรมพบว่า ปัญหาการถูกกดราคาจากพ่อค้ารับซื้อ ไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อการผลิตและการตลาด ตลอดจนขาดความช่วยเหลือจากหน่วยราชการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังไม่มีศูนย์กลางการตลาดสำหรับจำหน่ายอีกด้วย และ (4) แนวทางในการพัฒนาสินค้าหัตถกรรม พบว่า มี 2 แนวทางคือ การพัฒนาทางด้านการผลิต ได้แก่ ควรมีแหล่งเงินทุนให้กู้ยืม สำหรับการผลิตในสาขานอกภาคการเกษตร ซึ่งเป็นรายได้ที่สำคัญ และควรมีการปรับปรุงคุณภาพและพัฒนาการออกแบบให้สวยงาม โดยควรมีการ

พัฒนาเพื่อนำไปประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ สำหรับแนวทางในการพัฒนาทางด้านการตลาดและรายได้นั้น ควรมีการรวมกลุ่มกันจำหน่ายตลอดจนจัดทำแคตตาล็อก เผยแพร่สินค้า จัดตั้งศูนย์กลางการตลาด ตลอดจนถึงจัดตั้งคณะกรรมการกลางตัวแทนการขายซึ่งบทบาทดังกล่าวควรจะได้รับ的帮助เหลือจาก ภาครัฐบาลและเอกชน

Abstract

The objective of the study on the development of household handicraft industries for commercial purposes in the rural area of Northeast are, first, to study the situation of household handicraft industries at the present, and second, to analyze the prospect of developing household handicrafts for commercial purposes. Five activities that were studied are the blacksmith, mat weaving, tie-dyed cotton weaving, supplementary weft silk (Praer-waa) and triangular pillows making from tie-dyed cotton. These activities are in Nakhon Ratchasima, Khon Kaen, Udon Thani, Kalasin and Yasothon respectively. The primary data is 502 samples from a survey and the data is divided into two groups. One is 429 samples from purposive sampling of the handicraft industrial buyers. The descriptive analysis is to use the statistical package for social science (SPSS PC⁺)

There are four main points in the results of the study. First, production marketing and income of household in the rural area; handicraft industries are the people's second occupation and requires more than 10,000 baht capital each year. 85.8 percent of the labour come from their family. The design of handicrafts depend on both the traditional knowledge and the buyers' order. The income from handicraft in each month is 2,001-4,000 baht and 60.1 percent of buyers are living in the rural area. Beside that 63.6 percent of buyers are the price makers. Second, the marketing of wholesalers and retailers; most of the handicrafts always have good quality and meet consumers' requirement. However 61-6 percent of the household never change the design of their products. The demand of handicrafts are continuous in each year. The important market is domestic, but not foreign. Third, the problems of production and marketing for handicrafts are the price determination from the monopsonists, non-collusive of households in the rural areas and also the lack of assistance from the government officers. Besides, there is no central market in target rural area. Fourth, there are two parts of handicraft development. One is the production development and the other is the marketing and income development. The production development consist of the sources of fund, quality improvement and design of handicraft product. The marketing and income development consist of the collusive of households and also the handicrafts' catalogue for marketing, the market center in the target rural area. And the staffs to take care of this center. Beside, the help from private and government sectors are very important to develop the handicraft industries.