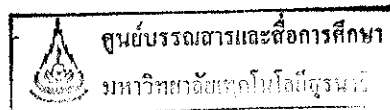




รายงานการวิจัย

เรื่อง

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



หัวหน้าโครงการวิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวัญกมล กลิ่นศรีสุข

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ

สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปีงบประมาณ พ.ศ. 2542

ผลงานวิจัยเป็นความรับผิดชอบของหัวหน้าโครงการวิจัยแต่เพียงผู้เดียว

กันยายน 2542

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบท สู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการประกอบอาชีพหัตถกรรม ของครัวเรือนชนบท ในปัจจุบัน และวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาไปสู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ โดยเลือกกิจกรรม การตีเหล็ก การทอเสื่อ การทอผ้าฝ้ายหมีขิด การทอผ้าไหมแพรวา และการทำหมอนเหลี่ยมผ้าลายขิด ในจังหวัด นครราชสีมา ขอนแก่น อุตรดิตถ์ กาฬสินธุ์ และจังหวัดยโสธร ตามลำดับ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 502 ตัวอย่าง โดยจำแนกเป็น 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรกได้แก่ ครัวเรือนผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม จำนวน 429 ตัวอย่าง ซึ่งกำหนดตัวอย่างแบบสัดส่วน และอีกกลุ่มหนึ่งจากผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรม จำนวน 73 ตัวอย่าง ซึ่งกำหนดตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นทั้งแบบปฐมภูมิและทุติยภูมิ ข้อมูลที่ได้ วิเคราะห์แบบเชิงพรรณนา โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS PC

ผลการศึกษที่สำคัญมี 4 ประเด็นคือ (1) ผลทางด้านการผลิต การตลาด และรายได้ของครัวเรือน ชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า อาชีพหัตถกรรมเป็นอาชีพเสริมรองจากการเกษตรกรรม ใช้เงิน ทุนมากกว่า 10,000 บาทต่อปี แรงงานที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นแรงงานในครอบครัว ร้อยละ 85.8 การออกแบบ สินค้าสืบทอดมาจากบรรพบุรุษและตามที่ลูกค้าสั่ง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2,001-4,000 บาท การขายสินค้า ส่วนใหญ่เป็นแบบนำไปส่งให้พ่อค้าในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 60.1 และพ่อค้าเป็นผู้กำหนดราคาเอง ร้อยละ 63.6 (2) ผลทางด้านการตลาดสำหรับผู้จำหน่ายสินค้าหัตถกรรม ของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียง เหนือ พบว่า สินค้าหัตถกรรมส่วนใหญ่มีคุณภาพดี สม่ำเสมอ ตรงตามรูปแบบที่สั่ง ที่สำคัญคือไม่ค่อย เปลี่ยนแปลงรูปแบบ คิดเป็นร้อยละ 61.6 ความต้องการซื้อจะมีย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี และซื้อตามรูปแบบที่มีจำหน่ายอยู่แล้ว การตลาดต่างประเทศยังมีอยู่น้อย ดังนั้นตลาดสินค้าหัตถกรรมที่สำคัญจึงเป็น ตลาดภายในประเทศ (3) ปัญหาทางด้านการผลิต การตลาดของสินค้าหัตถกรรม พบว่า ปัญหาการถูกกด ราคากจากพ่อค้ารับซื้อ ไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อการผลิตและการตลาด ตลอดจนขาดความช่วยเหลือจากหน่วย ราชการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังไม่มีศูนย์กลางการตลาดสำหรับจำหน่ายอีกด้วย และ (4) แนวทางในการพัฒนาสินค้าหัตถกรรม พบว่า มี 2 แนวทางคือ การพัฒนาทางด้านการผลิต ได้แก่ ควรมี แหล่งเงินทุนให้กู้ยืมสำหรับการผลิตในสาขานอกภาคการเกษตร ซึ่งเป็นรายได้ที่สำคัญ และควรมีการปรับ ปรุงคุณภาพและพัฒนาการออกแบบให้สวยงาม โดยควรมีการพัฒนาเพื่อนำไปประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ สำหรับแนวทางในการพัฒนาทางด้านการตลาดและรายได้ นั้น ควรมีการรวมกลุ่มกันจำหน่ายตลอดจนจัดทำ แคนตาล็อก เผยแพร่สินค้า จัดตั้งศูนย์กลางการตลาด ตลอดจนจัดตั้งคณะกรรมการกลางตัวแทนการขาย ซึ่งบทบาทดังกล่าวควรจะได้รับ การช่วยเหลือจากภาครัฐบาลและเอกชน

Abstract

The objectives 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.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเชิงวิชาการเรื่อง การศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบท สู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (A Study of the Development of Household Handicraft Industries for the Commercial Purposes in the Rural Area of Northeastern) สามารถเสร็จสมบูรณ์และบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้น เพราะได้รับเงินสนับสนุนด้านงบประมาณจาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จึงใคร่ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ส่วนราชการใน จังหวัดนครราชสีมา ขอนแก่น อุตรธานี กาฬสินธุ์ และ ยโสธร ได้แก่ สำนักงานจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด และองค์การบริหารส่วนตำบล ตลอดจนกลุ่มครัวเรือนชนบท พ่อค้าขายส่ง และพ่อค้าขายปลีก ในพื้นที่ศึกษา ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้

สุดท้ายขอขอบคุณผู้ช่วยนักวิจัย ที่ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจภาคสนาม ในพื้นที่ทำการศึกษา มา ณ โอกาสนี้

ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข

กันยายน 2542

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญแผนภูมิ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญ และ ที่มาของปัญหาในการวิจัย	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
วิธีการศึกษา	3
การเก็บรวบรวมข้อมูล	3
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	4
บทที่ 2 การตรวจสอบเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
บทที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ศึกษา	15
จังหวัดนครราชสีมา : ตำบลบ้านโพธิ์ อำเภอเมือง	15
จังหวัดขอนแก่น : สุขาภิบาลบ้านดั่น อำเภอเมือง	17
จังหวัดอุดรธานี : สุขาภิบาลนาข่า และ ตำบลสามพร้าว อำเภอเมือง	19
จังหวัดกาฬสินธุ์ : สุขาภิบาลโพน อำเภอคำม่วง	23
จังหวัดยโสธร : ตำบลศรีฐาน และ ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าดัว	25
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางการผลิต การตลาด และรายได้ ของครัวเรือนชนบท ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	30
ลักษณะโดยทั่วไปของครัวเรือนชนบท ผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม	30
สภาพการผลิตสินค้าหัตถกรรม	34

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

เงินทุนและแหล่งที่มาของเงินทุน	34
การสั่งซื้อปัจจัยการผลิตหรือวัตถุดิบ	34
การใช้แรงงานสำหรับการผลิตสินค้าหัตถกรรม	37
การออกแบบสินค้าหัตถกรรม และความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่างๆ	37
รายได้ และการตลาด ของผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม	41
รายได้ การตลาด และการกำหนดราคา	41
ลักษณะการซื้อขายและขายสินค้าหัตถกรรม	44
ปัญหาทางด้านการตลาดของสินค้าหัตถกรรม	44
บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านการตลาด สำหรับผู้จำหน่ายสินค้าหัตถกรรม	
ของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	51
ลักษณะโดยทั่วไปของผู้จำหน่ายสินค้าหัตถกรรม	51
การตลาดสินค้าหัตถกรรม	54
ปัญหาทางการตลาดสินค้าหัตถกรรม	59
บทที่ 6 แนวทางในการพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบท สู่อุตสาหกรรม	62
แนวทางการพัฒนาทางด้านการผลิต	62
แนวทางการพัฒนาทางด้านการตลาดและรายได้	63
บทบาทของภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาทางด้านการผลิต การตลาด และรายได้	69
บทที่ 7 สรุปและข้อเสนอแนะ	72
สรุป	72
ข้อเสนอแนะ	75
บรรณานุกรม	77
ประวัตินักวิจัย	80

สารบัญญัตินี้

	หน้า
ตารางที่ 4.1 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามพื้นที่ศึกษา	31
ตารางที่ 4.2 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	31
ตารางที่ 4.3 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพการสมรส	32
ตารางที่ 4.4 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครัวเรือน	32
ตารางที่ 4.5 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพหลัก	33
ตารางที่ 4.6 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามกิจกรรมหัตถกรรม	33
ตารางที่ 4.7 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม จำนวนเงินที่ใช้ลงทุนในการผลิตต่อปี	35
ตารางที่ 4.8 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม แหล่งที่มาของเงินที่ใช้ลงทุนในการผลิต	35
ตารางที่ 4.9 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม แหล่งที่มาของวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิต	36
ตารางที่ 4.10 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม วิธีการซื้อวัตถุดิบ	36
ตารางที่ 4.11 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม แหล่งที่มาของแรงงานที่ใช้ในการผลิต	38
ตารางที่ 4.12 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม เหตุผลของการจ้างแรงงานภายนอกครอบครัว	38
ตารางที่ 4.13 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ลักษณะการจ่ายค่าแรง	39
ตารางที่ 4.14 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม วิธีการออกแบบสินค้าหัตถกรรม	39
ตารางที่ 4.15 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม การได้รับความช่วยเหลือด้านการผลิตจากหน่วยงานต่างๆ	40
ตารางที่ 4.16 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม หน่วยงานที่เข้ามาให้ความช่วยเหลือ	40
ตารางที่ 4.17 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	42
ตารางที่ 4.18 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม วิธีการขายผลิตภัณฑ์	42
ตารางที่ 4.19 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม การสำรวจความต้องการของผู้ซื้อ	43
ตารางที่ 4.20 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ผู้กำหนดราคาขายในตลาด	43
ตารางที่ 4.21 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม การมีแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดที่จะนำสินค้าไปขาย	46
ตารางที่ 4.22 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม การประชาสัมพันธ์สินค้าหัตถกรรมจากส่วนราชการในพื้นที่	46
ตารางที่ 4.23 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์หลัก	47
ตารางที่ 4.24 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ราคาของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตได้รับ	47
ตารางที่ 4.25 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ช่วงเวลาหลักในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์	48
ตารางที่ 4.26 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ช่วงเทศกาลที่จำหน่ายดีที่สุด	48
ตารางที่ 4.27 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ปัญหาในการขายผลิตภัณฑ์สินค้าหัตถกรรม	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.28 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ปัญหาวิถีทางการขายผลิตภัณฑ์สินค้าหัตถกรรม	49
ตารางที่ 4.29 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม การช่วยเหลือทางด้านการขายจากหน่วยงานราชการ	50
ตารางที่ 4.30 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ปัญหาอื่นๆ จากการผลิตสินค้าหัตถกรรม	50
ตารางที่ 5.1 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามพื้นที่ศึกษา	52
ตารางที่ 5.2 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	52
ตารางที่ 5.3 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของกิจกรรมหัตถกรรม	53
ตารางที่ 5.4 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม	55
ตารางที่ 5.5 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม	55
ตารางที่ 5.6 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการนำสินค้าหัตถกรรมมาจำหน่าย	56
ตารางที่ 5.7 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามคุณภาพของสินค้าหัตถกรรมที่นำมาจำหน่าย	56
ตารางที่ 5.8 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามการเปลี่ยนแปลงรูปแบบสินค้าหัตถกรรม	57
ตารางที่ 5.9 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามลูกค้าที่ซื้อสินค้าหัตถกรรม	57
ตารางที่ 5.10 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะความต้องการซื้อสินค้าหัตถกรรม	58
ตารางที่ 5.11 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการสั่งซื้อสินค้าหัตถกรรม	58
ตารางที่ 5.12 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ปริมาณการส่งออกสินค้าหัตถกรรม	60
ตารางที่ 5.13 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ปัญหาในการติดต่อส่งสินค้าหัตถกรรมไปจำหน่าย	60
ตารางที่ 5.14 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ปัญหาด้านผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรมไปจำหน่ายต่อ	61
ตารางที่ 5.15 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ปัญหาการตลาดสินค้าหัตถกรรมด้านอื่นๆ	61

สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 1 แสดงวิธีการตลาดของผ้าไหมแพรวา และหมอนเหลี่ยมผ้าลายขีด	64
แผนภูมิที่ 2 แสดงวิธีการตลาดของเสื่อ และเสื่อกระเปาะ	66
แผนภูมิที่ 3 แสดงวิธีการตลาดของ การตีเหล็ก และผ้าฝ้ายหมี่ขีด	67
แผนภูมิที่ 4 แสดงวิธีการตลาดสินค้าหัตถกรรม ของครัวเรือนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวม	68

ความสำคัญ และ ที่มาของปัญหาในการวิจัย

จากสภาพการพัฒนาเศรษฐกิจตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ของประเทศไทยที่ผ่านมา จนถึงปัจจุบัน ปรากฏว่า ประเทศไทยประสบผลสำเร็จเป็นที่น่าพอใจ อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับสูง คือเฉลี่ยถึงร้อยละ 7.8 ต่อปี รายได้เฉลี่ยต่อหัวเพิ่มขึ้นจาก 2,100 บาทต่อปี ในปี 2504 เป็น 68,000 บาทต่อปี ในปี 2538 หรือเพิ่มขึ้น 32 เท่าตัว ฐานะการคลังของประเทศมีความมั่นคง การลงทุนทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและบริการพื้นฐานมีอย่างต่อเนื่อง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะปรากฏว่า การพัฒนาดังกล่าวจะเป็นผลมาจากการพัฒนาในภาคอุตสาหกรรม และบริการในเขตเมืองเป็นสำคัญ ซึ่งส่งผลทำให้ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจกระจุกตัวอยู่ใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล นอกจากนี้ช่องว่างระหว่างรายได้ของประชากรยังมีแนวโน้มจะแตกต่างกันมากขึ้นอีกด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาที่ผ่านมาถึงแม้จะประสบ ปัญหาเรื่องการขยายตัวทางเศรษฐกิจ แต่ความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจและโดยเฉพาะความอยู่ดีกินดีของประชาชนในชนบทยังไม่ประสบผลสำเร็จ (มหาวิทยาลัยขอนแก่น : 2539)

สำหรับการพัฒนาทางด้านการศึกษาในเขตพื้นที่ชนบท ซึ่งเป็นภาคที่ประชากรส่วนใหญ่ คือ ประมาณ ร้อยละ 60 ของประชากรทั้งหมดของประเทศอาศัยอยู่ ปรากฏว่ามีการขยายตัวไม่มากนัก นอกจากนี้ฐานทรัพยากรธรรมชาติ (Stocks of National Resources Base) ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตทางการเกษตรที่สำคัญ ได้ถูกทำลายไปในอัตราที่รวดเร็วกว่าที่จะสามารถสร้างขึ้นมาทดแทน ดังนั้นการที่จะพัฒนาประเทศโดยรวม โดยการพัฒนาทางด้านการศึกษาจึงมีโอกาสเป็นไปได้ยาก รัฐบาลเองก็ตระหนักถึงข้อเท็จจริงในเรื่องนี้เป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับต่อ ๆ มา ได้ให้การส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมและบริการมากขึ้น มีการปรับปรุงเทคโนโลยี การบริหาร การจัดการทางด้านอุตสาหกรรมและบริการในเขตเมืองมากขึ้นเรื่อยๆ สภาพการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจดังกล่าว ได้ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างตลาดแรงงานของประเทศ กล่าวคือได้ส่งผลเชื่อมโยงไปถึงการอพยพเคลื่อนย้ายแรงงานจากภาคเกษตรซึ่งมีแรงงานส่วนเกิน เข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการในเขตเมืองอย่างต่อเนื่อง และแรงงานอพยพเหล่านี้ส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานของคนหนุ่มสาวที่มี ความคิดก้าวหน้า มีการศึกษาสูงขึ้น และมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง

อย่างไรก็ตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศดังกล่าว ได้หยุดชะงักลงตั้งแต่ช่วงปลายปี พ.ศ. 2539 ที่ผ่านมา และรุนแรงมากขึ้นต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน และยังมีคาดการณ์ว่าอาจจะต่อเนื่องไปจนถึง ปี พ.ศ. 2542 ทั้งนี้การชะลอตัวทางด้านเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้กล่าวกันว่า มาจากสาเหตุทางด้านเศรษฐกิจหลายด้าน แต่ที่สำคัญคือปัญหาการขาดดุลการชำระเงิน และอัตราการขยายตัวของการส่งออกได้ลดลง ซึ่ง

ปริมาณการส่งออกที่ลดลงนี้มีสาเหตุที่สำคัญประการหนึ่งคือ ความได้เปรียบในเรื่องค่าจ้างแรงงานที่ต่ำของประเทศไทยได้หมดไป นั่นคือปรากฏว่าอัตราค่าจ้างแรงงานของประเทศมีอัตราค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน จากภาวะเศรษฐกิจซบเซาและความได้เปรียบในเรื่องค่าจ้างแรงงานที่หมดลง ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงในตลาดแรงงานกล่าวคือ มีการปิดกิจการ และลดการจ้างในภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการลง แรงงานเหล่านั้นส่วนหนึ่งจะต้องอพยพกลับเข้าสู่ชนบทเพื่อทำอาชีพเกษตรกรรม หรือหัตถกรรม ในชนบทอีกครั้งหนึ่ง ส่วนทางด้านผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่างๆ ก็มีการปรับปรุงกิจการของตนเอง ทั้งทางด้าน ชนิดของอุตสาหกรรม และเทคนิคการผลิต กล่าวคือได้เปลี่ยนมาใช้วิธีการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีที่สูงขึ้น และใช้เครื่องจักรแทนแรงงานคนมากขึ้น (Capital Intensive) อุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเป็นหลัก (Labour Intensive) ค่อยๆ เคลื่อนย้ายฐานการผลิตเข้าสู่ประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า เช่น ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอินโดจีน

ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับแรงงานคือ แรงงานที่มีการศึกษาต่ำจะต้องพัฒนาฝีมือโดยการเพิ่มพูนความรู้ เช่น โดยการศึกษาในระบบ ทั้งนี้เพื่อที่จะสามารถกลับเข้าสู่ตลาดแรงงานในภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการในเขตเมืองได้อีกครั้งหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตามจะยังมีแรงงานอีกส่วนหนึ่งโดยเฉพาะผู้ที่มีอายุมากขึ้น โอกาสที่จะกลับเข้าสู่ตลาดแรงงานอีกครั้งหนึ่งคงเป็นไปได้ยาก ประกอบกับอาชีพทางการเกษตรก็ค่อนข้างจะอึดตัว ไม่สามารถรองรับกำลังแรงงานส่วนเกินนี้ได้ทั้งหมด แรงงานส่วนนี้จะต้องเลือกหาอาชีพในชนบทที่เหลืออยู่ ซึ่งอาชีพหนึ่งที่สามารถรองรับแรงงานในชนบทได้เป็นอย่างดี และมีมาแล้วตั้งแต่โบราณคือ การหัตถกรรม อย่างไรก็ตามการประกอบอาชีพทางด้านหัตถกรรมดังกล่าวนี้ จะต้องพัฒนาให้มีสภาพเปลี่ยนแปลงไปจากในอดีต ซึ่งเคยผลิตเพื่อเป็นงานศิลปะ หรือใช้เองภายในครอบครัวเป็นหลัก มาเป็นการผลิตเพื่อการค้าที่มีรายได้ตอบแทนอย่างเพียงพอและเหมาะสม มีความมั่นคงพอที่จะยึดเป็นอาชีพได้

ดังนั้นเพื่อต้องการองค์ความรู้เกี่ยวกับ แนวทางการพัฒนาหัตถกรรมในชนบทที่ถูกต้อง และสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของระบบการค้าเชิงพาณิชย์ ตลอดจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้สำหรับ แนวทางการพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบทในพื้นที่อื่นๆ อย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการศึกษาอย่างเป็นวิชาการเพื่อให้ทราบถึงสภาพความความเป็นจริงในปัจจุบัน และแนวทางการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น อันจะเป็นแนวทางในการนำไปใช้ปรับปรุงกลยุทธ์ทางการผลิต และการตลาดในเชิงพาณิชย์ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาสภาพการประกอบอาชีพหัตถกรรม ของครัวเรือนชนบทในปัจจุบัน
- 2) ต้องการวิเคราะห์หาแนวทางการพัฒนาอาชีพหัตถกรรม ไปสู่การประกอบการในระบบการค้าเชิงพาณิชย์ ที่เหมาะสมสำหรับครัวเรือนในชนบท

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) พัฒนาสินค้าหัตถกรรมไปสู่การผลิต และการค้าเชิงพาณิชย์
- 2) เพิ่มศักยภาพการพึ่งตนเองทางด้านเศรษฐกิจ ของประชาชนในชนบท

ขอบเขตของการวิจัย

- 1) การเลือกครัวเรือนตัวอย่าง เพื่อความเหมาะสมทางด้านงบประมาณและความสะดวกจึงเลือกศึกษาเฉพาะครัวเรือนที่ประกอบอาชีพทางด้านหัตถกรรม ในจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือเท่านั้น
- 2) ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ หมายถึง ระบบการค้าตามระบบกลไกตลาด ที่คำนึงถึงต้นทุนและผลตอบแทนทางตรงที่สามารถวัดออกมาเป็นตัวเงินได้เป็นหลัก อันจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถที่จะประกอบอาชีพหัตถกรรมได้สืบไป
- 3) แนวทางการพัฒนาที่ต้องการศึกษานี้ จะครอบคลุมตั้งแต่เริ่มกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย ไปจนถึงผลกระทบทางด้านต่างๆ ที่เกิดขึ้น

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้ข้อมูลทั้งที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยจำแนกเป็นดังนี้

- 1) ข้อมูลทุติยภูมิ จะเก็บรวบรวมจากข้อมูลของหน่วยงานของภาคเอกชน และส่วนราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังเช่น สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สำนักงานจังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานพาณิชย์จังหวัด และองค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่เป้าหมาย เป็นต้น
- 2) ข้อมูลปฐมภูมิ จะใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรตัวอย่างในพื้นที่ศึกษา โดยที่การเลือกพื้นที่ศึกษาจะเลือก แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากพื้นที่ศึกษาใน 5 พื้นที่คือ อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร อำเภอลำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ และอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ส่วนการเลือกครัวเรือนตัวอย่าง จะใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อให้ได้ครัวเรือนตัวอย่างจากแต่ละพื้นที่ศึกษา โดยในพื้นที่เป้าหมายที่ทำการศึกษานั้น มีจำนวนประชากรรวม 3,363 คน ที่ประกอบอาชีพหัตถกรรมพื้นฐาน ได้แก่ การตีเหล็ก การทอเสื่อ การทอผ้าไหมมัดหมี่ การทอผ้าไหมแพรวา และการทำหมอนเหลี่ยมผ้าลายซิด หลังจากนั้นจะเลือกสุ่มตัวอย่างจากประชากรโดยวิธี แบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น

(Non-probability Sampling) และกำหนดตัวอย่างแบบสัดส่วน (Quota Sampling) จำนวนทั้งสิ้น 429 ตัวอย่าง

สำหรับการศึกษาทางการตลาดหรือทางด้านผู้ซื้อผลิตภัณฑ์นั้น จะทำการออกแบบสอบถามจากร้านขายส่งและร้านขายปลีกในพื้นที่เป้าหมายที่ทำการศึกษา จากจำนวนประชากรหลักที่เป็นผู้ซื้อ จำนวน 100 ราย จะเลือกตัวอย่างมาแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาว่าตัวอย่างดังกล่าว น่าจะเป็นตัวแทนที่ดี จำนวน 73 ตัวอย่าง

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้จะใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Method) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS PC⁺ (Statistical Package for Social Science) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสภาพต่างๆ ทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประชากรตัวอย่าง สภาพเกี่ยวกับลักษณะการผลิต และการตลาด ทางด้านต่างๆ ตลอดจนสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น โดยที่การวิเคราะห์จะมีทั้งลักษณะการบรรยายปรากฏการณ์ต่างๆ ตลอดจนการวิเคราะห์ในรูปของสัดส่วนร้อยละ การใช้ตาราง แผนภูมิ และแผนภาพต่างๆ

บทที่ 2

การตรวจสอบเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐภัทร จันทวิช (2541) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ผ้าในสมัยอยุธยาเข้าสู่ยุคราชอาณาจักรอยุธยาใหม่เอเซีย ผลการศึกษาสรุปได้ว่า กรุงศรีอยุธยาเป็นป่าไหมของเอเชีย เนื่องจากเป็นศูนย์กลางการค้าผ้าต่างๆ ผู้คนใช้ผ้ากันอย่างเสรี จนทำให้กรุงศรีอยุธยาเป็นตลาดผ้าที่ใหญ่แห่งหนึ่งในทวีปเอเชีย ซึ่งนอกจากจะนำผ้ามาทำเครื่องนุ่งห่ม ประดับตกแต่ง บ้านเรือน สิ่งของเครื่องใช้ ห่อของมีค่า ประดับยานพาหนะ แม้แต่การทำบุญก็นิยมถวายผ้า ทั้งยังใช้ผ้าอย่างดีและราคาแพงอีกด้วย ผ้าในสมัยนั้นนำมาจากจีน อินเดีย และอังกฤษ นอกจากนี้ไม่เพียงแต่ได้รู้ว่าตลาดค้าผ้ามีสินค้านานาชนิด แต่ยังเห็นถึงการแต่งกายของชาวกรุงเก่าอีกด้วย มีทั้งเสื้อจีบเอว เสื้อสวมหัว เสื้อผ้าด้านหน้า (เสื้อฉีกอก) และแม้แต่ถุงหมวก ถุงยาสูบ ซองพลู ก็นิยมทำมาจากผ้า ตกแต่งด้วยการปักไหมทองหรือดินทอง แล้วประดับกระจก ตลาดผ้าในกรุงศรีอยุธยายังมีอีกย่านหนึ่งเรียกว่า ย่านฉะไกรใหญ่ โดยขายผ้าสุรหดและผ้าขาว นอกจากนี้ยังมีพวกแขกจามทอผ้าไหมกับผ้าด้ายมาขาย กระทั่งผ้าพิมพ์ ซึ่งเข้าใจกันว่าสิ่งทำหรือซื้อมาจากอินเดีย ในสมัยนั้นมีผ้าจากตามหัวเมืองมาขาย เช่น จากโคราชมีผ้าตะราง และผ้าสายบัว 4 คืบ หน้าแคบ หรือผ้าขาว ผ้าแดง ถูกส่งเป็นส่วยมาจากเมืองลพบุรี ด้วยเหตุนี้จึงกล่าวได้ว่ากรุงศรีอยุธยาเป็นแหล่งค้าผ้าที่สำคัญ และในสมัยนั้นพระเจ้าแผ่นดินโปรดผ้ามาก เครื่องราชบรรณาการของชาวต่างประเทศที่ส่งเข้ามาถวาย หรือเครื่องราชบรรณาการที่ส่งออกไปจะมีผ้ารวมอยู่ด้วย แม้แต่ที่ส่งไปจีนก็มีผ้าลินินอย่างดีส่งไปด้วย อย่างไรก็ตามความนิยมในเรื่องผ้าของคนไทยเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เดิมนิยมผ้าจากจีน ต่อมาหันมานิยมผ้าจากเบงกอล และผ้าลินินที่พ่อค้าอังกฤษนำมาจากฝั่งโคโรมันเดล จึงมีผ้าลินินแพร่หลายออกไปหัวราชอาณาจักร รวมทั้งผ้าถักกับผ้าลูกไม้ ก็เป็นสินค้าที่มีผู้ต้องการเป็นประจำ

อุงเงิน (2541) ได้เสนอบทความเรื่อง เร่เข้ามา หมู่บ้านนี้เก็บกกมาสาน เก็บใบลานมาทำหมวก เก็บต้นตาลมาทำแก้อี โดยมีความสำคัญสรุปได้ว่า ประตูลูกาคือสานหรือจังหวัดนครราชสีมา มีหมู่บ้านแห่งหนึ่งอยู่บริเวณแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท ชาวบ้านที่หมู่บ้านนี้เมื่อว่างเว้นจากการทำนา ต่างมานั่งรวมกลุ่มกันทำงานฝีมือขายเป็นรายได้เสริม งานฝีมือดังกล่าวคือผลิตภัณฑ์จากต้นกก ถ้าหากไม่ใช่ฤดูฝนชาวบ้านต้องซื้อกกกิโลกรัมละประมาณ 20 บาท เอามาฉีกเป็นเส้นตากแดดอีก 5 วัน แล้วนำมาย้อม หลังจากนั้นก็นำมาตากอีกครั้งหนึ่งจึงสามารถนำไปทำเป็นกระเป่าหรือเสื้อ โดยเฉพาะกระเป่าจะขายดีมาก ซึ่งการทำกระเป่าต้องใช้ความชำนาญมาก นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์จากกกอีกหลายประเภท ได้แก่ กล้องใส่หูชชูที่เสียบปากกา พวงกุญแจ เสื้อ รองเท้าใส่อยู่ในบ้าน ที่ใส่ของกระจุกกระจิก และตะกร้า ผลผลิตจากกกทั้งหมดนี้ชาวบ้านจะนำมาขาย 2 แบบ คือ การนำมาขายบริเวณแหล่งท่องเที่ยว คือแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาทนั่นเอง ส่วนอีกแบบหนึ่งคือนำไปฝากขายตามร้านค้าทั่วไป นอกจากชาวบ้านนี้จะทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ จากกกแล้ว ยังสามารถนำเอากันตาลมาทำเป็นแก้อี โดยแก้อี 1 ตัว ใช้กันตาล 13 ก้าน และใช้เวลา 3 วัน จึงทำแก้อีเสร็จ แก้อีมี 3 รูปแบบได้แก่ แบบนอนเหยียดยาววางเท้าได้ แบบนอนยาว

แค่เช่า และแบบนั่ง ชาวหมู่บ้านนั้นนอกจากใช้กอกและต้นตาลมาทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมแล้ว ยังนำไปลานมาทำเป็นหมวกอีกด้วย ดังนั้น ก้านตาล ใบลาน และต้นกก จึงเป็นแหล่งที่มาของรายได้สำหรับชาวบ้านปราสาท แม้รายได้ที่ได้รับจะไม่มากนัก แต่ก็สามารถทำให้ความเป็นอยู่ดีขึ้น

นางชม (2541) ได้เสนอบทความเรื่อง พิพิธภัณฑสถานหัตถกรรมไทย ซึ่งเป็นศูนย์รวมหัตถกรรมไทย ใน เกษรพลาซ่า สรุปได้ว่า ร้านพิพิธภัณฑสถานหัตถกรรมไทยเป็นที่รวบรวมสินค้าหลากหลายชนิด โดยมีแนวความคิดในการส่งเสริมงานฝีมือและภูมิปัญญาของคนไทย โดยจัดแสดงสินค้าควบคู่กันไปกับการให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของสินค้าแต่ละชนิด ของแต่ละท้องถิ่นของประเทศไทย แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ สินค้าหัตถกรรมดังกล่าวเกิดจากฝีมือคนไทยทั่วทุกภาคของประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นงานเครื่องปั้นดินเผาสุโขทัย เครื่องเคลือบสันทราย งานไม้แกะสลักพระนครศรีอยุธยา งานโลหะ เครื่องเงิน เครื่องทอง เครื่องถม ล่าริด การตีเหล็ก งานเส้นใย หัตถกรรมจากกระดาษ งานปูนปั้น งานแกะสลักหิน งานหล่อพระพุทธรูป งานผ้าฝ้ายเขียงใหม่ ผ้าไหม ผ้าย้อมคราม ผ้าย้อมกลักภาคอีสาน งานจักสาน เครื่องเงิน เครื่องเขิน ย่านลิเภาของภาคใต้ ดังนั้นสถานที่แห่งนี้นอกจากจะเป็นที่รวบรวมความรู้ทางหัตถกรรมท้องถิ่น ซึ่งมีให้ชมกันแล้ว ส่วนสำคัญที่ขาดเสียไม่ได้คือ การเป็นตลาดนัดหัตถกรรม ผู้ขายส่วนหนึ่งคือผู้ผลิตโดยตรง และผู้ขายส่วนหนึ่งคือผู้ผลิตขั้นที่สอง โดยเป็นผู้นำงานฝีมือชาวบ้านมาประยุกต์ให้เป็นสินค้าหัตถกรรม ที่ได้ประโยชน์ใช้สอย สินค้ามากกว่าร้อยละ 60 ถูกออกแบบประยุกต์ให้เข้ากับประโยชน์ใช้สอยอย่างน่าสนใจ ตรงกับความต้องการของตลาด ซึ่งลักษณะดังกล่าวเป็นการผสมผสานการให้ความรู้และการค้า ในรูปแบบของงานหัตถกรรมภูมิปัญญาไทย ท่ามกลางความเจริญและความทันสมัยของยุคปัจจุบัน

นารี บุญนาค (2540) ได้ศึกษาการออกแบบลวดลายผ้ามัดหมี่ โดยใช้โปรแกรม Auto CAD ผลการศึกษาพบว่า การผลิตผ้ามัดหมี่เป็นศิลปะของการผลิตผ้าชนิดหนึ่ง ซึ่งต้องใช้ความปราณีตแม่นยำในการมัดเส้นด้ายให้เป็นลวดลายที่มีความสม่ำเสมอ จึงจะได้ผ้ามัดหมี่ที่มีคุณภาพสูง ลวดลายชัดเจนสวยงาม การผลิตผ้ามัดหมี่ในสมัยก่อนเป็นการผลิตเพื่อใช้สอยกันเองภายในครอบครัว โดยอาศัยวิธีการผลิตแบบพื้นบ้านที่สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ ซึ่งโดยทั่วไปไม่มีการจดบันทึกไว้เป็นหลักฐาน แต่ใช้วิธีสะสมประสบการณ์จากการได้เห็นได้ทำตามกันมา ในปัจจุบันจากการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ภายใต้โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ทำให้การผลิตผ้ามัดหมี่เปลี่ยนมาเป็นการผลิตเพื่อการค้า ซึ่งแพร่หลายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้ต้องเพิ่มปริมาณการผลิตผ้ามัดหมี่ให้เพียงพอกับความต้องการของตลาด ตลอดจนพัฒนาผ้ามัดหมี่ให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้การออกแบบลวดลายนับว่ามีความสำคัญมากในการทำผ้ามัดหมี่ เพราะลวดลายที่สวยงามแปลกใหม่เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงคุณค่าและคุณภาพของผ้ามัดหมี่ วิธีการออกแบบลวดลายในอดีต ผู้มัดลวดลายจะคิดออกแบบจากจินตนาการแล้วนำมามัดเส้นด้ายไปตามความคิด หรือใช้วิธีดูลวดลายจากผ้าผืนเดิมที่มีอยู่เป็นต้นแบบ แล้วมัดลวดลายตามตัวอย่าง ซึ่งวิธีดังกล่าวก็ยังนิยมใช้กันอยู่ แต่สำหรับกลุ่มช่างทอระดับฝีมือหรือผู้ทอรุ่นใหม่ในปัจจุบัน

จะนิยมเขียนลวดลายลงบนกระดาษกราฟ โดยลวดลายที่เขียนจะเป็นเพียงลักษณะโครงสร้างคร่าวๆ ของลวดลายเท่านั้น เพราะมาตราส่วนของช่องกระดาษกราฟ จะมีขนาดไม่เท่ากับขนาดของเส้นด้ายที่ใช้ทอเป็นผืนผ้า เมื่อทอเป็นผ้ามัดหมี่ออกมาแล้ว ลักษณะและขนาดของลวดลายที่ปรากฏบนผืนผ้า จะมีความแตกต่างจากลวดลายที่เขียนไว้บนกระดาษกราฟอย่างมาก ดังนั้นถ้าต้องการมองเห็นลักษณะและขนาดของลวดลายที่เหมือนจริงของผ้ามัดหมี่ ก็ต้องลงทุนลงแรงผลิตเป็นผืนผ้าจริงขึ้นมา ซึ่งต้องสิ้นเปลืองทั้ง วัสดุ และแรงงานมาก

ในปัจจุบันเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เป็นเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูง และมีใช้กันอย่างแพร่หลาย ในวงการสิ่งทอก็ได้มีการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการออกแบบหลายด้าน เช่น การออกแบบลวดลายผ้า การออกแบบลายพิมพ์ผ้า การออกแบบเสื้อผ้า ผลคือทำให้ผลิตภัณฑ์สิ่งทอมีคุณภาพได้มาตรฐานยิ่งขึ้น ระบบการทำงานของคอมพิวเตอร์สามารถช่วยในการคำนวณออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมาก โปรแกรม Auto CAD เป็นโปรแกรมสำเร็จรูปที่ผลิตขึ้น เพื่อใช้ในการวาดรูปและเขียนแบบโดยเฉพาะรายการคำสั่งสามารถวาดภาพได้ง่าย รวดเร็ว และถูกต้องแม่นยำ ดังนั้นโปรแกรม Auto CAD จึงมีคุณสมบัติเหมาะสมในการออกแบบลวดลายมัดหมี่ ซึ่งเป็นลวดลายผ้าที่มีรูปทรงเรขาคณิตแบบ 2 มิติ การนำคอมพิวเตอร์มาช่วยในการออกแบบลวดลายผ้ามัดหมี่ จึงทำให้การมองเห็นขนาดและลักษณะของลวดลายผ้ามัดหมี่มีความใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด เพราะสามารถกำหนดขนาดของลำหมี่ได้ และสามารถพิมพ์ลวดลายออกมาได้ ทำให้สามารถพิจารณาขนาดและลักษณะของลวดลายได้ โดยไม่จำเป็นต้องผลิตผ้าตัวอย่างขึ้นมาจริง ซึ่งจะช่วยลดต้นทุน เวลา และแรงงานในการผลิตผ้าตัวอย่างลงมาได้ ลวดลายที่ออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์ สามารถแก้ไขตัดแปลงได้จนเป็นที่พอใจ แล้วจึงนำไปผลิตเป็นผ้าจริงที่มีลักษณะและขนาดของลวดลาย ที่ตรงตามความต้องการ

ประเวศ วะสี (2540) ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการลงทุนทางวัฒนธรรมว่า เป็นการลงทุนทางด้านสังคม คือคนใช้เวลาร่วมกัน และควรสร้างปัญญาทางวัฒนธรรม โดยการชี้แจงความรู้ทางวัฒนธรรมให้กับตำบลแต่ละตำบล เช่น การส่งเสริมให้มีพิพิธภัณฑ์แต่ละตำบล คนในพื้นที่จะให้เห็นความสำคัญ และภูมิใจในเรื่องราวของบรรพบุรุษตน ซึ่งจะทำให้เกิดพลังและเป็นการลงทุนที่สร้างบรรยากาศทางวัฒนธรรม นั่นคือควรมีวิจัยวัฒนธรรมในทุกตำบล โดยเฉพาะในเรื่องศิลปะ ถ้ามีการวิจัยศิลปะของคนทั้งประเทศและนำเข้าไว้ในอินเทอร์เน็ต ก็จะเป็นการสร้างความสนใจให้กับคนทั้งโลก เมื่อสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นก็จะขายได้ คือเท่ากับเป็นการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมกับเศรษฐกิจ สรุปคือต้องเอาวัฒนธรรมมาทำประโยชน์ให้ครบวงจร และต้องทำให้เกิดธุรกิจวัฒนธรรม เนื่องจากธุรกิจมีพลังมาก อาศัยตลาด การจัดการ จะมีผู้มาซื้อเพราะได้ประโยชน์ และควรคิดเรื่องการกระจายรายได้ด้วย ตลอดจนควรมีการเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมกับการพัฒนาในระบบชุมชน ตำบลทุกตำบลควรได้รับการส่งเสริมเรื่องวัฒนธรรม และควรพัฒนาเศรษฐกิจไปพร้อมๆ กัน ถ้าเริ่มจากตำบลก่อนประเทศไทยจะเข้มแข็ง เพราะมีการพัฒนากำลังจากรากฐาน สังคมก็เหมือนตึกจะสร้างให้สูงแค่นั้นก็ได้แต่ฐานต้องแข็งแรง การพัฒนาชุมชนดังกล่าวทำให้ชุมชน

สามารถช่วยตัวเองได้ ก็เหมือนมีบ้านของตัวเอง ดังนั้นการลงทุนทางวัฒนธรรมจึงไม่เพียงหมายถึงการลงทุนทางเศรษฐกิจ แต่เป็นการลงทุนที่ทำให้เกิดการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจได้ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญมากของการส่งเสริม

ประสงค์ วีระกาญจนพงษ์ และกาญจนา อุตตะมะบุรณ์ (2539) ได้ศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยว่า ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปมากในช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมาคือโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจไทยได้เปลี่ยนจาก ที่เคยพึ่งพาการเกษตรเป็นหลัก ไปสู่การพึ่งพิงภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น และได้เปิดกว้างสู่เศรษฐกิจนานาชาติมากขึ้นเรื่อยๆ สาเหตุที่การพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรมขยายตัวมาโดยตลอดนั้น มีสาเหตุมาจากหลายด้าน แต่ที่สำคัญคือความได้เปรียบในเรื่องการแข่งขัน เนื่องจากอัตราค่าจ้างแรงงานต่ำ ประกอบกับได้รับความคุ้มครองทางด้านภาษีศุลกากรจากรัฐบาล แต่ความได้เปรียบดังกล่าวค่อยๆ ลดลง เพราะการขยายตัวของเศรษฐกิจในระดับสูงและอย่างต่อเนื่องของประเทศไทย ทำให้รายได้เฉลี่ยต่อหัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นกัน กล่าวคือจากรายได้เฉลี่ยต่อหัวในปี 2504 ซึ่งเท่ากับ 2,102 บาท ได้เพิ่มขึ้นมาเป็น 77,500 บาท ในปี 2539 คือเพิ่มขึ้นถึง 37 เท่าตัว ส่วนกำแพงภาษีศุลกากรก็จะต้องค่อยๆ ลดลงเช่นกัน เพราะประเทศไทยได้ทำข้อตกลงและมีสัญญาผูกพันกับต่างประเทศ เช่น เขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) องค์การการค้าโลก (WTO) เป็นต้น

ดังนั้นแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมในอนาคตคือ จะต้องยกระดับคุณภาพทั้งผลิตภัณฑ์ และแรงงานควบคู่กันไป นั่นคือจะต้องนำเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาใช้ทดแทนแรงงานคนมากขึ้น ดังนั้นจะส่งผลกระทบต่อแรงงานไทยโดยตรง ทั้งนี้เพราะความต้องการแรงงานมีฝีมือ ที่มีการศึกษาในระดับที่สูงขึ้นจะมากขึ้น ในขณะที่ปัจจุบันสัดส่วนผู้มีงานทำของประเทศไทยส่วนใหญ่มีการศึกษาต่ำ กล่าวคือเป็นผู้ที่จบการศึกษาเพียงระดับประถมศึกษา และต่ำกว่าประถมศึกษา ถึงร้อยละ 75.9 ของผู้มีงานทำทั้งหมด ผลที่ตามมาคือ จะทำให้แรงงานส่วนหนึ่งที่โดยเฉพาะที่มีภาวะครอบครัว และมีอายุมากขึ้น ไม่สามารถเพิ่มพูนความรู้เพื่อให้ได้รับคุณสมบัติเพิ่มขึ้น จากการศึกษาในระบบหรือนอกระบบ ซึ่งก็จะทำให้ไม่สามารถเข้าสู่ตลาดแรงงานประเภท โรงงานอุตสาหกรรมในเขตเมือง ตามระบบการผลิตสมัยใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อไปได้ แรงงานเหล่านี้บางส่วนจะกลับคืนสู่ตลาดแรงงานในชนบทอีกครั้งหนึ่ง

ลักขณา ธนาวรรณกิจ (2540) ได้ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าจก ราชบุรี ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ผ้าทอพื้นบ้านพื้นเมืองของไทยกำลังได้รับความสนใจจากบุคคลทั่วไป ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ลวดลายต่างๆ ที่ปรากฏบนผืนผ้าจะแสดงถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และความเป็นอยู่ของผู้ทอเป็นอย่างดี แต่ปัจจุบันเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลงไป ทำให้มีผลต่อช่างทอผ้าพื้นเมืองเหล่านี้เป็นอย่างมาก โดยที่การทอผ้าพื้นเมืองของไทยในปัจจุบัน มีการกระจายอยู่ตามกลุ่มชนต่างๆ ทั่วไปในทุกภาคของประเทศ มีทั้งผ้าพื้นเป็นสีเรียบๆ และผ้าที่ทอด้วยกรรมวิธีที่ประณีต ต้องอาศัยความสามารถและความชำนาญเป็นพิเศษ เช่น การทอผ้าจก ซึ่งผ้าจกของจังหวัดราชบุรี เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของชาวลำเนา หรือที่เรียกกันว่า ชาวไทยวน ซึ่งถูกกวาดต้อนมาจากตอนเหนือของประเทศไทย มาตั้งถิ่นฐานใน

จังหวัดราชบุรีตั้งแต่สมัยต้นรัตนโกสินทร์ การทอผ้าจกจึงถือเป็นวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมานาน ปัจจุบันผ้าทอจกนั้นวันจะหายาก เพราะเป็นผ้าทอมือซึ่งเป็นงานหัตถกรรมในครัวเรือน มากกว่าจะผลิตขึ้นมาในระบบอุตสาหกรรม สาเหตุที่การทอผ้าจกของชาวไทยวนในจังหวัดราชบุรีขณะนี้ มีจำนวนลดน้อยลง เพราะอิทธิพลของผ้าสมัยใหม่ที่มีลวดลายสวยงามกว่า และหาซื้อได้ง่ายในท้องตลาด นอกจากนี้การทอผ้าจกยังใช้เวลาไม่นานไม่ทันต่อการใช้สอย อีกประการหนึ่งเป็นเพราะความไม่นิยมของสตรีชาวล้านนาเอง อีกทั้งไม่มีการอนุรักษ์และสืบทอดเท่าที่ควร ด้วยเหตุนี้ศิลปะการทอผ้าจกจึงซบเซามาก และมีแนวโน้มจะสูญสิ้นไป

ส่วนการทอผ้าที่ตำบลคูบัว และตำบลดอนแร่ นั้น เป็นผ้าทอที่มีคุณภาพดี ฝีมือประณีต ควรจะมีการอนุรักษ์ส่งเสริมให้มีการทอสืบต่อไปเป็นอย่างยิ่ง แต่ปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นคือ ตลาดแคบ จำหน่ายได้ไม่คุ้มกับค่าแรงงาน ยิ่งเป็นผ้าที่ต้องใช้ความประณีต เช่น ผ้าชิ้นตีนจก ผ้าห่ม ผ้าสไบ ราคาจำหน่ายมักไม่คุ้มกับค่าแรงงานเสียเป็นส่วนใหญ่ ทำให้ชาวบ้านไม่มีเงินทุนที่จะผลิตในระยะยาวได้ ดังนั้นจำนวนช่างทอผ้าจึงมีน้อย จำกัดอยู่ในหมู่ผู้ที่มีความรักความชอบ ไม่สามารถขยายเป็นระบบอุตสาหกรรมในครัวเรือน เหมือนกับการทอผ้าในภาคเหนือและภาคอีสานได้ ดังนั้นจึงสมควรที่จะอนุรักษ์และส่งเสริมการทอผ้าจก ราชบุรี เพื่อให้วัฒนธรรมการทอผ้าจกที่มีมานาน คงอยู่ต่อไป

ลำยอง ปลั่งกลาง (2541) ได้ศึกษาถึงการวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจของการผลิตเครื่องจักสานจังหวัดอ่างทอง ได้แก่ ตะกร้าหวาย กระเช้าของชำร่วย กระบุง กระจาด และบ้านน้ำชา วัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ภาวะการตลาด กระบวนการผลิต ประสิทธิภาพของผลผลิต และวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนจากการลงทุนผลิตเครื่องจักสานหวายและไม้ไผ่ ซึ่งพื้นที่ศึกษาคือเขตอำเภอโพธิ์ทอง อำเภอแสวงหา และอำเภอวิเศษชัยชาญ โดยวิธีการศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า (1) สภาพการผลิตพบว่า ผู้ผลิตส่วนใหญ่ที่เข้ามาประกอบอาชีพจักสาน เพราะต้องการหารายได้เสริมจากอาชีพหลักคือการทำนา สำหรับวัตถุดิบมาจากนอกพื้นที่ซึ่งส่วนใหญ่เป็นไม้ไผ่ ส่วนหวายมาจากประเทศมาเลเซีย แรงงานมักเป็นสมาชิกในครอบครัว ตลอดจนวัสดุและอุปกรณ์นั้นชาวบ้านจะจัดทำขึ้นเองและรับมาจากบรรพบุรุษ โดยการผลิตเครื่องจักสานจะผลิตด้วยมือทั้งสิ้น ผู้ผลิตจะทำงานเพียงวันละ 6-8 ชั่วโมง แต่ผลตอบแทนค่อนข้างสูง ใน 1 วัน จะผลิตได้เฉลี่ย 1-10 ชิ้น และทำการผลิตกันเกือบตลอดทั้งปี (2) สภาพการตลาดนั้น มีผู้ผลิตจำนวนน้อยที่เปิดร้านขายในหมู่บ้าน ส่วนใหญ่จะขายส่งให้กับพ่อค้าในอำเภอ ซึ่งพ่อค้าเหล่านี้เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบให้ในรูปแบบของการขายไปก่อนหรือขายไปเลย ลู่ทางการตลาดยังแจ่มใสเนื่องจากได้รับการส่งเสริมจากส่วนราชการในจังหวัด ตลอดจนมีพ่อค้าจากจังหวัดอื่นๆ และกรุงเทพมหานครมารับซื้อถึงที่อีกด้วย และ (3) รายได้ ต้นทุนการผลิต กำไรสุทธิ และผลตอบแทนจากการลงทุน พบว่า มีรายได้เฉลี่ยใบละ 384 บาท จำแนกเป็นรายได้ที่มาจากตะกร้าหวายใบละ 160 บาท กระเช้าของชำร่วยใบละ 60 บาท กระบุงไม้ไผ่คู่ละ 400 บาท กระจาดไม้ไผ่คู่ละ 1,000 บาท และบ้านน้ำชาไม้ไผ่ใบละ 300 บาท ต้นทุนต่ำสุดคือกระเช้าของชำร่วย ส่วนต้นทุนสูงสุดจนทำให้บางครั้งถึงกับต้องขาดทุนคือ กระบุง ถึงแม้ว่าผลตอบแทนจะต่ำ แต่ยังคงผลิตต่อไปเพราะในปัจจุบันผู้ผลิตหรือชาวบ้านไม่ต้องลงทุนก่อน และการผลิตจะเปลี่ยนมา

เป็นการรับจ้างผลิตมากขึ้น นอกจากนี้การศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า ปัญหาจากการผลิตเครื่องจักสานที่สำคัญได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับรายได้ ความช่วยเหลือจากรัฐบาล ราคาจำหน่าย สภาพดินฟ้าอากาศ วัตถุดิบ และปัญหาอื่นๆ อีกมากมายซึ่งรัฐบาลจะต้องให้การสนับสนุนและช่วยเหลือ

วิบูลย์ ลีสุวรรณ (2540) ได้เสนอบทความเรื่อง เครื่องปั้นดินเผาบ้านเมืองกรุง เชียงใหม่ โดยมีสาระสำคัญสรุปได้ว่า การทำเครื่องปั้นดินเผาเป็นศิลปะหัตถกรรมเก่าแก่ที่สุดอย่างหนึ่ง ซึ่งมนุษย์ทำเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน และได้มีการพัฒนาเรื่อยมาเป็นเวลานาน ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ สมัยประวัติศาสตร์ จนกระทั่งถึงสมัยปัจจุบัน ซึ่งเครื่องปั้นดินเผาได้รับการพัฒนาจากงานหัตถกรรมพื้นบ้าน มาเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูง อย่างไรก็ตามยังคงมีเครื่องปั้นดินเผาที่ทำตามวิธีพื้นบ้านที่สืบทอดกันมา กระจัดกระจายอยู่ทั่วไป ทั้งนี้เพราะการทำเครื่องปั้นดินเผาแบบพื้นบ้านมีกรรมวิธีเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ชาวบ้านจึงทำได้ทั่วไป เครื่องปั้นดินเผาทำขึ้นตามกรรมวิธีที่เรียบง่าย มีรูปแบบที่สนองประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวันของชาวบ้านได้ดี และมีราคาถูก จึงทำให้ชาวบ้านในหลายท้องถิ่นยังผลิตเครื่องปั้นดินเผาจำหน่าย ในลักษณะหัตถกรรมในครอบครัวอยู่หลายท้องถิ่น โดยเฉพาะในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ยังมีหมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาที่รู้จักกันทั่วไปคือ บ้านเมืองกรุง ตำบลหนองหอย นั้นเอง ซึ่งเครื่องปั้นดินเผาบ้านเมืองกรุง เป็นเครื่องปั้นดินเผาเนื้อดินธรรมดา (Earthen ware) ไม่เคลือบ ซึ่งสืบทอดมาจากเมืองพุกาม ประเทศพม่า โดยในอดีตชาวเมืองกรุงมีอาชีพหลักคือ ทำนา และทำเครื่องปั้นดินเผาเป็นอาชีพรอง มีครอบครัวที่ทำเครื่องปั้นดินเผามากกว่าร้อยละ 80 บ้านเมืองกรุงเป็นหมู่บ้านที่ผลิตเครื่องปั้นดินเผาประเภท หม้อน้ำ และน้ำดื่ม ที่สำคัญของเชียงใหม่ เพื่อจำหน่ายในท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียงมานาน โดยมีกรรมวิธีการผลิตและรูปแบบเฉพาะถิ่นที่น่าสนใจ

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2531) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่จะทำให้ชนบทสามารถพึ่งตนเองได้นั้น จะต้องประกอบไปด้วย 5 ปัจจัยคือ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี ปัจจัยทางด้านจิตใจ และปัจจัยทางด้านสังคมวัฒนธรรม ในทำนองเดียวกันการพึ่งตนเองทางด้านใดด้านหนึ่งอย่างสมบูรณ์นั้น จะต้องอาศัยปัจจัยทั้ง 4 ด้านที่เหลือนด้วย ซึ่งการศึกษานี้ได้จำแนกปัจจัยต่างๆทั้ง 4 ด้าน ดังกล่าว ออกมาเป็นตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการที่จะทำให้ชนบทสามารถพึ่งตนเองได้ โดยวิธีการศึกษาสามารถจำแนกได้เป็น 3 ขั้นตอนดังนี้ คือ

ขั้นตอนแรก ศึกษาจากเอกสารอ้างอิง พบว่ามีตัวแปรอิสระ ทั้งหมด ถึง 20 ตัวแปร

ขั้นตอนที่สอง โดยวิธีนำตัวแปรทั้งหมด 20 ตัวแปรนี้ไปดำเนินการอภิปรายและสัมภาษณ์ชาวบ้าน ผลปรากฏว่า ได้ตัดทอนตัวแปรอิสระต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นลงมาเหลือเพียง 11 ตัวแปร

ขั้นตอนที่สาม ทดสอบความถูกต้องโดยการนำตัวแปรทั้ง 11 ตัวดังกล่าวข้างต้นไปเก็บข้อมูลและสังเกตการณ์ภาคสนาม ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า มีตัวแปรอิสระที่ปัจจัยกำหนดการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจของสังคมไทยเพียง 7 ตัวแปรเท่านั้นคือ ตัวแปรทางด้านประชากรและกำลังแรงงาน ด้านคุณสมบัติของผู้นำ ระดับการศึกษาของสมาชิกในชุมชน การสื่อสารระหว่างสมาชิกในชุมชน จำนวนองค์กร

ทางสังคมในชุมชน ความเป็นปึกแผ่นทางสังคมของชุมชน และความช่วยเหลือจากภายนอกชุมชน ดังนั้นจะเห็นได้ว่ามีปัจจัยต่างๆ หลายด้านที่จะช่วยให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ทางเศรษฐกิจ อันจะนำไปสู่การพัฒนาชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

สุรียา สมุทคุปต์ และคณะ (2537) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แม่หญิงต้องตำหูก : พัฒนาการของกระบวนการทอผ้าและการเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้หญิง ในหมู่บ้านอีสานปัจจุบัน จากพื้นที่ศึกษา 3 แห่ง คือ บ้านกุดตาไถ่ อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ บ้านแต่ อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ และบ้านจะโป๊ะ อำเภอปทุมราชวงศา จังหวัดนครราชสีมา วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเข้าไปมีส่วนร่วมอยู่ในชุมชน เรียนรู้วิถีชีวิต ปรากฏการณ์ เหตุการณ์ เงื่อนไข และความเป็นจริงในชุมชน โดยอาศัยหลักการ กระบวนการ และวิธีการศึกษาทางด้าน มานุษยวิทยา เป็นแนวทางสำคัญในการทำงาน ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ผ้าและกระบวนการทอผ้า เป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคมวัฒนธรรมของมนุษย์ ซึ่งผ้าเป็นสิ่งที่งดงามและวิจิตรพิสดาร มีคุณค่าอย่างมหาศาล นอกจากนี้ยังพบสาเหตุที่ผู้หญิงในภาคอีสานต้องทอผ้า ก็เนื่องมาจาก

1) การทอผ้าเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตหรือเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวอีสาน โดยกระบวนการทอผ้าจะช่วยยอบรมขัดเกลาสังคม และพิธีกรรมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตของผู้หญิงอีสาน

2) ผู้หญิงอีสานใช้การทอผ้าเป็นช่องทางที่สังคมวัฒนธรรมเปิดไว้ ให้เข้าไปมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจ สังคม ศาสนา ร่วมกับเพศชาย เป็นความสัมพันธ์ที่ส่งเสริมซึ่งกันและกัน เพื่ออยู่ร่วมกันในครอบครัวและชุมชน ไม่ใช่เพื่อเอารัดเอาเปรียบหรือเพื่อแข่งขันระหว่างเพศ ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากโลกทัศน์และความเชื่อของพุทธศาสนา

3) การทอผ้าเป็นการหารายได้ให้กับครอบครัว ซึ่งเปรียบเสมือนผู้หญิงได้เข้าไปมีบทบาทในทาง เศรษฐกิจ และสังคม มากขึ้น

ดังนั้นจึงทำให้ผู้หญิงต้องปรับเปลี่ยนการทอผ้าแบบดั้งเดิม ไปเป็นการทอผ้าในเชิงอุตสาหกรรมสมัยใหม่ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงระบบการศึกษา การสื่อสารมวลชน ระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ ตลอดจนการพัฒนาจากหน่วยงานภายนอก และโลกทัศน์ที่เปิดกว้างของผู้หญิงในหมู่บ้าน

เสรี พัฒนพันธ์ชัย (2539) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมสู่ชนบท โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ การพัฒนาหัตถกรรมครัวเรือนชนบทในรูปแบบเชิงการค้า สรุปได้ว่า ควรมีการส่งเสริมอุตสาหกรรมหรือหัตถกรรมเล็กๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ ทำอยู่แล้ว และนำวัตถุดิบมาจากพื้นที่ โดยนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาขยายให้เป็นอุตสาหกรรมหรือหัตถกรรมในขนาดใหญ่ขึ้น ทั้งนี้เพราะมีการผลิอยู่แล้วในทุกภูมิภาคของประเทศ โดยที่รัฐบาลควรเข้าไปให้ความช่วยเหลือแบบครบวงจร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ควรจะได้มีบทบาทในส่วนที่ยังมีปัญหาอยู่ ซึ่งได้แก่

- 1) ถ้าอุตสาหกรรมหรือหัตถกรรมขาดแคลนทุน รัฐจะต้องเข้าไปสนับสนุนเรื่องทุน
- 2) ถ้าผู้ประกอบการขาดเทคนิคในการผลิต รัฐจะต้องเข้าไปช่วยเหลือด้านเทคนิค
- 3) ถ้าการตลาดมีปัญหา รัฐจะต้องหาตลาดให้

4) ถ้าผู้ประกอบการขาดเครื่องจักร รัฐต้องดำเนินการให้มีเครื่องจักรในการผลิต โดยอาจทำเป็นเครื่องจักรรวม หรือเครื่องจักรส่วนกลาง

5) จัดให้มีการร่วมทุน

หน้าที่ดังกล่าวทั้งหมด กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ควรจะต้องพิจารณาอุตสาหกรรมหรือหัตถกรรมท้องถิ่นทุกประเภท เพื่อเข้าไปช่วยเหลือ เพราะชาวบ้านดำเนินการอยู่แล้ว โอกาสที่จะประสบความสำเร็จจึงมีสูง แนวทางดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน

โสภิตา ยงยอด และโอภาส ปลอดเปลื้อง (2539) ได้ศึกษาถึงการพัฒนาลวดลายและรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวา ในโครงการพัฒนาตลาดเพื่อสนับสนุนการกระจายการผลิตในระดับจังหวัด โดยมีสาระสำคัญสรุปได้คือ ในการทอผ้าจะมี 3 ขั้นตอน ได้แก่ การเตรียมเส้นด้ายไหม การจับเส้นด้ายเข้าลูกโป่ง และ ขั้นตอนการเตรียมงาน โดยนำไหมมาพอก ย้อมสี ลงแป้ง โดยเฉพาะเรื่องสีที่ย้อมเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตลาด เพราะถ้าผู้ซื้อนำไปใช้แล้วสีตกจะทำให้ผ้าแพรวาไม่สามารถขยายตลาดได้อีกต่อไป ด้วยเหตุนี้ มูลนิธิอินเซอเดล ซึ่งเป็นโครงการให้เปล่า ได้เข้ามาช่วยเหลือฝึกอบรมกลุ่มแม่บ้านในการย้อมสีโดยสีไม่ตก สีที่ขายและเป็นที่ยอมรับอยู่ 6 สี ได้แก่

- 1) สีเบสิก คือ ยีห้อของสี ได้แก่ สีน้ำเงิน ม่วง เขียว ฟ้ำ ดำ
- 2) สีแอซิค
- 3) สีเมทัลลิกคอมเพล็กซ์
- 4) สีเบอร์แดนซ์
- 5) สีรีแอกทีฟ
- 6) สีไดเร็ค

โดยสีที่นิยมมากที่สุดคือ สีเบสิก และสีแอซิค ซึ่งราคาก็โลกร่มละ 300 บาท ปัจจุบันผ้าไหมแพรวาที่ทออยู่มี 3 ประเภทคือ ผ้าพันคอ ผ้าสไบ และผ้าตัดเสื้อ สำหรับรูปแบบผ้าไหมแพรวาที่ตลาดสนใจ จะมีการพัฒนาตามความต้องการของตลาด โดยเน้นที่สีไม่ตกเป็นประเด็นหลัก และการผสมผสานสีก็มีความสำคัญในการทอผ้า ผ้าที่ทอออกมาจะดูสวยงาม กลมกลืน ปัญหาสำคัญคือการพัฒนาารูปแบบ ลวดลาย ซึ่งยังไม่ค่อยชัดเจน ดังเช่น ชาวบ้านบางคนมีฝีมือในการทอดีมาก แต่สีสันทึบชัดเจน ลืออกมั่วๆ ซึ่งอาจเกิดมาจากการย้อมหลายครั้ง หรือขัดสีมากเกินไปจนทำให้สีจืด ปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าวอาจเนื่องมาจากการใช้เคมีภัณฑ์มากเกินไป หรือใช้สีคุณภาพไม่ดี ทำให้ผ้าที่ทอออกมาไม่ชัดเจน

วัชรินทร์ ศรีรักษา และคณะ (2538) ได้ศึกษาเทคนิคการผลิตหมอนชนิดแบบครบวงจร ของหมู่บ้านศรีฐาน อำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 2 ประการคือ เพื่อศึกษาข้อมูลการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นที่นำมาใช้ในการผลิตหมอนชนิดและการจำหน่ายแบบครบวงจร และเพื่อศึกษาการจัดตั้งองค์กรของสังคม การใช้เทคนิค วิธีการผลิต การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต และกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เป็นองค์ประกอบในการผลิตหมอนชนิดแบบครบวงจร การเก็บข้อมูลใช้ทั้งการสังเกต แบบสอบถาม

ถาม แบบสัมภาษณ์ ตลอดจนใช้กรณีศึกษา ผลการศึกษาพบว่า การทำหมอนขิดของหมู่บ้านศรีฐาน เป็นการพัฒนาจากเดิมที่บรรพบุรุษได้ทำไว้ใช้เองในครอบครัว แล้วปรับปรุงมาเป็นการทำเพื่อใช้สำหรับถวายพระหรือใช้ในเทศกาลงานบุญต่างๆ และเป็นของฝากเจ้านายในโอกาสต่างๆ จากนั้นชาวบ้านจึงได้นำไปเป็นแบบอย่าง โดยทำกันเองในแต่ละบ้าน แล้วพัฒนาจนมาเป็นกิจกรรมในครัวเรือน การพัฒนาดังกล่าวขยายออกไปอย่างกว้างขวาง มีการทำกันแทบทุกครัวเรือน ต่อมาเมื่อมีญาติพี่น้อง ชาวต่างถิ่น มาเยี่ยมเยียนหรือมาทำบุญที่วัด พบเห็นซักรักเกิดความสนใจ และสั่งทำหมอนขิดจากคนในหมู่บ้าน จนนำไปสู่การผลิตเพื่อการค้า จากนั้นก็มีการพัฒนาและขยายการผลิตออกไปเรื่อยๆ จนกลายเป็นกิจกรรมที่เพิ่มรายได้ให้กับครัวเรือน การผลิตหมอนขิดของชาวบ้านในหมู่บ้านนี้อาจกล่าวได้ว่า เป็นกิจกรรมหลักในการเสริมรายได้ เพราะมีการดำเนินการอย่างเป็นระบบ มีการพัฒนาขึ้นอย่างเป็นขั้นตอน ส่งผลให้เกิดการพัฒนาและเพิ่มรายได้ให้กับครัวเรือนค่อนข้างมาก ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้ ยังพบประเด็นสำคัญเพิ่มเติมคือ ชาวบ้านมีเทคนิคและวิธีการในการผลิต ที่สามารถดึงดูดลูกค้าหรือผู้สั่งซื้อได้ตลอดเวลา

อลิษา บุญผาสังข์ (2539) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเทคนิคการทำตลาด และกลยุทธ์ในการขยายตลาด ในโครงการพัฒนาตลาดเพื่อสนับสนุนการกระจายการผลิตในระดับจังหวัด ซึ่งมีสาระสำคัญพอสรุปได้คือ ในภาคอีสานจะมีชาวภูไทอยู่หลายจังหวัด ได้แก่ หนองคาย นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์ ร้อยเอ็ด มุกดาหาร อำนาจเจริญ และยโสธร ดังนั้นผ้าที่ทอในจังหวัดเหล่านี้จะมีลายเหมือนของชาวภูไท มีต้นกำเนิดในประเทศลาว ผ้าไหมแพรวาของกาฬสินธุ์เป็นงานศิลปะที่ละเอียดอ่อน และเป็นศิลปะที่ถูกถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ และพัฒนาไปสู่การทอผ้าในเชิงการค้า ซึ่งจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าที่ทอ เช่น ทำกระเป๋า ทำพวงกุญแจ ทำแฟ้ม หรือเป็นของที่ระลึกเล็กๆ น้อยๆ อย่างอื่น ซึ่งอาจจะใช้ผ้าแพรวามาประกอบบางส่วน และบางส่วนก็ประกอบด้วยวัสดุอื่นๆ แต่ก็ให้คงความเป็นผ้าแพรวา เพื่อให้คนได้เห็นว่าเป็นสินค้าท้องถิ่นของจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งทำให้กำลังซื้อเพิ่มขึ้น และสามารถขยายตลาดให้กว้างขึ้นได้ ปัจจุบันการทอผ้าฝืนใหญ่ใช้เวลานาน ต้นทุนก็มีทั้งค่าแรงงาน ค่าไหม ค่าสีย้อม และอื่นๆ ผ้าที่ทอแต่ละผืนกว่าจะขายได้ต้องใช้เวลาประมาณ 1-2 เดือน สรุปแล้วเวลารวมจากการทำนประมาณ 3-4 เดือน ก็จะทอผ้าได้เฉลี่ยเดือนละ 1 ผืน สำหรับผู้ที่ทอผ้าแบบตัดแปรง จะต้องคำนึงถึงต้นทุนโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นตลาดต่างประเทศ ประเทศคู่แข่งของไทยก็คือจีน ซึ่งมีค่าจ้างแรงงานถูกกว่าไทย นอกจากนี้เส้นไหมส่วนหนึ่งก็นำเข้าจากประเทศจีน ต้นทุนเกี่ยวกับเส้นไหมของไทยจึงสูงกว่าของประเทศจีนด้วย สำหรับประเทศอินเดียซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญของประเทศไทยก็เช่นกัน คือมีค่าแรงถูกกว่าประเทศไทย ดังนั้นแนวทางการขยายตลาดผ้าแพรวาไปยังต่างประเทศก็คือ จะต้องศึกษาหาวิธีทำให้ราคาผ้าแพรวาลดลงมาใกล้เคียงกับประเทศคู่แข่ง โดยการพยายามลดต้นทุนการผลิตลงมา

สำหรับตลาดสินค้าหัตถกรรมในต่างประเทศ สามารถแบ่งเป็น 2 ระดับคือ ตลาดสินค้าคุณภาพสูง และตลาดสินค้าคุณภาพต่ำ โดยเฉพาะตลาดระดับสูงการขยายตลาดจะต้องกำหนดเป้าหมายให้ถูกต้องและชัดเจนว่า ต้องการจะขายให้ใคร คนที่จะไปขายให้เหล่านั้นชอบสีอะไร ต้องพิจารณาว่าสีสันทันทีเขาใช้อยู่ และ

วัฒนธรรมของเขาเป็นสื่ออย่างไร ตัวอย่างเช่น เมื่อ 2-3 ปีที่ผ่านมา ตลาดหัตถกรรมเกี่ยวกับเรื่องใหม่เป็นตลาดหนึ่งที่มีความสำคัญและหลายคนให้ความสนใจ โดยตลาดเป้าหมายมี 2 ตลาดคือ ตลาดประเทศญี่ปุ่น และอีกตลาดหนึ่งคือ ตลาดยุโรป ซึ่งได้แก่ ประเทศอังกฤษ ฝรั่งเศส ซึ่งทั้งสองตลาดนี้เป็นตลาดสินค้าคุณภาพสูง การผลิตจำเป็นจะต้องศึกษาถึง ลักษณะนิสัย วัฒนธรรมการแต่งกาย การจัดบ้าน สีสันของเครื่องใช้ ของแต่ละประเทศ นอกจากนี้จะต้องจัดส่งให้ตรงตามสัญญา และปฏิบัติตามข้อตกลงให้ครบถ้วนทุกประการ เป็นต้น กล่าวโดยสรุปก็คือในภาพรวมของการผลิตผ้าแพรวา ผู้ผลิตจำเป็นจะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้ซื้อเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือชาวต่างประเทศ

MacNeill J. (1989) ได้กล่าวถึงการพัฒนาเศรษฐกิจแบบยั่งยืนว่า ตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา ประชากรโลกเพิ่มขึ้นกว่า 3 เท่าตัว เศรษฐกิจของโลกขยายตัวไปประมาณ 20 เท่าตัว การใช้น้ำมันดิบเพิ่มขึ้นประมาณ 30 เท่าตัว ผลผลิตทางด้านอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นประมาณ 50 เท่าตัว และการเพิ่มขึ้นทั้งหมดประมาณ 4 ใน 5 ของการเพิ่มขึ้น เกิดขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ.1950 เป็นต้นมาเอง ผลจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่รวดเร็วดังกล่าวนี้ ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมถูกทำลายลงเป็นอันมาก โดยที่สภาพทรัพยากรที่ถูกทำลายจะเกิดขึ้นในประเทศกำลังพัฒนาเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นถึงวันนี้ ประชากรโลกจึงควรจะร่วมมือกันแสวงหาแนวทางการพัฒนาเพื่อความอยู่รอดร่วมกัน นั่นคือแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจแบบยั่งยืน คือจะต้องพยายามพัฒนาเศรษฐกิจ ไปในลักษณะที่จะให้เกิดความจำเริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Economic growth) อย่างต่อเนื่องไปพร้อมกับ การรักษาความอุดมสมบูรณ์ของ สภาพนิเวศวิทยาที่เหลืออยู่นี้ ให้สามารถคงอยู่ได้ตลอดไปจนถึงอนุชนรุ่นหลัง ดังนั้นแนวทางการพัฒนาอาชีพหัตถกรรมในชนบทที่มั่นคงและยั่งยืน จะต้องคำนึงถึงความคงอยู่ของทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตด้วย โดยเฉพาะที่จะต้องนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต

บทที่ 3
ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ศึกษา

จังหวัดนครราชสีมา : ตำบลบ้านโพธิ์ อำเภอเมือง

สภาพทั่วไปของจังหวัดนครราชสีมา

จังหวัดนครราชสีมาเป็นเมืองโบราณเมืองหนึ่งในราชอาณาจักรไทย เดิมตั้งอยู่ ณ พื้นที่อำเภอสูงเนิน ซึ่งมีระยะห่างจากตัวเมืองปัจจุบัน ประมาณ 31 กิโลเมตร เรียกว่า “เมืองโคราชขะบูร” หรือโคราช กับเมืองเสมา ซึ่งทั้งสองเมืองเคยเจริญรุ่งเรืองในสมัยขอม ปัจจุบันเป็นเมืองร้าง ตั้งอยู่ริมลำตะคอง

ตัวเมืองปัจจุบันตั้งอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ห่างจากกรุงเทพมหานคร 255 กิโลเมตร หรือโดยทางรถไฟ 264 กิโลเมตร มีพื้นที่ 20,493.964 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 12,808,728 ไร่

ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูง โดยสูงจากระดับทะเลปานกลางระหว่าง 150-300 เมตร มีเทือกเขาใหญ่ และเขาพนมดงรักทางด้านทิศใต้และทิศตะวันออก ส่วนบริเวณตอนล่างค่อนไปทางเหนือและตะวันออก เป็นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำสำคัญไหลผ่านได้แก่ แม่น้ำมูล ลำพระเพลิง ลำตะคอง ลำเชียงไกร ลำมาศ และลำแซะ ลักษณะดินเป็นดินร่วนปนทรายและดินเหนียว

จังหวัดนครราชสีมาแบ่งการปกครองออกเป็น 26 อำเภอ และ 6 กิ่งอำเภอ มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 2,510,839 คน โดยร้อยละ 48 ของประชากรทั้งหมด ประกอบอาชีพทางด้านเกษตรกรรม มีพื้นที่การเกษตรคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 76.21 ของพื้นที่จังหวัด ซึ่งส่วนใหญ่ปลูกพืชไร่ ได้แก่ มันสำปะหลัง อ้อย ข้าวโพด นอกจากนี้โครงสร้างการเกษตรยังขึ้นอยู่กับสภาพภูมิศาสตร์ และอุตสาหกรรมอีกด้วย

จังหวัดนครราชสีมา มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัด ชัยภูมิ และขอนแก่น

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัด ปราจีนบุรี นครนายก และสระแก้ว

ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัด บุรีรัมย์ และขอนแก่น

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัด ชัยภูมิ สระบุรี และลพบุรี

ประวัติความเป็นมาของตำบลบ้านโพธิ์

ตำบลบ้านโพธิ์ เป็นพื้นที่ที่อยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เดิมมีทั้งหมด 16 หมู่บ้าน ซึ่งรวมกับตำบลตลาดในปัจจุบันนั่นเอง จัดตั้งมานานกว่า 250 ปี ในอดีตเป็นตำบลหน้าด่านก่อนเข้าสู่เมืองโคราช ซึ่งสมัยก่อนการค้าต่างเมือง ทำการค้าสินค้าต่างๆ ตรงทำน้าบ้านตลาด นอกจากนี้ยังมีโบราณสถานที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวคือ ปราสาทหินพนมวัน อีกด้วย

ขนาด ที่ตั้ง และอาณาเขตติดต่อ ของตำบลบ้านโพธิ์

ตำบลบ้านโพธิ์ อยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 17 กิโลเมตร มีพื้นที่ 44.36 ตารางกิโลเมตร หรือ 21,556 ไร่ มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับตำบลโคกสูง อำเภอเมืองนครราชสีมา และตำบลด่านค้ำ อำเภอโนนสูง
ทิศใต้	ติดต่อกับ ตำบลพะเนา ตำบลมะเรียง อำเภอเมืองนครราชสีมา
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับตำบลหนองงูเหลือม อำเภอเฉลิมพระเกียรติ
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับตำบลตลาด อำเภอเมืองนครราชสีมา

ลักษณะภูมิประเทศของตำบลบ้านโพธิ์

ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปของ ตำบลบ้านโพธิ์ มีลักษณะรูปร่างส่วนใหญ่เป็นที่ราบแนวกว้าง คล้ายรูปสามเหลี่ยม มีแหล่งน้ำตามธรรมชาติไหลผ่านทางตอนล่างของตำบล คือลำบริบูรณ์ ซึ่งเป็นแหล่งน้ำ ที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของประชากร ส่งผลให้ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 (ถนนมิตรภาพ) ตัดผ่านไปทาง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ

ประชากรและเขตการปกครองของตำบลบ้านโพธิ์

ในปี พ.ศ. 2541 ตำบลบ้านโพธิ์ มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 7,602 คน หรือ 1,377 ครัวเรือน ประกอบด้วยพื้นที่ 9 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านยูง บ้านโตนด บ้านบูรณพาณิชย์ บ้านศรีพัฒนา บ้านวังหิน บ้านมะค่า บ้านแสนเมือง บ้านหนองบัว และบ้านลองตอง

กิจกรรมการตีเหล็กของตำบลบ้านโพธิ์

งานช่างฝีมือเกี่ยวกับการตีเหล็ก โดยเฉพาะการตีมีด นับเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่สืบทอดกันมาตั้งแต่โบราณ หากใครต้องการจะหาซื้อมีด ก็มักจะนึกถึงมีดอรัญญิก ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และมีชื่อเสียงมาตั้งแต่ครั้ง ปู่ ย่า ตา ยาย หลายคนคงนึกไม่ถึงว่าที่โคราชหรือจังหวัดนครราชสีมา ก็เป็นแหล่งผลิตมีดที่มีคุณภาพ และเป็นอาชีพที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ซึ่งมีการตีมีดมาแล้วเป็นร้อยปีเช่นเดียวกัน แหล่งตีมีดดังกล่าวอยู่ในเขต ของตำบลบ้านโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา แต่อาชีพหลักของชาวบ้านยังคงเป็น การทำนา ทำไร่ พอว่างจึงมาตีเหล็ก ตีมีด เป็นอาชีพเสริม โดยตีได้ทั้ง มีดสั้น มีดยาว ดาบ เคียว จอบ เสียม มีดโบว์วี ฯลฯ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในตลาด ส่วนเครื่องหมายการค้าที่ประทับบนมีดของแต่ละบ้านจะไม่ซ้ำกัน ต่างคนต่างตั้งชื่อตัวเอง เช่น 555, สส, ตราใบโพธิ์ หรือใส่ชื่อเจ้าของไปเลย ลักษณะดังกล่าวนี้จะแตกต่างจากมีดอรัญญิก

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพราะที่นั่นไม่ว่าจะผลิตที่บ้านไหน ตำบลใดก็ตาม จะตีตรา “อรัญญิก” เหมือนกันหมด

ขั้นตอนการทำเริ่มต้นด้วยการเผาเหล็กให้ร้อนแดงจนได้ที่ ใช้คีมจับวางบนทั่ง ตัดด้วยเหล็กสกัดให้ได้ตามขนาดกว้างยาวของมีด แล้วตีให้แบนด้วยค้อนปอนด์ ตีส่วนที่เป็นด้ามก่อนแล้วจึงตีตัวมีด ก่อนตีทุกครั้งต้องเผาเหล็กจนร้อนแดง และตีต่อไปเรื่อยๆ จนกระทั่งได้รูปทรงของมีด จากนั้นก็ตีตกแต่งให้ได้รูปทรงสวยงาม ผิวเหล็กเรียบ โดยย้ำตรงส่วนคมให้บางและตรง แล้วจึงแต่งมีดให้คมด้วยตะไบเหล็ก ปัจจุบันใช้เครื่องทุ่นแรงคือเครื่องเจียรไนไฟฟ้า เสร็จเรียบร้อยแล้วจึงประทับตราเครื่องหมายการค้า สำหรับเหล็กที่นำมาตีเป็นมีดนั้น ส่วนใหญ่เป็นเหล็กแทนบรอนด์ที่ใช้แล้ว โดยมีพ่อค้านำมาส่งให้ถึงเตา ราคาโลกรวมละ 13 บาทขึ้นไป ส่วนไม้ที่นำมาทำด้ามนั้นก็จะมีผู้มาส่งเช่นเดียวกัน ซึ่งจะใช้ไม้ชนิดและราคาที่แตกต่างกันไป จำนวนครัวเรือนที่ตีเหล็ก หรือตีมีด ในตำบลบ้านโพธิ์ มีไม่ต่ำกว่า 100 ครัวเรือนในบ้านศรีพัฒนาและบ้านวังหิน ไม่มีกิจการผลิตเหล็กหรือตีมีด คงมีแต่อาชีพทำนาเพียงอย่างเดียว

จังหวัดขอนแก่น : สุขาภิบาลบ้านโต้น อำเภอเมือง

สภาพทั่วไปของจังหวัดขอนแก่น

จังหวัดขอนแก่นตั้งอยู่บริเวณตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีระยะห่างจากกรุงเทพมหานคร 445 กิโลเมตร มีพื้นที่ 10,886 ตารางกิโลเมตร หรือ 6.8 ล้านไร่ สภาพพื้นที่เป็นที่ราบสูงต่ำสลับเป็นลูกคลื่นลาดเทไปทางทิศตะวันออกและทิศใต้ มีที่ราบลุ่มบริเวณลุ่มน้ำชี และลุ่มน้ำพอง พื้นที่สูงกว่าระดับน้ำทะเลปานกลางโดยเฉลี่ย 100-200 เมตร

การใช้ที่ดินของจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่เป็น พื้นที่นา และพื้นที่ไร่ ประมาณ 2.73 และ 1.05 ล้านไร่ ตามลำดับ แหล่งน้ำธรรมชาติที่สำคัญของจังหวัด ได้แก่ ลำน้ำชี ลำน้ำพองตอนบนและตอนล่าง ลำน้ำเชิญ ลำน้ำพอง ลำน้ำห้วยแอก โดยมีที่ราบลุ่มบริเวณลุ่มน้ำดังกล่าวประมาณ 10,921 ตารางกิโลเมตร นอกจากนี้ยังมีแหล่งน้ำตามโครงการชลประทาน ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ 16 โครงการ มีพื้นที่ชลประทานทั้งสิ้น 294,645 ไร่

จังหวัดขอนแก่น แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 20 อำเภอ และ 5 กิ่งอำเภอ มีประชากรทั้งสิ้น 1,740,396 คน หรือ 388,714 ครัวเรือน มีอัตราการเพิ่มของประชากรเฉลี่ยร้อยละ 1.15 ต่อปี ประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อคน ประมาณ 39,000 บาทต่อปี การเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลักของชาวขอนแก่น โดยมีพื้นที่ถือครองทางการเกษตรประมาณ ร้อยละ 60.94 ของพื้นที่ทั้งหมด พืชเศรษฐกิจหลักที่ทำรายได้ให้กับประชากรในจังหวัดขอนแก่น คือ ข้าว มันสำปะหลัง และอ้อยโรงงาน

จังหวัดขอนแก่น มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัด อุตรธานี เลย และหนองบัวลำภู
 ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัด นครราชสีมา และบุรีรัมย์
 ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัด กาฬสินธุ์ และมหาสารคาม
 ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัด ชัยภูมิ และเพชรบูรณ์

ขนาด ที่ตั้ง และอาณาเขตติดต่อ ของสุขาภิบาลบ้านไต้

สุขาภิบาลบ้านไต้ อยู่ในพื้นที่ อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น อยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 28 กิโลเมตร ตามเส้นทางถนนสายมิตรภาพ (บ้านโนนสมบูรณ์-พระบุ) หรือประมาณ 42 กิโลเมตร ตามเส้นทางไปอำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น (พระยืน-พระบุ-บ้านไต้) มีพื้นที่ 4.48 ตารางกิโลเมตร หรือ 2,177 ไร่ มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ บ้านหนองแวง ตำบลหนองแวง อำเภอพระยืน
 ทิศใต้ ติดต่อกับ บ้านโจดน้อย ตำบลพระบุ อำเภอพระยืน
 ทิศตะวันออก ติดต่อกับ บ้านโนนสมบูรณ์ อำเภอโนนสมบูรณ์ กิ่งอำเภอบ้านแฮด
 ทิศตะวันตก ติดต่อกับบ้านโจดใหญ่ ตำบลบ้านไต้ อำเภอพระยืน

ลักษณะภูมิประเทศและอาชีพของ สุขาภิบาลบ้านไต้

ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปของ สุขาภิบาลบ้านไต้ ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม ไม่มีพื้นที่ป่าไม้เลย ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางการเกษตร ได้แก่ ทำนา ทำไร่มันสำปะหลัง นอกจากนี้ยังมีการทำหัตถกรรมทอเสื่อ โดยมีโรงงานอุตสาหกรรมทอเสื่อ 2 โรงงาน ผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง และการเลี้ยงสัตว์ ปัจจุบันประชากรมีรายได้หลักจากการทอเสื่อ โดยการรับจ้างทอให้กับโรงงานแทบทุกครัวเรือน และรับจ้างขายเสื่อ โดยไปกันเป็นกลุ่มตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังรับจ้างเย็บเสื่อกระเป๋าอีกด้วย

ประชากรและเขตการปกครองของ สุขาภิบาลบ้านไต้

ในปี พ.ศ. 2541 สุขาภิบาลบ้านไต้ มีประชากรทั้งสิ้น 5,695 คน หรือ 1,157 ครัวเรือน ประกอบด้วยพื้นที่ 4 หมู่บ้านคือ

- หมู่ที่ 1 บ้านดงเก่า
- หมู่ที่ 2 บ้านดงกลาง
- หมู่ที่ 4 บ้านดงกลาง
- หมู่ที่ 5 บ้านไต้

กิจกรรมการทอเสื่อของ สุขาภิบาลบ้านไต้

กิจกรรมการทอเสื่อมีมาช้านานแล้ว โดยเฉพาะ บ้านไต้ อำเภอยะยี่ จังหวัดขอนแก่น มีการทอเสื่อกันแทบทุกครัวเรือนในเขตสุขาภิบาล โดยใช้วัตถุดิบจาก ต้นกก ต้นปรีอ ภายในพื้นที่ นอกจากนี้ในอดีตยังมีการซื้อต้นกกจากรถบรรทุกทุกสิบล้อ ที่กลับจากการส่งสินค้าที่กรุงเทพมหานคร โดยที่รถบรรทุกเหล่านี้ที่เกี่ยวกลับมักไม่ได้บรรทุกอะไร ดังนั้นจึงมีการจอตวายทางช่วง รังสิต-วังน้อย เพื่อเก็บต้นกกมาส่งให้ชาวบ้านไต้ ที่ทอเสื่อ ราคา 700-800 บาท ต่อ 1 คันรถ โดยจะมีรถบรรทุกต้นกกเข้ามาบ้านไต้ ประมาณวันละ 10 คัน

ปัจจุบันต้นกกและต้นปรีอหายาก ชาวบ้านจึงหันมาทอเสื่อจากเส้นพลาสติก เนื่องจากมีโรงงานผลิตเส้นพลาสติกอยู่ในบ้านไต้ 2 โรงงาน โดยโรงงานเหล่านี้ซื้อเม็ดพลาสติกมาจากกรุงเทพมหานคร อย่างไรก็ตามในช่วงแรกๆ เมื่อยังไม่มีโรงงาน จะซื้อเส้นพลาสติกมาจาก อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร และจากอำเภอยะยี่ จังหวัดนครราชสีมา โดยผลิตภัณฑ์เสื่อพลาสติกที่ผลิตได้ จำแนกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) เสื่อพลาสติกประเภทไม่มีลาย โดยการทอจะทอด้วยเครื่องจักร และบางส่วนจะขายให้ชาวบ้าน หรือจ้างชาวบ้านนำไปทอต่อด้วยมือ ซึ่งเสื่อที่ผลิตขึ้นมาจะออกแบบเป็น เสื่อพลาสติกแบบกระเป่า ดังที่เห็นจำหน่ายอยู่ทั่วไปในขณะนี้

2) เสื่อพลาสติกประเภทมีลาย จะทอด้วยเครื่องจักรที่นำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น พร้อมกับแบบและลายของเสื่อ แต่จะไม่นำมาทำแบบเสื่อกระเป่า การผลิตจะผลิตที่โรงงานเท่านั้น

สำหรับเสื่อที่ทอจากกกและต้นปรีอก็ยังมีอยู่แต่ลดน้อยลง โดยส่วนใหญ่จะมีเพียงต้นปรีอซึ่งทอเป็นเสื่อสำหรับขายให้กับชาวประมง แต่ราคาถูกกว่าเสื่อที่ทอจากเส้นพลาสติก ซึ่งปรีอจะขายเป็นมัดๆ ละ 20 บาท การขายนั้นจะมีรถเข้ามาซื้อทั้งหมด โดยมารับซื้อประมาณ 2-3 ครั้งต่อปี โดยขายได้ฝืนละ 7-10 บาท

จังหวัดอุดรธานี : สุขาภิบาลนาข่า และ ตำบลสามพร้าว อำเภอเมือง

สภาพทั่วไปของจังหวัดอุดรธานี

จังหวัดอุดรธานี มีพื้นที่ 11,730.30 ตารางกิโลเมตร หรือ 7.33 ล้านไร่ โดยพื้นที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 11 ของประเทศ และเป็นอันดับ 4 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รองจากจังหวัดนครราชสีมา อุบลราชธานี และชัยภูมิ มีระยะทางห่างจากกรุงเทพมหานคร ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 ประมาณ 564 กิโลเมตร

สภาพภูมิประเทศของจังหวัดอุดรธานี มีลักษณะคล้ายผืนเสื่อตัวใหญ่กระพือปีกบิน โดยทั่วไปพื้นที่เป็นที่ราบสูง มีความสูงจากระดับน้ำทะเลเฉลี่ย ประมาณ 200-700 เมตร โดยเอียงลาดลงสู่แม่น้ำโขงทางจังหวัดหนองคาย พื้นที่ประกอบด้วย ทุ่งนา ป่าไม้ และภูเขา พื้นดินเป็นดินปนทรายและดินลูกรัง ชั้นล่างเป็นดินดาน ไม่สามารถเก็บน้ำหรืออุ้มน้ำในฤดูแล้ง พื้นที่บางแห่งเป็นดินเค็มทำการเกษตรไม่ได้ผลดี

และพื้นที่บางส่วนเป็นลูกคลื่นลอนลาด มีพื้นที่ราบผืนเล็กแทรกอยู่กระจัดกระจาย สภาพพื้นที่ทางตะวันตก มีภูเขาและป่าติดต่อกันเป็นแนวยาว มีเทือกเขาที่สำคัญคือเทือกเขาภูพาน ทอดเป็นแนวยาวตั้งแต่เขตเหนือสุดไปจรดทางใต้สุดเขตจังหวัดอุดรธานี

จังหวัดอุดรธานีแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 18 อำเภอ และ 2 กิ่งอำเภอ มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 1,506,021 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อคน 39,139 บาทต่อปี ซึ่งสูงเป็นอันดับสองรองจากจังหวัดนครราชสีมา อาชีพที่สำคัญคือ อาชีพทางการเกษตร โดยร้อยละ 53.05 ของพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัด จะเป็นพื้นที่ทำการเกษตร ผลผลิตเกษตรหลักที่สำคัญได้แก่ ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง ปอ และข้าวโพด นอกจากนี้ อาชีพที่สำคัญต่อโครงสร้างทางเศรษฐกิจของ จังหวัดอุดรธานี คือ อาชีพพาณิชย์กรรม และอุตสาหกรรม

จังหวัดอุดรธานี มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัด หนองคาย

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัด ขอนแก่น และกาฬสินธุ์

ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัด สกลนคร

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัด เลย และหนองบัวลำภู

สุขาภิบาลนาข่า อำเภอเมือง

ขนาด ที่ตั้ง และอาณาเขตติดต่อ

สุขาภิบาลนาข่า อยู่ในพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี อยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 16 กิโลเมตร ตามเส้นทางถนนสาย อุดร-หนองคาย มีพื้นที่ 12.85 ตารางกิโลเมตร หรือ 6,244 ไร่ มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ ตำบลเชียงหวาง อำเภอเพ็ญ

ทิศใต้ ติดต่อกับ ตำบลกุดสระ อำเภอเมือง

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ตำบลส้มเส้า และตำบลสร้างแป้น อำเภอเพ็ญ

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ ตำบลบ้านขาว อำเภอเมือง

ลักษณะภูมิประเทศและอาชีพ

ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบสูง มีบางส่วนเป็นที่ราบลุ่ม ป่าไม่มีลักษณะเป็นป่าโปร่ง ปัจจุบันสภาพป่าถูกบุกรุกจากราษฎรจนทำให้เกือบจะไม่มีพื้นที่ป่าเหลืออยู่ มีแหล่งน้ำขนาดใหญ่ 1 แห่ง แต่ไม่เพียงพอสำหรับการอุปโภคบริโภค ตลอดจนไม่เพียงพอสำหรับใช้ทางด้านการเกษตร

อาชีพของประชากรส่วนใหญ่คือ อาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ การทำนา นอกจากนี้ยังมีอาชีพการเลี้ยงสัตว์ ค้าขาย และรับราชการ นอกจากนี้ประชากรยังมีรายได้เสริมจากการทอผ้า คือ ผ้าหมี่ขิด และผ้าฝ้ายอีกด้วย

ประชากรและเขตการปกครอง

ในปี พ.ศ. 2541 สุขาภิบาลนาข่า มีประชากรทั้งสิ้น 6,390 คน หรือ 800 ครัวเรือน ประกอบด้วยพื้นที่ 8 หมู่บ้านคือ

- หมู่ที่ 1 บ้านนาข่า
- หมู่ที่ 3 บ้านถ่อนน้อย (ทอผ้า)
- หมู่ที่ 7 บ้านถ่อนใหญ่ (ทอผ้า)
- หมู่ที่ 8 บ้านดอนแดง (ทอผ้า)
- หมู่ที่ 9 บ้านดงยวด
- หมู่ที่ 10 บ้านเหล่าคีร์จารย์
- หมู่ที่ 11 บ้านดงไร่
- หมู่ที่ 12 บ้านนาเหล่าคำ

กิจกรรมการทอผ้า

สุขาภิบาลนาข่า อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี เป็นที่ตั้งของกลุ่มทอผ้าลายซิด และผ้ามัดหมี่ หรือผ้าหมี่ย้อมคราม โดยสมาชิกของกลุ่มมาจากชาวบ้าน หมู่ที่ 3 บ้านถ่อนน้อย หมู่ที่ 7 บ้านถ่อนใหญ่ และหมู่ที่ 8 บ้านดอนแดง ประมาณ 21 หลังคาเรือน ซึ่งลดลงจากอดีตมาก โดยชาวบ้านที่เลิกทอผ้าเหล่านี้จะกลับไปทำอาชีพการเกษตรอย่างเดิม ปัจจุบันบ้านนาข่าจะเป็นทั้งหมู่บ้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จาก ผ้าซิดและผ้าฝ้ายของชาวนาข่าเอง และผลิตภัณฑ์จากผ้าชนิดอื่น ซึ่งรับมาจากจังหวัดอื่นๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เดิมงานหัตถกรรมผ้าซิดและผ้าฝ้ายได้มีการทำกันเกือบทุกครัวเรือน โดยวัตถุดิบคือฝ้ายนั้นซื้อมาจากตลาด ในจังหวัดอุดรธานี ผ้าที่ทอได้จะนำมาใช้ในครัวเรือนเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในครัวเรือน ต่อมาอาชีพทางการเกษตรซึ่งเป็นอาชีพหลักนั้น มีรายได้ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบัน กิจกรรมการทอผ้าจึงเปลี่ยนจากเพื่อใช้ในครัวเรือนไปสู่การผลิตในเชิงการค้า เพื่อให้มีรายได้จากการจำหน่าย ผ้าซิดและผ้าฝ้ายของนาข่านั้นจะมีลักษณะเด่นคือ ลายจะเป็นสามกษัตริย์ และลายซิด ซึ่งถ้าเป็นผ้าซิดจะต้องขึ้นเครื่องฝ้ายย้อมสีก่อน แล้วมัดใส่ฟืมเพื่อทำการเก็บลาย แต่ถ้าเป็นผ้าฝ้ายมัดหมี่หลังจากขึ้นเครื่องแล้วจะต้องทำการมัดหมี่ก่อนย้อม หลังจากนั้นจึงนำมาทอเหมือนกัน แต่การทอจะต่างกัน คือ การทอผ้าซิดจะต้องใช้คนช่วยกันทอพร้อมกัน 3 คน แต่การทอผ้าฝ้ายลายครามจะใช้เพียง 1 คน เช่นเดียวกันกับการทอผ้าไหมทั่วๆ ไป

ตำบลสามพร้าว อำเภอเมือง

ขนาด ที่ตั้ง และอาณาเขตติดต่อ

ตำบลสามพร้าวอยู่ในพื้นที่ของ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี อยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 9 กิโลเมตร มีพื้นที่ 73.22 ตารางกิโลเมตร หรือ 45,753 ไร่ มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ ตำบลกุดสระ อำเภอเมือง และตำบลสร้างแป้น อำเภอเมือง

ทิศใต้ ติดต่อกับ ตำบลหนองนาคำ อำเภอเมือง

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ตำบลคอนกLOY อำเภอพิบูลย์รักษ์ และ

ตำบลคอนหายโคก อำเภอหนองหาน

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ ตำบลหนองบัว อำเภอเมือง

ลักษณะภูมิประเทศและอาชีพ

ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่มอุดมสมบูรณ์ อาชีพส่วนใหญ่คือ เกษตรกรรม ซึ่งมีครัวเรือนเกษตรกรรมทั้งสิ้น 2,629 ครัวเรือน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 89 ของครัวเรือนทั้งหมดของตำบล รองลงมาคืออาชีพรับจ้าง และรับราชการ ซึ่งมีจำนวนเท่ากับ 198 และ 138 ครัวเรือน หรือคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 7 และ 4 ของครัวเรือนทั้งหมดของตำบล ตามลำดับ (มีบางครัวเรือนที่ประกอบอาชีพดังกล่าวมากกว่า 1 อาชีพ)

นอกจากนี้ยังมีประชากรบางส่วนทำหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นอาชีพเสริม ซึ่งก็ได้แก่การทอผ้า ซึ่งในอดีตได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานของราชการ ในการจัดตั้งกลุ่มทอผ้ามัดหมี่ฝ้ายขึ้นคือ สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดอุดรธานี ซึ่งการทอผ้างดังกล่าวนี้ ในอดีตจะนิยมทอเพื่อใช้เอง ต่อมาได้พัฒนาจนกลายเป็นการทอผ้าในเชิงการค้า ทั้งนี้เพื่อเป็นรายได้เสริมหลังจากหมดฤดูเกษตรกรรม ได้แก่การทำนา

ประชากรและเขตการปกครอง

ในปี พ.ศ. 2541 ตำบลสามพร้าว มีประชากรทั้งสิ้น 12,064 คน หรือประมาณ 2,664 ครัวเรือน ประกอบด้วยพื้นที่ 11 หมู่บ้านคือ

หมู่ที่ 1 บ้านสามพร้าว

หมู่ที่ 2 บ้านสามพร้าว

หมู่ที่ 3 บ้านหนองบุ

หมู่ที่ 4 บ้านดอนหาด

หมู่ที่ 5 บ้านหนองนาหล้า (บางส่วนอยู่ในเขตสุขาภิบาลหนองบัว)

หมู่ที่ 6 บ้านนาหยาด

หมู่ที่ 7 บ้านหนองบัว

หมู่ที่ 8 บ้านหนองคอนแสง

หมู่ที่ 9 บ้านแมค

หมู่ที่ 10 บ้านสามพร้าว

หมู่ที่ 11 บ้านหนองสีสุ

กิจกรรมการทอผ้า

กิจกรรมการทอผ้าบ้านสามพร้าว เป็นการพัฒนาจากการทอเพื่อไว้ใช้ภายในครอบครัว มาเป็นรูปแบบการทอในเชิงการค้า ซึ่งลักษณะจะคล้ายกับสุขาภิบาลนาชา โดยจะมีการจัดตั้งกลุ่มทอผ้ามัดหมี่ฝ้าย ซึ่งสมาชิกของกลุ่มจะทำการทอผ้าเป็นอาชีพเสริมจากอาชีพเกษตรกรรม ผ้ามัดหมี่ที่ทอเสร็จแล้วจะส่งไปขายที่บ้านนาชาและศูนย์หัตถกรรมเม่นั่นเอง วัตถุดิบที่ใช้ทอคือฝ้ายนั้นจะนำมาจากตลาด ในตัวจังหวัดอุตรธานีนั้นเอง

จังหวัดกาฬสินธุ์ : สุขาภิบาลโนน อำเภอดงคำม่วง

สภาพทั่วไปของจังหวัดกาฬสินธุ์

จังหวัดกาฬสินธุ์ อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยมีระยะทางห่างจากกรุงเทพมหานคร 519 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 6,946.746 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 4,341,716 ไร่

สภาพภูมิประเทศของจังหวัดกาฬสินธุ์ประกอบด้วย ป่าไม้ เทือกเขา และเนินเขา พื้นที่ราบสำหรับใช้ในการเกษตรมีน้อย โดยร้อยละ 28.3 ของพื้นที่จังหวัด จะเป็นเทือกเขาภูพาน มีภูเขาสลับซับซ้อน มีที่ราบระหว่างหุบเขาสลับกับป่าทึบ บริเวณนี้จะเป็นแหล่งต้นน้ำลำธารหล่อเลี้ยงจังหวัด แหล่งน้ำที่สำคัญได้แก่ ลำน้ำปาว และลำน้ำพาน อีกร้อยละ 46.2 ของพื้นที่จังหวัด จะเป็นเนินเขาสลับกับป่าโปร่งและทุ่งราบ ที่เหลืออีกร้อยละ 26.5 จะมีสภาพพื้นที่เป็นที่ราบต่ำ มีบึงและหนองน้ำโดยทั่วไป บริเวณนี้เป็นแหล่งเพาะปลูกที่สำคัญของจังหวัด และเป็นบริเวณที่ได้รับน้ำจากโครงการชลประทานลำปาว และจากลำชี

จังหวัดกาฬสินธุ์ แบ่งการปกครองออกเป็น 14 อำเภอ และ 4 กิ่งอำเภอ มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 983,160 คน ประชากรมีรายได้ไม่สูงนัก คือรายได้เฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 21,887 บาทต่อปี ซึ่งนับเป็นรายได้อันดับที่ 11 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเป็นอันดับที่ 68 ของประเทศ อาชีพที่สำคัญคืออาชีพทางการเกษตร โดยมีพื้นที่ทางการเกษตรคิดเป็นร้อยละ 59.48 ของพื้นที่จังหวัด พืชที่ปลูกได้แก่ ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง เป็นต้น อุตสาหกรรมส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร และเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก การพัฒนาอุตสาหกรรมอยู่ในเกณฑ์ต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดข้างเคียง ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น อุตรธานี และนครราชสีมา

จังหวัดกาฬสินธุ์ มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัด สกลนคร และอุดรธานี
ทิศใต้	ติดต่อกับ	จังหวัด ร้อยเอ็ด และมหาสารคาม
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	จังหวัด สกลนคร และมุกดาหาร
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัด มหาสารคาม และขอนแก่น

ขนาด ที่ตั้ง และอาณาเขตติดต่อ ของสุขาภิบาลโพน

สุขาภิบาลโพน อยู่ในพื้นที่ของอำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ อยู่ห่างจากอำเภอคำม่วงประมาณ 6 กิโลเมตร หรืออยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 78 กิโลเมตร มีพื้นที่ 7.66 ตารางกิโลเมตร หรือ 3,722 ไร่ มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	ตำบลหนองช้าง และตำบลทุ่งคลอง อำเภอคำม่วง
ทิศใต้	ติดต่อกับ	ตำบลเนินยาง อำเภอคำม่วง
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	ตำบลนาบอน อำเภอคำม่วง
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	ตำบลโนนศิลา อำเภอคำม่วง

ลักษณะภูมิประเทศ และอาชีพ ของสุขาภิบาลโพน

สุขาภิบาลโพน มีลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม มีแหล่งน้ำเป็นลำห้วยซึ่งไหลมาจากเทือกเขาภูพาน ลงมาสู่ทางทิศใต้ แล้วมารวมกันที่เขื่อนลำปาว ทำให้เกิดน้ำท่วมในฤดูฝน ที่ดินมีลักษณะเป็นดินร่วนปนทราย และเนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่ของสุขาภิบาลโพนเป็นที่ราบลุ่ม ดังนั้นอาชีพส่วนใหญ่ของประชากรจึงเป็นอาชีพ เกษตรกรรม ได้แก่ ทำนา ปลูกผักสวนครัวและพืชที่มีอายุสั้น นอกจากนี้ยังมีอาชีพสำคัญอีกอาชีพหนึ่ง ซึ่งไม่เป็นรองจากอาชีพเกษตรกรรมคือ การทอผ้าไหมแพรวา ทั้งนี้เนื่องจากอาชีพนี้ทำรายได้ให้กับประชากรในพื้นที่ สูงกว่าอาชีพเกษตรกรรม กล่าวคือ พื้นที่สุขาภิบาลโพนมีรายได้จากการทอผ้าไหมแพรวา รวมแล้วมากกว่า 15 ล้านบาทต่อปี

ประชากรและเขตการปกครองของ สุขาภิบาลโพน

ในปี พ.ศ. 2541 สุขาภิบาลโพน มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 3,938 คน หรือ 821 ครัวเรือน ประกอบด้วยพื้นที่ 5 หมู่บ้าน ได้แก่

- หมู่ที่ 1 บ้านโพน
- หมู่ที่ 2 บ้านโพน
- หมู่ที่ 3 บ้านโพน
- หมู่ที่ 4 บ้านโพนงาน
- หมู่ที่ 5 บ้านคลองเตย

กิจกรรมการทอผ้าไหมแพรวาของ สุขาภิบาลโพน

การทอผ้าไหมแพรวาของสุขาภิบาลโพน จังหวัดกาฬสินธุ์นั้น ได้มีการทอสืบทอดกันมานานนับหลายร้อยปี โดยเริ่มจากการทอสำหรับใช้ในครอบครัว หรือเทศกาลงานพิธีต่างๆ จนกระทั่งมีความนิยมและแพร่หลายมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้เพราะมีเอกลักษณ์ในเรื่องเทคนิคการทอ ย้อม รูปแบบ ลาย และสี ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว นั่นคืออยู่ที่ลวดลาย โดยการทอจะมีลายก้นกลางระหว่างช่วงดอก เรียกว่าดอกอ้อม คั่นลาย การทอจะทอสลับดอกตามขวางไปเรื่อยๆ จึงมีลวดลายปลายเชิงผ้าที่เรียกว่า ลายช่อปลายเชิง จากนั้นจะเป็นเชิงผ้าคือลายที่อยู่ปลายสุดของผ้า ในผ้าแพรวาหนึ่งผืนอาจมีลายมากกว่า 5 ลาย ซึ่งลายผ้าแพรวาที่มีอยู่แล้วนั้นมีมากกว่า 60 ลาย ลายที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ ลายพันมหา เส้นไหมที่ชาวบ้านใช้ทอผ้าแพรวาจะสั่งซื้อมาจาก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม นอกจากนี้ยังมีที่สั่งซื้อมาจาก จังหวัดศรีสะเกษ อีกด้วย ไหมดิบที่ซื้อมาราคากิโลกรัมละ 1,000-1,200 บาท เมื่อนำมาย้อมสีแล้วนำไปทอเป็นผ้าไหมแพรวา จะได้ผ้าไหมแพรวา 1 ผืน มีความกว้าง 0.50 เมตร มีความยาวประมาณ 4 หลา แต่ที่ทอเป็นลวดลายมีเพียง 2 หลา เท่านั้น ที่เหลืออีก 2 หลาจะเป็นลายพื้นธรรมดา ผ้าแพรวาแต่ละผืนต้องใช้เวลาทออย่างน้อย 12-15 วัน บางครั้งถ้าเป็นลายยากก็อาจต้องใช้เวลาทอนานเป็นเดือน ราคาจำหน่ายผืนละ 2,000-3,000 บาท ซึ่งราคาดังกล่าวนี้จะไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับความประณีตในการทอ ลวดลาย และความสวยงาม ผ้าแพรวาที่ทอเสร็จแล้ว จะถูกนำมาจำหน่ายใน 2 ลักษณะ คือ

- 1) ผลิตเองจำหน่ายเอง หรือแต่ละวันจะนำมาขายที่ศูนย์วิถีจิตระแพรวา ซึ่งศูนย์จำหน่ายของกลุ่มชาวบ้านในหมู่บ้าน และตั้งอยู่ในเขตสุขาภิบาลโพน นั่นเอง
- 2) ผลิตแล้วส่งพ่อค้าคนกลาง หรือร้านค้าในตัวจังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อนำมาขายต่อให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้ซื้อโดยตรง ร้านที่ชาวบ้านนำมาส่งขายเป็นประจำได้แก่ ร้านแพรวาหรือร้านแม่เนื่อง กับร้านนิวเฟรน ซึ่งตั้งอยู่ในตัวจังหวัดกาฬสินธุ์

จังหวัดยโสธร : ตำบลศรีฐาน และ ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าดิว

สภาพทั่วไปของจังหวัดยโสธร

จังหวัดยโสธร มีประวัติความเป็นมาเกี่ยวข้องกับเมืองหนองบัว หรือปัจจุบันคือหนองบัวลำภู เดิมชื่อว่าบ้านสิงห์ท่า ในปี พ.ศ.2537 พระพุทธเลิศหล้านภาลัย รัชกาลที่ 2 ได้ทรงโปรดเกล้าฯ ยกบ้านสิงห์ท่าเป็นเมืองยโสธร หรือเมืองยศสุนทร ให้เจ้าราชวงศ์สิงห์เป็นผู้ครองเมือง และมีราชทินนามว่า พระสุนทรยศวงศา ซึ่งเป็นเจ้าเมืองคนแรกของยโสธร ในอดีตเมื่อก่อนปี พ.ศ. 2515 เป็นเพียงอำเภอยโสธร แต่ได้ยกฐานะเป็นจังหวัดเมื่อ วันที่ 1 มีนาคม 2515 และนับเป็นจังหวัดที่ 71 ของประเทศไทย

จังหวัดยโสธรมีรูปร่างคล้ายพระจันทร์เสี้ยว ยาวจากทิศเหนือลงมาทิศใต้ อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีระยะทางห่างจากกรุงเทพมหานครโดยทางรถยนต์ประมาณ 552 กิโลเมตร มีพื้นที่ 4,161.44 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 2,600,902.5 ไร่

ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่ของจังหวัดยโสธร จะเป็นที่ราบสูงสลับกับพื้นที่ราบแบบลูกคลื่น ส่วนด้านใต้มีแม่น้ำชีไหลผ่าน เป็นที่ราบต่ำสลับซับซ้อน มีหนองหรือบึงอยู่ทั่วไป ลักษณะของดินมีหลายลักษณะ ได้แก่ ชุดดินร่อยเอ็ด ชุดดินยโสธร ชุดดินโคราช ซึ่งมีคุณสมบัติแตกต่างกันไป

จังหวัดยโสธรแบ่งการปกครองออกเป็น 9 อำเภอ มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 556,091 คน มีความหนาแน่นของประชากรเท่ากับ 134 คนต่อตารางกิโลเมตร และอัตราการเพิ่มของประชากรเฉลี่ยต่อปี ร้อยละ 0.87 อาชีพของประชากรที่มีความสำคัญต่อโครงสร้างทางเศรษฐกิจคือ อาชีพทางด้านเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ การกสิกรรม และปศุสัตว์ ซึ่งจังหวัดนี้มีพื้นที่สำหรับการเกษตรคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 58.85 ของพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัด หรือประมาณ 1,527,139 ไร่ นอกจากนี้ยังมีอาชีพการทอผ้า และผลิตสินค้าหัตถกรรมเป็นอาชีพรอง ได้แก่ การทอผ้าลายขิด และผลิตภัณฑ์จากผ้าลายขิดคือ หมอนขานผ้าขิด และหมอนสี่เหลี่ยมผ้าขิด เป็นต้น

จังหวัดยโสธร มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัด มุกดาหาร และร้อยเอ็ด
ทิศใต้	ติดต่อกับ	จังหวัด ศรีสะเกษ
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	จังหวัด อำนาจเจริญ และอุบลราชธานี
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัด ร้อยเอ็ด

ตำบลศรีฐาน อำเภอป่าดิว

ขนาด ที่ตั้ง และอาณาเขตติดต่อ

ตำบลศรีฐาน อยู่ในพื้นที่ของอำเภอป่าดิว จังหวัดยโสธร อยู่ห่างจากอำเภอป่าดิวประมาณ 12 กิโลเมตร และอยู่ห่างจากตัวจังหวัดยโสธร ไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ตามเส้นทางสาย ยโสธร-อำนาจเจริญ (ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 202) มีพื้นที่ประมาณ 36 ตารางกิโลเมตร หรือ 17,601 ไร่ มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	ตำบลกระจาย และตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าดิว
ทิศใต้	ติดต่อกับ	ตำบลทุ่งมน อำเภอกำเขื่อนแก้ว
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	ตำบลเชียงเพ็ง และตำบลเหล่าไฮ อำเภอกำเขื่อนแก้ว
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	ตำบลกระจาย อำเภอป่าดิว

ลักษณะภูมิประเทศ และอาชีพ

ลักษณะภูมิประเทศของตำบลศรีฐานส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูง ดินส่วนใหญ่เป็นดินทราย มีลำน้ำโพง ไหลผ่านทางด้านเหนือของตำบล แต่ปริมาณน้ำมีไม่เพียงพอสำหรับการเกษตรในฤดูแล้ง อาชีพส่วนใหญ่ของประชากรในตำบลศรีฐานคือ การประกอบอาชีพทางการเกษตร ได้แก่ การทำนา การปลูกแตงโม เป็นต้น ส่วนอาชีพเสริมคือ การทำหมอนขวานผ้าซิต หมอนสี่เหลี่ยมผ้าซิต และเบาะรองนั่ง ซึ่งทำให้ประชากรมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

ประชากร และเขตการปกครอง

ในปี พ.ศ. 2541 ตำบลศรีฐาน มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 5,486 คน หรือ 1,192 ครัวเรือน ประกอบด้วยพื้นที่ 9 หมู่บ้าน ได้แก่

- หมู่ที่ 1 บ้านศรีฐาน
- หมู่ที่ 2 บ้านศรีฐาน
- หมู่ที่ 3 บ้านศรีฐาน
- หมู่ที่ 4 บ้านศรีฐาน
- หมู่ที่ 5 บ้านเตาไห
- หมู่ที่ 6 บ้านกุดลำโรง
- หมู่ที่ 7 บ้านเตาไห
- หมู่ที่ 8 บ้านศรีฐาน
- หมู่ที่ 9 บ้านศรีฐาน

กิจกรรมผลิตภัณฑ์สินค้าหัตถกรรม

ตำบลศรีฐาน อำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร เป็นแหล่งผลิตหัตถกรรมที่สำคัญของจังหวัด และของประเทศไทย ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าลายซิตและผ้าฝ้าย ได้แก่ หมอนขวานผ้าซิต เบาะรองนั่ง ที่นอน และพวงกุญแจ ประชากรที่ทำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นจำนวนมากจะอยู่ในพื้นที่ หมู่ที่ 1, 2, 3, 4, 8 และ 9 ของตำบล โดยที่ประชากรใน 6 หมู่บ้านดังกล่าวนี้ มากกว่าร้อยละ 90 จะมีอาชีพหัตถกรรมเป็นอาชีพ รองจากอาชีพเกษตรกรรม และมีบางครอบครัวที่ทำเป็นอาชีพหลักเลย

เดิมชาวบ้านจะทอผ้าซิตและผ้าฝ้ายเอง หลังจากนั้นก็จะทำเป็นผลิตภัณฑ์หมอน เบาะรองนั่ง และอื่นๆ เอาไว้ใช้เองในครัวเรือน แต่ต่อมาปริมาณการผลิตไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้ซื้อ ซึ่งกระจายอยู่ทั่วไปทั้งประเทศ ดังนั้นมีการทำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจากผ้าที่พิมพ์ลายเป็นลายซิตสำเร็จรูป ซึ่งหาซื้อมาจากกรุงเทพมหานคร ผู้ที่ทำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะมีรายได้ประมาณคนละ 60-90 บาทต่อวัน โดยจะนำหุ่น และผ้าที่เย็บเป็นรูปร่างผลิตภัณฑ์แล้ว มาจากบ้านที่เป็นศูนย์กลางการรับซื้อ ซึ่งมีอยู่ประมาณ 14-15 ราย

สำหรับนุ่นที่รับมาจากบ้านที่เป็นศูนย์กลางการรับซื้อนั้นจะเป็นนุ่นเก่า มีราคากิโลกรัมละ 25 บาท (ขนาดบรรจุ 12 กิโลกรัม) ลักษณะหัตถกรรมของชาวบ้านคือ ไปรับมายัดนุ่นแล้วเย็บปิดที่ช่องยัดนุ่นเข้าไปเท่านั้น แต่ก่อนยัดนุ่นเข้าไปชาวบ้านจะต้องเตรียมมัดฟาง เพื่อทำเป็นแกนใส่เข้าไปในตัวหมอนก่อน ทั้งนี้เพื่อจะให้เป็นโครงของหมอน ให้หมอนขวานมีรูปร่างตั้งอยู่ได้

ปัจจุบันทางด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์นั้น นอกจากจะขายโดยตรงให้กับผู้ซื้อแล้ว ยังส่งไปขายภายนอกจังหวัด และต่างประเทศอีกด้วย โดยชาวบ้านจะนำผลิตภัณฑ์ไปส่งที่ร้านค้าเอง หรือร้านค้า หรือพ่อค้าส่งออกจะมารับ ณ แหล่งผลิตเอง การส่งไปขายต่างประเทศส่วนใหญ่จะยัดนุ่นทั้งหมด โดยไม่ใส่แกนที่เป็นฟางข้าวเข้าไป เพราะลูกค้าในต่างประเทศไม่นิยม

ส่วนปัญหาทางด้านคุณภาพนั้น มาจากการที่ผู้ผลิตมักใช้ผ้าพิมพ์สำเร็จรูปจากโรงงาน มากกว่าผ้าที่ทอด้วยมือซึ่งมีความหนากว่า นุ่นที่ใช้ก็เป็นนุ่นเก่าเพราะผู้ผลิตต้องการลดต้นทุน แต่นุ่นเก่าที่ผ่านการใช้มาแล้วจะไม่ฟูและไม่นุ่มเหมือนนุ่นใหม่ นอกจากนี้เมื่อใช้ไประยะหนึ่งแล้วจะเป็นฝุ่น สำหรับปัญหาทางด้านการตลาดที่สำคัญคือเรื่องคุณภาพ และการแข่งขันทางด้านราคา โดยเฉพาะการแข่งขันทางด้านราคานั้น เนื่องจากชาวบ้านยังขาดการรวมกลุ่มกันเพื่อจำหน่าย จึงมักมีการขายตัดราคากันอยู่ตลอดเวลา

ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอบำบัด

ขนาด ที่ตั้ง และอาณาเขตติดต่อ

ตำบลโพธิ์ไทร อยู่ในพื้นที่ของอำเภอบำบัด จังหวัดยโสธร อยู่ห่างจากตัวจังหวัด ประมาณ 30 กิโลเมตร ตามถนนสายยโสธร-อำนาจเจริญ หรือตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 202 มีพื้นที่ 65 ตารางกิโลเมตร หรือ 31,625 ไร่ มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ ตำบลโคกนาโก อำเภอบำบัด และตำบลกำแพง อำเภอกุดชุม

ทิศใต้ ติดต่อกับ ตำบลศรีฐาน อำเภอบำบัด

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ตำบลเชียงเพ็ง อำเภอลำเชียง

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ ตำบลกระเจาย อำเภอบำบัด

ลักษณะภูมิประเทศ และอาชีพ

ลักษณะภูมิประเทศของตำบลโพธิ์ไทรส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม ลักษณะของดินเป็นดินร่วนปนทราย อาชีพของประชากรส่วนใหญ่คือ การเกษตรกรรม ซึ่งได้แก่ การทำนา และปลูกพืชผักสวนครัว ตลอดจนอาชีพปศุสัตว์ก็มีบทบาทสำคัญต่อสภาพเศรษฐกิจของประชากรเป็นอย่างมาก ปัจจุบันมีอาชีพสำคัญอีกอาชีพหนึ่งคือ การทอผ้าขิดเพื่อทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ซึ่งเป็นแหล่งรายได้เสริมที่สำคัญของชาวบ้าน

ประชากร และเขตการปกครอง

ในปี พ.ศ. 2541 ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าติ้ว มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 5,094 คน หรือ 1,028 ครัวเรือน ประกอบด้วยพื้นที่ 9 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 1, 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10 และ 11 และพื้นที่บางส่วนของหมู่ที่ 4, 5 และ 12 ที่อยู่นอกเขตสุขาภิบาลป่าติ้ว

กิจกรรมผลิตภัณฑ์สินค้าหัตถกรรม

ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร เป็นแหล่งผลิตสินค้าหัตถกรรมจากผ้าลายซิดและผ้าฝ้าย ที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัด และอยู่ในอำเภอป่าติ้วเช่นเดียวกับตำบลศรีฐาน ตำบลโพธิ์ไทรและตำบลศรีฐานอยู่ห่างกันประมาณ 12-13 กิโลเมตร ชาวบ้านที่ทำผลิตภัณฑ์จากผ้าลายซิดและผ้าฝ้ายของตำบลโพธิ์ไทร จะอยู่ ณ บ้านป่าตอง หมู่ที่ 3 ซึ่งมีประชากรอยู่ 175 ครัวเรือน โดยมีประชากรที่ทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเป็นอาชีพรองจากอาชีพเกษตรกรรม ประมาณ 40 ครัวเรือน ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวนี้ทำมาจากผ้าฝ้ายและผ้าซิด ได้แก่ การทำหมอนขวาน หมอนสี่เหลี่ยม และเบาะรองนั่ง

ผ้าลายซิดและผ้าฝ้ายที่นำมาทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ ดังกล่าว เดิมชาวบ้านป่าตองเป็นผู้ขายเอง และบางส่วนส่งไปขายให้กับตำบลศรีฐานสำหรับทำผลิตภัณฑ์เดียวกัน แต่เนื่องจากการผลิตสินค้าหัตถกรรมดังกล่าวไม่เพียงพอต่อการขยายตัวทางการตลาด ทำให้ปัจจุบันชาวบ้านป่าตองไม่ทอผ้าเอง แต่จะซื้อมาจากชาวบ้านที่ทอด้วยมือ จากบ้านกลาง หมู่ที่ 7 และหมู่ที่ 10 โดยฝ้ายที่ใช้ทอชาวบ้านจะซื้อมาจากตัวจังหวัด

สำหรับรุ่นที่นำมายัดหมอนขวาน เบาะรองนั่ง และหมอนสี่เหลี่ยมนั้น เป็นรุ่นใหม่ที่ซื้อมาจากหลายๆ จังหวัด ราคา กิโลกรัมละ 26 บาท การยัดรุ่นจะไม่ใส่แกนฟาง หรือใส่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งต่างจากของตำบลศรีฐานตรงที่ ของศรีฐานจะใช้รุ่นเก่าและใส่แกนฟางมากกว่า ผลิตภัณฑ์ที่ทำเสร็จแล้วจะส่งขายทั่วไป ทั้งในจังหวัด ต่างจังหวัด ตลอดจนส่งไปขายต่างประเทศ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น เป็นต้น ทั้งนี้การจำหน่ายชาวบ้านจะจัดตั้งเป็นกลุ่มรวบรวมผลผลิต เพื่อนำผลผลิตไปจำหน่าย การจำหน่ายก็มีทั้งที่พ่อค้ามารับเองที่บ้านป่าตอง และโดยทางกลุ่มจะนำไปส่งให้ ซึ่งเฉลี่ยแล้วจะส่งไปจำหน่ายที่กรุงเทพมหานคร ประมาณ 2 เทียบต่อเดือน ราคาจำหน่ายก็ไม่สูงกว่าผลิตภัณฑ์ของตำบลศรีฐานมากนัก แต่คุณภาพแตกต่างกัน นอกจากนี้สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดยโสธรยังได้เข้ามาช่วยส่งเสริมในหลายด้าน เช่น หาแหล่งจำหน่ายให้ พาชาวบ้านไปศึกษาดูงานหัตถกรรมนอกพื้นที่ ตลอดจนส่งเสริมให้ชาวบ้านทอผ้าโดยใช้สีเปลือกไม้ซึ่งเป็นสีธรรมชาติ นอกจากนี้ยังเชิญวิทยากรจาก ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น มาทำการฝึกอบรมชาวบ้าน ปีละ 2 ครั้ง อีกด้วย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางการผลิต การตลาด และรายได้ ของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบทสู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้น เน้นกลุ่มเป้าหมายคือ ครัวเรือนชนบทในพื้นที่ 5 แห่ง ได้แก่

1. ตำบลบ้านโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
2. สุขาภิบาลบ้านไถ่น อำเภอพระยีน จังหวัดขอนแก่น
3. สุขาภิบาลนาข่า และ ตำบลสามพร้าว อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
4. สุขาภิบาลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์
5. บ้านศรีฐาน และบ้านป่าตอง อำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร

ข้อมูลจากครัวเรือนในพื้นที่เป้าหมาย ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม ได้แก่ การตีเหล็กและตีเม็ด การทอเสื่อ การทอผ้าไหมมัดขิด การทอผ้าไหมแพรวา และการทำหมอนเหลี่ยมผ้าลายขิด ดังกล่าว แบ่งผลการวิเคราะห์ได้ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ลักษณะโดยทั่วไปของครัวเรือนชนบท ผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม

ครัวเรือนชนบทที่ถูกกำหนดเป็นเป้าหมายนั้น รวมทั้งสิ้น 429 ตัวอย่าง จากตำบลบ้านโพธิ์ จังหวัดนครราชสีมา สุขาภิบาลบ้านไถ่น จังหวัดขอนแก่น สุขาภิบาลนาข่า และ ตำบลสามพร้าว จังหวัดอุดรธานี สุขาภิบาลโพน จังหวัดกาฬสินธุ์ บ้านศรีฐาน และบ้านป่าตอง จังหวัดยโสธร เป็นจำนวน 50, 110, 14, 5, 103, 24 และ 123 ตัวอย่าง โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.7, 25.6, 3.3, 1.2, 24.0, 5.6 และ 28.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.1)

ครัวเรือนชนบทที่ผลิตสินค้าหัตถกรรมนั้น จำแนกเป็นเพศชาย และเพศหญิง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.6 และ 77.4 ซึ่งมีสถานภาพแต่งงานแล้วถึง 396 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 92.3 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 7.7 มีสถานภาพโสด หากพิจารณาถึงขนาดของครอบครัวโดยดูจากจำนวนสมาชิกในครัวเรือน พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 31.9 มีสมาชิกในครัวเรือนจำนวน 5 คน (ตารางที่ 4.2 , 4.3 และ 4.4)

จากการสำรวจพบว่า ครัวเรือนชนบทส่วนใหญ่มีอาชีพหลักคือ การเกษตรกรรม คือ 396 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 92.3 ของครัวเรือนชนบททั้งหมดที่ทำการสำรวจ รองลงมาประกอบอาชีพหลักคือ รับจ้างทั่วไป จำนวน 17 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.0 ซึ่งจากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 429 คน ประกอบอาชีพตีเหล็ก 50 คน ทอเสื่อ 110 คน ทอผ้าไหมมัดขิด 19 คน ทอผ้าไหมแพรวา 103 คน และทำหมอนเหลี่ยมผ้าลายขิด 147 คน คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 11.7, 25.6, 4.4, 24.0 และ 34.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5 และ 4.6)

ตารางที่ 4.1 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามพื้นที่ศึกษา

พื้นที่ศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้านโพธิ์ จังหวัดนครราชสีมา	50	11.7
บ้านไต้้น จังหวัดขอนแก่น	110	25.6
บ้านนาข่า จังหวัดอุดรธานี	14	3.3
บ้านสามพร้าว จังหวัดอุดรธานี	5	1.2
บ้านโพน จังหวัดกาฬสินธุ์	103	24.0
บ้านสีฐาน จังหวัดยโสธร	24	5.6
บ้านป่าตอง จังหวัดยโสธร	123	28.7
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.2 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	97	22.6
หญิง	332	77.4
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.3 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	33	7.7
แต่งงานแล้ว	396	92.3
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.4 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครัวเรือน

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	จำนวน (ครัวเรือน)	ร้อยละ
1 คน	4	0.9
2 คน	1	0.2
3 คน	15	3.5
4 คน	42	9.8
5 คน	137	31.9
6 คน	98	22.8
7 คน	76	17.7
8 คน	35	8.2
9 คน	15	3.5
มากกว่า 9 คน	6	1.4
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.5 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การเกษตรกรรม	396	92.3
ค้าขาย	5	1.2
รับจ้างทั่วไป	17	4.0
ข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา	11	2.6
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.6 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามกิจกรรมหัตถกรรม

กิจกรรมหัตถกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตีเหล็ก	50	11.7
ทอเสื่อ	110	25.6
ทอผ้าไหมมัดขิต	19	4.4
ทอผ้าไหมแพรวา	103	24.0
ทำหมอนเหลี่ยมผ้าลายขิต	147	34.3
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

สภาพการผลิตสินค้าหัตถกรรม

1. เงินทุนและแหล่งที่มาของเงินทุน

ในการประกอบอาชีพหัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งเป็นอาชีพเสริมจากอาชีพเกษตรกรรมนั้น ครั้วเรือนส่วนใหญ่ใช้เงินทุนสำหรับสินค้าหัตถกรรมต่อปี มากกว่า 10,000 บาท กล่าวคือมีถึงร้อยละ 42 ของครั้วเรือนชนบททั้งหมด และมีเพียงร้อยละ 6.8 เท่านั้น ที่ใช้เงินลงทุนน้อยกว่า 1,000 บาท (ตารางที่ 4.7) โดยที่ครั้วเรือนชนบทเหล่านี้จะเป็นเพียงผู้รับจ้างเท่านั้น จึงไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนของตนเองมากนัก ได้แก่ กิจกรรมทอเสื่อที่ สุขาภิบาลบ้านไถ่น อำเภอพระยีน จังหวัดขอนแก่น และกิจกรรมการทอผ้าที่มีชนิดที่ สุขาภิบาลนาขา และ ตำบลสามพร้าว อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี และการทำหมอนเหลี่ยมผ้าลายชนิด ที่บ้านสีฐาน และบ้านป่าตอง อำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร ส่วนกิจกรรมการตีเหล็กที่ ตำบลบ้านโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา และการทอผ้าไหมแพรวาที่ สุขาภิบาลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ นั้น ใช้เงินทุนแต่ละปีมากกว่า 10,000 บาท

เงินลงทุนของครั้วเรือนชนบทในการผลิตสินค้าหัตถกรรมนั้น ส่วนใหญ่เป็นของตนเอง กล่าวคือมีจำนวนทั้งหมด 228 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.1 รองลงมาจะมีเงินทุนในลักษณะกู้ยืมมาทั้งหมด และของตนเองบางส่วนและกู้ยืมมาบางส่วน จำนวน 155 คน และ 46 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36.2 และ 10.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.8) โดยที่ครั้วเรือนชนบทที่ผลิตสินค้าหัตถกรรมโดยมีเงินทุนมาจากการกู้ยืมนั้น จะกู้มาจากนายทุนในพื้นที่เป็นแหล่งเงินกู้หลัก ซึ่งนายทุนเหล่านั้นจะจ้างครั้วเรือนชนบทในการผลิตสินค้าหัตถกรรมด้วย โดยการจ่ายค่าตอบแทนในรูปค่าจ้างเป็นรายชิ้น

2. การสั่งซื้อปัจจัยการผลิตหรือวัตถุดิบ

วัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิตในการผลิตสินค้าหัตถกรรมนั้น มาจากร้านค้าในพื้นที่ ร้านค้าในอำเภอ ร้านค้าในจังหวัด ร้านค้าในกรุงเทพมหานครหรือต่างจังหวัด ตลอดจนมีผู้นำมาขายให้ถึงบ้าน และอาจหาเองจากแหล่งที่มีอยู่เองธรรมชาติ โดยการศึกษาพบว่าจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 429 คนนั้น ร้อยละ 61.3 มีแหล่งที่มาของวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิต มาจากร้านค้าในพื้นที่ และร้อยละ 15.2 มีผู้นำวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิตมาขายให้ถึงบ้านของผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม (ตารางที่ 4.9)

ในส่วนของวิธีการซื้อวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิต ของครั้วเรือนชนบทนั้น มีทั้งการซื้อด้วยเงินสดซื้อเชื่อจากร้าน และหามาได้เองจากธรรมชาติ โดยการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่จะซื้อเป็นเงินสดถึงร้อยละ 53.1 รองลงมาคือ ร้อยละ 38.2 เป็นการซื้อเชื่อจากร้านค้า มีเพียงร้อยละ 8.7 เท่านั้น ที่ไม่ได้ซื้อวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิต แต่หามาได้เองจากธรรมชาติ (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.7 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม จำนวนเงินที่ใช้ลงทุนในการผลิตต่อปี

จำนวนเงินที่ใช้ลงทุน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 บาท	29	6.8
1,001-2,000 บาท	23	5.4
2,001-3,000 บาท	16	3.7
3,001-4,000 บาท	38	8.9
4,001-5,000 บาท	36	8.4
5,001-6,000 บาท	35	8.2
6,001-7,000 บาท	12	2.8
7,001-8,000 บาท	20	4.7
8,001-9,000 บาท	19	4.4
9,000-10,000 บาท	21	4.9
มากกว่า 10,000 บาท	180	42.0
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.8 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม แหล่งที่มาของเงินที่ใช้ลงทุนในการผลิต

แหล่งที่มาของเงินที่ใช้ลงทุน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ของตนเองทั้งหมด	228	53.1
ของตนเองบางส่วนและกู้ยืมบางส่วน	46	10.7
กู้ยืมทั้งหมด	155	36.2
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.9 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม แหล่งที่มาของวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิต

แหล่งที่มาของเงินกู้ยืม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านค้าในพื้นที่	263	61.3
ร้านค้าในอำเภอ	5	1.2
ร้านค้าในจังหวัด	25	5.8
ร้านค้าในกรุงเทพฯ หรือต่างจังหวัด	27	6.3
มีผู้นำมาขายให้ถึงบ้าน	65	15.2
หามาเองจากแหล่งที่มีอยู่เองธรรมชาติ	44	10.3
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.10 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม วิธีการซื้อวัตถุดิบ

วิธีการซื้อวัตถุดิบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เงินสด	228	53.1
ซื้อเชื่อจากร้านค้า	164	38.2
หามาได้เองจากธรรมชาติ	37	8.7
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

3. การใช้แรงงานสำหรับการผลิตสินค้าหัตถกรรม

ในการผลิตสินค้าหัตถกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือนั้น จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ใช้แรงงานครอบครัวหรือสมาชิกในครอบครัว ถึงร้อยละ 85.8 ของจำนวนครัวเรือนชนบททั้งหมดที่เป็นครัวเรือนตัวอย่างในการศึกษา โดยจะจ้างแรงงานจากภายนอกเพียง ร้อยละ 2.3 เท่านั้น และเหตุผลสำคัญในการจ้างแรงงานจากภายนอกก็เนื่องมาจาก แรงงานในครอบครัวไม่พอ และสินค้าที่ผลิตไม่ทันจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 94.9 และ 5.1 ของจำนวนครัวเรือนที่จ้างแรงงานจากภายนอก ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 59 คน ลักษณะการจ่ายเงินค่าแรงงานจากภายนอกนั้น จะจ่ายเป็นรายชิ้น รายวัน และรายชั่วโมง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 83.1, 15.3 และ 1.6 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.11, 4.12 และ 4.13)

4. การออกแบบสินค้าหัตถกรรม และความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่างๆ

สินค้าหัตถกรรมในครัวเรือนชนบทของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้น มีการออกแบบเองน้อยมาก คือเพียงร้อยละ 18.9 ของครัวเรือนชนบทที่เป็นตัวอย่างในการศึกษา เท่านั้น ส่วนใหญ่วิธีการออกแบบสินค้าหัตถกรรม มักออกแบบตามอย่างบรรพบุรุษ และออกแบบตามลูกค้าสั่ง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 41.0 และ 40.1 ตามลำดับ ส่วนสาเหตุที่เป็นเช่นนี้ก็เนื่องจากครัวเรือนชนบทเกรงว่า เมื่อออกแบบเองแล้วจะขายไม่ได้ และไม่มีหน่วยงานใดให้คำแนะนำทางด้านออกแบบลวดลาย โดยเฉพาะสาเหตุประการหลังนี้คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 71.5 ของครัวเรือนชนบทที่เป็นตัวอย่างในการศึกษา อย่างไรก็ตามยังมีครัวเรือนอีก ร้อยละ 26.6 ที่ได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานต่างๆ และได้รับความช่วยเหลือจากพ่อค้าในพื้นที่อีก ร้อยละ 1.9 (ตารางที่ 4.14 และ 4.15)

สำหรับหน่วยงานที่เข้ามาให้ความช่วยเหลือ ครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เกี่ยวกับสินค้าหัตถกรรม ในด้านต่างๆ นั้น ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท สถาบันการศึกษา กรมแรงงาน และสภาเกษตรกรไทย (ตารางที่ 4.16) อย่างไรก็ตามความช่วยเหลือจากหน่วยงานดังกล่าวข้างต้นยังมีน้อยอยู่ แสดงว่าการผลิตสินค้าหัตถกรรมดังกล่าว มาจากความสามารถและภูมิปัญญาของครัวเรือนเกษตรกรเองเป็นหลัก

ตารางที่ 4.11 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม แหล่งที่มาของแรงงานที่ใช้ในการผลิต

แหล่งที่มาของแรงงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แรงงานครอบครัว	368	85.8
แรงงานครอบครัวและแรงงานจ้าง	51	11.9
แรงงานจ้าง	10	2.3
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.12 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม เหตุผลของการจ้างแรงงานภายนอกครอบครัว

เหตุผลของการจ้างแรงงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แรงงานในครอบครัวไม่เพียงพอ	56	94.9
แรงงานภายนอกมีฝีมือมากกว่า	-	-
สินค้าที่ผลิตไม่ทันจำหน่าย	3	5.1
รวม	59	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.13 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ลักษณะการจ่ายค่าแรง

ลักษณะการจ่ายค่าแรง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายเดือน	-	-
รายวัน	9	15.3
รายชั่วโมง	1	1.6
รายชิ้น	49	83.1
รวม	59	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.14 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม วิธีการออกแบบสินค้าหัตถกรรม

วิธีการออกแบบสินค้าหัตถกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ออกแบบตามอย่างบรรพบุรุษ	176	41.0
ออกแบบตามลูกค้าสั่ง	172	40.1
ออกแบบเอง	81	18.9
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.15 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม การได้รับความช่วยเหลือด้านการผลิตจากหน่วยงานต่างๆ

การได้รับความช่วยเหลือ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ดำเนินการเอง ไม่มีหน่วยงานใดให้คำแนะนำ	307	71.5
มีหน่วยงานเข้ามาให้คำแนะนำ	114	26.6
พ่อค้าในพื้นที่ให้ความช่วยเหลือ	8	1.9
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.16 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม หน่วยงานที่เข้ามาให้ความช่วยเหลือ

หน่วยงานที่เข้ามาให้ความช่วยเหลือ	จำนวน	ร้อยละ
สำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท	12	10.5
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด	25	21.9
สำนักงานพาณิชย์จังหวัด	13	11.4
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด	60	52.6
สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัย	2	1.8
กรมแรงงาน	1	0.9
สภาเกษตรกรไทย	1	0.9
รวม	114	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

รายได้ และการตลาด ของผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม

จากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 429 คน ในพื้นที่เป้าหมาย 5 จังหวัด และกิจกรรมการผลิตสินค้าหัตถกรรม 5 ประเภท เกี่ยวกับรายได้และการตลาดของสินค้าหัตถกรรม โดยศึกษาจากทางด้านผู้ผลิต ซึ่งเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในครัวเรือนชนบท ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

1. รายได้ การตลาด และการกำหนดราคา

การศึกษาเพื่อพัฒนาสินค้าหัตถกรรมในครัวเรือนชนบท ผ่านระบบการค้าเชิงพาณิชย์ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทางด้านรายได้ การตลาด และการกำหนดราคา พบว่า ผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้น ร้อยละ 43.6 ของครัวเรือนตัวอย่างจากการศึกษาทั้งหมด มีรายได้จากการขายสินค้าหัตถกรรม เฉลี่ยเดือนละ 2,001-4,000 บาท รองลงมาคือร้อยละ 36.4 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 2,000 บาท อย่างไรก็ตามยังมีครัวเรือนชนบทที่มีรายได้จากการขายสินค้าหัตถกรรม เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท ถึงร้อยละ 6.1 โดยเฉพาะอย่างยิ่งครัวเรือนชนบทที่อยู่ในกลุ่มผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 10,000 บาทนี้ จะเป็นผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมประเภท ผ้าไหมแพรวา เป็นต้น สำหรับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 2,000 บาท นั้น เป็นผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมประเภท การรับจ้างทอเสื่อ และรับจ้างทำหมอน เหลี่ยมผ้าลายซิด เป็นส่วนใหญ่ (ตารางที่ 4.17)

ในด้านการขายสินค้าหัตถกรรมของครัวเรือนชนบทนั้น จะมีวิธีการขายส่วนใหญ่แบบนำไปส่งให้พ่อค้าซึ่งอยู่ในพื้นที่ถึง ร้อยละ 60.1 แต่จะนำไปขายเองเพียง ร้อยละ 9.1 นอกจากนี้ยังมีผู้มาซื้อถึงแหล่งผลิต ร้อยละ 28.9 และส่งไปขายต่างจังหวัดหรือกรุงเทพมหานครอีก ร้อยละ 1.9 (ตารางที่ 4.18) ส่วนการจัดการทางด้านการขายหรือการจำหน่าย ของครัวเรือนชนบทผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมนั้น ผู้ผลิตหรือครัวเรือนชนบทส่วนใหญ่ ไม่เคยสำรวจความต้องการซื้อสินค้าหัตถกรรมของผู้ซื้อเลย คิดเป็นร้อยละถึง 96.5 โดยเหตุผลที่ไม่ได้สำรวจก็เพราะ เนื่องจากการผลิตสินค้าหัตถกรรมนั้นทำมานานจนเคยชิน และเนื่องจากลูกค้าจะมาสั่งซื้อเอง คิดเป็นร้อยละ 7.5 และ 9.0 ของครัวเรือนตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ อย่างไรก็ตามครัวเรือนชนบทกลุ่มนี้ ไม่สามารถระบุเหตุผลของการที่ไม่เคยสำรวจความต้องการซื้อสินค้าหัตถกรรมของลูกค้า ถึงร้อยละ 80.0 นอกจากนี้ยังมีกลุ่มของครัวเรือนชนบท ที่เคยสำรวจความต้องการซื้อสินค้าหัตถกรรม ร้อยละ 3.5 ซึ่งนับว่าเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 4.19)

สำหรับการกำหนดราคาสินค้าหัตถกรรมนั้น ส่วนใหญ่พ่อค้ารับซื้อจะเป็นผู้กำหนดราคามาให้ โดยคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 63.6 ของครัวเรือนตัวอย่างทั้งหมด ในขณะที่ครัวเรือนชนบทที่สามารถกำหนดราคาได้เองมีน้อยกว่า คือคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 28.2 อย่างไรก็ตามยังมีการกำหนดราคาโดยรวมกลุ่มกัน และใช้วิธีตกลงราคากันกับพ่อค้ารับซื้อ คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 5.1 และ 3.0 ของครัวเรือนตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ (ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.17 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 2,000 บาท	156	36.4
2,001-4,000 บาท	187	43.6
4,001-6,000 บาท	47	11.0
6,001-8,000 บาท	9	2.1
8,000-10,000 บาท	4	0.9
มากกว่า 10,000 บาท	26	6.1
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.18 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม วิธีการขายผลิตภัณฑ์

วิธีการขายผลิตภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นำไปขายเอง	39	9.1
มีผู้มารับซื้อถึงแหล่งผลิต	124	28.9
นำไปส่งให้พ่อค้าซึ่งอยู่ในพื้นที่	258	60.1
ส่งไปขายต่างจังหวัด หรือกรุงเทพมหานคร	8	1.9
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.19 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม การสำรวจความต้องการของผู้ซื้อ

การสำรวจความต้องการของผู้ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	15	3.5
เหตุผลที่มีการสำรวจ		
- ผู้ซื้อถามถึงบ่อยๆ	1	0.2
- ต้องการขยายตลาด	4	0.9
- เพื่อต้องการให้ขายง่าย รายได้ดี	5	1.2
- ไม่ระบุเหตุผล	5	1.2
ไม่เคย	414	96.5
เหตุผลที่ไม่มีการสำรวจ		
- ผลิตจนเคยชิน	32	7.5
- ลูกค้าน่าจะสั่งมาเอง	39	9.0
- ไม่ระบุเหตุผล	343	80.0
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.20 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ผู้กำหนดราคาขายในตลาด

ผู้กำหนดราคาขายในตลาด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กำหนดราคาเอง	121	28.2
พ่อค้ารับซื้อเป็นผู้กำหนดราคา	273	63.6
รวมกลุ่มกันกำหนดราคา	22	5.1
ตกลงราคากันกับพ่อค้ารับซื้อ	13	3.0
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

2. ลักษณะการซื้อและขายสินค้าหัตถกรรม

ครัวเรือนชนบทผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีสถานที่ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวของภาค ที่สามารถจะนำสินค้าไปขายได้จำนวนเพียง ร้อยละ 23.3 ของครัวเรือนตัวอย่างทั้งหมด ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 76.7 นั้น ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่จะนำสินค้าหัตถกรรมไปขาย นอกจากการส่งต่อให้พ่อค้าในพื้นที่ที่นำไปขายต่ออีกทอดหนึ่งเท่านั้น (ตารางที่ 4.21) การซื้อหรือขายสินค้าหัตถกรรมที่เกิดขึ้นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้น ครัวเรือนที่มีความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์จากส่วนราชการในพื้นที่มีในระดับที่สูงมาก ระดับปานกลาง และระดับต่ำหรือน้อยมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16.3, 24.7 และ 24.5 ของครัวเรือนตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ นอกจากนี้ครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้น มีความเห็นว่า ส่วนราชการในพื้นที่ไม่ได้ช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าหัตถกรรมของตนเองเลย มีถึงร้อยละ 34.5 (ตารางที่ 4.22) นอกจากนี้ทางด้านผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรมนั้น ปรากฏว่าส่วนใหญ่เป็นผู้ซื้อในพื้นที่ถึง ร้อยละ 53.6 ส่วนผู้ซื้อที่มาจากตัวจังหวัด จากต่างจังหวัด และนักท่องเที่ยว คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 23.5, 17.0 และ 5.8 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.23) สำหรับความคิดเห็นของครัวเรือนชนบทผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมนั้น พบว่าราคาของผลิตภัณฑ์ที่ครัวเรือนชนบทได้รับนั้น ต่ำเกินไป คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.1 แต่อีกร้อยละ 46.4 มีความเห็นว่าราคาที่ได้รับมีความเหมาะสมดีแล้ว และมีเพียงร้อยละ 0.5 เท่านั้น ที่มีความเห็นว่าราคาที่ได้รับนั้นสูงเกินไป (ตารางที่ 4.24)

ในด้านช่วงระยะเวลาที่ครัวเรือนชนบทสามารถขายสินค้าหัตถกรรมได้เป็นหลักนั้น พบว่า ส่วนใหญ่ครัวเรือนชนบทสามารถขายสินค้าได้ตลอดทั้งปี โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 92.1 ของครัวเรือนตัวอย่างทั้งหมด ส่วนที่เหลือคือสามารถขายได้ในช่วงเทศกาล และหลังฤดูเก็บเกี่ยว คิดเป็นร้อยละ 3.3 และ 4.7 ตามลำดับ โดยที่เทศกาลที่ขายสินค้าได้ดีที่สุดคือ ช่วงปีใหม่ งานประเพณี และสงกรานต์ (ตารางที่ 4.25 และ 4.26)

3. ปัญหาทางการตลาดของสินค้าหัตถกรรม

1) ปัญหาการขายสินค้าหัตถกรรม จากการศึกษาพบว่า ร้อยละ 41.5 ของครัวเรือนทั้งหมดนั้น มีพ่อค้ารับซื้อจำนวนน้อยจึงมักถูกกดราคา และพ่อค้ารับซื้อจะใช้วิธีผูกขาดการรับซื้อ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.2 ส่วนปัญหาการจ่ายเงินไม่ค่อยตรงเวลาตามที่ตกลงกัน และปัญหาอุปสรรคไม่เหมาะสมราคาจึงไม่ค่อยดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.2 และ 2.6 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามครัวเรือนชนบทถึงร้อยละ 40.6 มีความเห็นว่าการขายสินค้าหัตถกรรมไม่มีปัญหา

2) ปัญหาวิถีทางการขายสินค้าหัตถกรรม จากการศึกษาพบว่าครัวเรือนส่วนใหญ่ไม่มีปัญหา โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 36.1 ของครัวเรือนตัวอย่างทั้งหมด อย่างไรก็ตามยังมีครัวเรือนชนบทบางส่วนที่มีปัญหาเพราะ ไม่สามารถจำหน่ายให้ผู้ซื้อได้โดยตรง คิดเป็นร้อยละ 29.6 ส่วนที่เหลือคือ ร้อยละ 17.2 และ 17.0 มีปัญหาเกี่ยวกับวิถีทางการขายสินค้าหัตถกรรมเนื่องจาก ไม่มีศูนย์กลางการตลาดสำหรับการขาย และไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อขายสินค้าหัตถกรรม ตามลำดับ (ตารางที่ 4.28)

3) ปัญหาด้านการช่วยเหลือทางด้านการขายจากหน่วยงานราชการ จากการศึกษาพบว่า ครัวเรือนส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 41.5 ของครัวเรือนตัวอย่างทั้งหมด ยังไม่มีหน่วยงานใดๆ มาให้ความช่วยเหลือ นอกจากนี้ยังมี จำนวนครัวเรือนที่มีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือแต่ไม่ต่อเนื่อง คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 28.0 (ตารางที่ 4.29)

4) ปัญหาอื่นๆ จำนวนครัวเรือนตัวอย่างที่มีปัญหาอื่นๆ จากการผลิตสินค้าหัตถกรรม ซึ่ง ได้แก่ ปัญหาการตลาด ปัญหาการรับซื้อ ราคาต่ำ ปริมาณการจำหน่ายยังมีไม่มาก คิดเป็น สัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 20.5 ของครัวเรือนตัวอย่างทั้งหมด ส่วนครัวเรือนที่เหลือยังมีปัญหาอื่นๆ อีกหลายด้าน ซึ่งมีรายละเอียดดังที่ได้แสดงไว้ใน ตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.21 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม การมีแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดที่จะนำสินค้าไปขาย

การมีแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มี	329	76.7
มี	100	23.3
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.22 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม การประชาสัมพันธ์สินค้าหัตถกรรม จากส่วนราชการในพื้นที่

การประชาสัมพันธ์สินค้าหัตถกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีการประชาสัมพันธ์	148	34.5
มีการประชาสัมพันธ์แต่น้อย	105	24.5
มีการประชาสัมพันธ์ปานกลาง	106	24.7
มีการประชาสัมพันธ์มาก	70	16.3
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.23 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์หลัก

แหล่งที่มาของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ในพื้นที่	203	53.6
ในตัวจังหวัด	101	23.5
นักท่องเที่ยว	25	5.8
จากต่างจังหวัด	73	17.0
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.24 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ราคาของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตได้รับ

ราคาของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตได้รับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สูงเกินไป	2	0.5
เหมาะสมดีแล้ว	199	46.4
ต่ำเกินไป	228	53.1
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.25 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ช่วงเวลาหลักในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ช่วงเวลาหลักในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตลอดปี	395	92.1
ช่วงเทศกาล	14	3.3
หลังเก็บเกี่ยว	20	4.7
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.26 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ช่วงเทศกาลที่จำหน่ายดีที่สุด

ช่วงเทศกาลที่จำหน่ายดีที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปีใหม่	114	26.6
สงกรานต์	5	1.2
งานประเพณี	61	14.2
ตลอดทั้งปี	213	49.6
หลังเก็บเกี่ยว	36	8.4
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.27 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ปัญหาในการขายผลิตภัณฑ์สินค้าหัตถกรรม

ปัญหาในการขายผลิตภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พ่อค้ารับซื้อที่มีจำนวนน้อย จึงถูกกดราคา	178	41.5
พ่อค้ารับซื้อ จะใช้วิธีผูกขาดการรับซื้อ	61	14.2
การจ่ายเงินไม่ค่อยตรงเวลา ตามที่ตกลงกัน	5	1.2
รูปทรงไม่เหมาะสมราคาจึงไม่ค่อยดี	11	2.6
ไม่มีปัญหา	174	40.6
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.28 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ปัญหาวิถีทางการขายผลิตภัณฑ์สินค้าหัตถกรรม

ปัญหาวิถีทางการขายผลิตภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่สามารถจำหน่ายให้ผู้ซื้อได้โดยตรง	127	29.6
ไม่มีศูนย์กลางการตลาดสำหรับการขาย	74	17.2
ไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อขาย	73	17.0
ไม่มีปัญหา	155	36.1
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.29 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม การช่วยเหลือทางด้านการขายจากหน่วยงานราชการ

การช่วยเหลือทางด้านการขาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ยังไม่มีหน่วยงานใดมาให้ความช่วยเหลือ	178	41.5
มีหน่วยงานให้ความช่วยเหลือแต่ไม่ต่อเนื่อง	120	28.0
ไม่มีปัญหา	131	30.5
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 4.30 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ปัญหาอื่นๆ จากการผลิตสินค้าหัตถกรรม

ปัญหาอื่นๆ จากการผลิตสินค้าหัตถกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านการตลาด การรับซื้อ ราคาต่ำ จำหน่ายไม่ดี	88	20.5
ด้านวัตถุดิบ ขาดตลาด ราคาแพง หายาก	63	14.7
ด้านแรงงาน หายาก ทำงานบางช่วง ไม่สม่ำเสมอ	6	1.4
ด้านเงินทุน ขาดแคลนเงินทุน ต้องการแหล่งเงินทุน	13	3.0
ด้านการประชาสัมพันธ์ ไม่ค่อยมีผู้ซื้อ คู่แข่งมากขึ้น	28	6.5
ด้านการรวมกลุ่ม ไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อการผลิต ขาย	3	0.7
ไม่มีปัญหา	228	53.1
รวม	429	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

**ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด สำหรับผู้จำหน่ายสินค้าหัตถกรรม
ของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**

ในการศึกษาถึงการตลาดสินค้าหัตถกรรม สำหรับผู้จำหน่ายสินค้าของครัวเรือนชนบท ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีพื้นที่เป้าหมาย 5 แห่ง ได้แก่

1. ตำบลบ้านโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
2. สุขาภิบาลบ้านดั่น อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น
3. สุขาภิบาลนาข่า อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
4. สุขาภิบาลบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์
5. บ้านศรีฐาน และบ้านป่าตอง อำเภอป่าดิว จังหวัดยโสธร

จากพื้นที่ศึกษาดังกล่าว ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูล จำแนกเป็น 3 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลการตลาดสินค้าหัตถกรรม และปัญหาของการตลาด ซึ่งมีรายละเอียดตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ลักษณะโดยทั่วไปของผู้จำหน่ายสินค้าหัตถกรรม

จากจำนวนตัวอย่างซึ่งจำแนกตามพื้นที่ศึกษา จำนวน 73 คน นั้น เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มาจาก บ้านโพธิ์ จังหวัดนครราชสีมา, บ้านดั่น จังหวัดขอนแก่น, บ้านนาข่า จังหวัดอุดรธานี, บ้านโพน จังหวัดกาฬสินธุ์, บ้านศรีฐาน และบ้านป่าตอง จังหวัดยโสธร คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 21.9, 35.6, 17.8, 8.2 และ 16.5 ตามลำดับ โดยเน้นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นร้านขายปลีก และร้านขายส่ง เป็นเป้าหมายหลัก ตลอดจนพิจารณาในกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ด้วยว่า จะต้องเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน ของครัวเรือนชนบทอีกด้วย (ตารางที่ 5.1) ซึ่งจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย กล่าวคือเป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.9 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 41.1 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (ตารางที่ 5.2)

นอกจากนี้ยังพบว่า จำนวนตัวอย่างที่เป็นผู้จำหน่ายสินค้าหัตถกรรม ประเภทต่างๆ ได้แก่ จากการตีเหล็ก ทอเสื่อ ทอผ้าไหมขัด ทอผ้าไหมแพรวา และทำหมอนเหลี่ยมผ้าขัด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23.3, 34.2, 17.8, 8.2 และ 16.4 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.3)

ตารางที่ 5.1 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามพื้นที่ศึกษา

พื้นที่ศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้านโพธิ์ จังหวัดนครราชสีมา	16	21.9
บ้านไต้้น จังหวัดขอนแก่น	26	35.6
บ้านนาข่า จังหวัดอุดรธานี	13	17.8
บ้านโพน จังหวัดกาฬสินธุ์	6	8.2
บ้านศรีฐาน จังหวัดยโสธร	11	15.1
บ้านป่าตอง จังหวัดยโสธร	1	1.4
รวม	73	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 5.2 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	30	41.1
หญิง	43	58.9
รวม	73	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 5.3 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของกิจกรรมหัตถกรรม

ประเภทของกิจกรรมหัตถกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตีเหล็ก	17	23.3
ทอเสื่อ	25	34.2
ทอผ้าไหมมัดขิด	13	17.8
ทอผ้าไหมแพรวา	6	8.2
ทำหมอนเสริมผ้าขิด	12	16.4
รวม	73	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

สำหรับลักษณะของการจัดจำหน่าย วิธีการจำหน่าย และวิธีการนำสินค้าหัตถกรรมมาจำหน่ายนั้น โดยภาพรวมแล้ว ส่วนใหญ่จะมีลักษณะการจำหน่ายเพียงประเภทเดียว ถึงร้อยละ 56.4 โดยวิธีการจำหน่าย จะอยู่ทั้งในรูปของการขายปลีกและการขายส่ง โดยมีสัดส่วนร้อยละ 56.2 ขายปลีกเพียงอย่างเดียว คิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 24.7 ขายส่งอย่างเดียว ร้อยละ 5.5 อย่างไรก็ตามยังมีผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรม แล้วนำมา จำหน่ายทั้ง ขายปลีก ขายส่ง และส่งออกต่างประเทศ เป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 13.7 โดยที่รายละเอียดดัง กล่าวข้างต้นนี้ แสดงไว้ในตารางที่ 5.4 และ 5.5

สินค้าที่นำมาจำหน่ายไม่ว่าจะเป็น ขายปลีก ขายส่ง หรือส่งออกก็ตาม ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่มีวิธีการ นำสินค้ามาจำหน่าย โดยการไปรับมาจากแหล่งผลิตในพื้นที่ โดยคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 52.1 นอกจากนี้ยังมีวิธีการนำสินค้ามาจำหน่ายโดยผู้ผลิตนำมาส่งถึงที่ร้าน คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 24.7 ไปรับมาจากร้านขายส่งในหมู่บ้าน คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 12.3 มีตัวแทนรับซื้อแล้วนำมาส่งที่ร้าน คิดเป็น ร้อยละ 9.6 ส่วนที่เหลือซึ่งมีสัดส่วนน้อยที่สุดคือ วิธีการนำมาจำหน่ายโดยการลงทุนให้ชาวบ้านทำ แล้วนำมา ส่งที่ร้าน โดยคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 1.4 เท่านั้น (ตารางที่ 5.6)

การตลาดสินค้าหัตถกรรม

ในด้านการตลาดสินค้าหัตถกรรม ของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้น จากการ ศึกษาพบว่าส่วนใหญ่มีคุณภาพดี สม่่าเสมอ และตรงตามรูปแบบที่สั่ง ถึง 31 คน จากจำนวน 73 คน หรือ คิดเป็นร้อยละ 42.5 โดยที่สินค้ามีลักษณะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้ามากนัก คือคิดเป็นสัดส่วน เท่ากับ ร้อยละ 61.6 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด มีเพียงร้อยละ 1.4 เท่านั้นที่มีความเห็นว่า รูปแบบยังไม่ ค่อยตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ (ตารางที่ 5.7 และ 5.8)

สำหรับลูกค้าที่มาซื้อสินค้าหัตถกรรม ของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากร้านขาย ปลีกและร้านขายส่งนั้น ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คนในพื้นที่ และร้านค้าส่งไปจำหน่ายต่างจังหวัด คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 65.8, 38.4 และ 32.9 ตามลำดับ โดยมีเพียงร้อยละ 1.4 ของผู้ซื้อเท่านั้น ที่ เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (ตารางที่ 5.9)

ลักษณะความต้องการซื้อสินค้าหัตถกรรม ของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้น จะ เป็นการรับซื้อตลอดทั้งปีถึง ร้อยละ 72.6 รองลงมาเป็นความต้องการซื้อในช่วงเทศกาลต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 21.9 ตลอดจนเป็นความต้องการซื้อ ในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวหรือหลังฤดูเก็บเกี่ยว ร้อยละ 5.5 ในด้านวิธีการสั่ง ซื้อสินค้าหัตถกรรมจากครัวเรือนชนบทนั้น ร้อยละ 65.8 ใช้วิธีการสั่งซื้อตามรูปแบบที่มีจำหน่ายอยู่แล้ว และ ร้อยละ 34.2 เป็นวิธีการสั่งซื้อโดยการออกแบบให้ไปทำการผลิตมาส่ง (ตารางที่ 5.10 และ 5.11)

ตารางที่ 5.4 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม

ลักษณะการจำหน่าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำหน่ายเพียงประเภทเดียว	41	56.2
จำหน่ายผลิตภัณฑ์หลายประเภท	26	35.6
จำหน่ายรวมกันกับผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ	6	8.2
รวม	73	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 5.5 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม

วิธีการจำหน่าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขายปลีก	18	24.7
ขายส่ง	4	5.5
ขายปลีกและขายส่ง	41	56.2
ขายปลีก ขายส่ง และส่งออก	10	13.7
รวม	73	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 5.6 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการนำสินค้าหัตถกรรมมาจำหน่าย

วิธีการนำสินค้ามาจำหน่าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไปรับมาจากแหล่งผลิตในพื้นที่	38	52.1
ผู้ผลิตนำสินค้าหัตถกรรมมาส่งที่ร้าน	18	24.7
มีตัวแทนรับซื้อจากพื้นที่ แล้วนำมาส่งที่ร้าน	7	9.6
รับจากร้านขายส่งในหมู่บ้าน	9	12.3
ไปลงทุนให้ชาวบ้านทำ แล้วให้นำมาส่งที่ร้าน	1	1.4
รวม	73	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 5.7 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามคุณภาพของสินค้าหัตถกรรมที่นำมาจำหน่าย

คุณภาพของสินค้าหัตถกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คุณภาพดี สม่่าเสมอ และตรงตามรูปแบบที่สั่ง	31	42.5
คุณภาพสม่่าเสมอ แต่ยังไม่ตรงตามรูปแบบที่สั่งมากนัก	22	30.1
มีคุณภาพไม่สม่่าเสมอ	20	27.4
รวม	73	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 5.8 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามการเปลี่ยนแปลงรูปแบบสินค้าหัตถกรรม

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบสินค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงรูปแบบมากนัก	45	61.6
เปลี่ยนแปลงรูปแบบอยู่เสมอ	27	37.0
รูปแบบยังไม่ค่อยตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ	1	1.4
รวม	73	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 5.9 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามลูกค้าที่ซื้อสินค้าหัตถกรรม

ลูกค้าที่ซื้อสินค้าหัตถกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อยู่ในพื้นที่ของจังหวัด	28	38.4
นักท่องเที่ยวชาวไทย	20	65.8
นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	1	1.4
ส่งไปจำหน่ายต่างจังหวัด	24	32.9
รวม	73	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 5.10 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะความต้องการซื้อสินค้าทดถกรรม

ลักษณะความต้องการซื้อสินค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้องการซื้อตลอดทั้งปี	53	72.6
ต้องการซื้อในช่วงเทศกาลต่างๆ	16	21.9
ต้องการซื้อในช่วงเก็บเกี่ยวหรือหลังเก็บเกี่ยว	4	5.5
รวม	73	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 5.11 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการสั่งซื้อสินค้าทดถกรรม

วิธีการสั่งซื้อสินค้าทดถกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อตามรูปแบบที่มีจำหน่ายอยู่แล้ว	48	65.8
ซื้อโดยการออกแบบให้ไปทำการผลิต	25	34.2
รวม	73	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ทางการส่งออกสินค้าหัตถกรรมนั้น ยังมีตลาดไม่กว้างมากนัก โดยที่มีการส่งออกสินค้าดังกล่าวไปจำหน่ายต่างประเทศ โดยผ่านพ่อค้าส่งออกในกรุงเทพมหานคร มีเพียงร้อยละ 20.5 เท่านั้น ดังนั้นตลาดที่สำคัญก็ยังคงเป็นตลาดภายในประเทศ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.0 ซึ่งโดยทั่วไปแล้วการส่งออกจะมีปริมาณมากและสม่ำเสมอ คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 12.3 ของปริมาณสินค้าหัตถกรรมทั้งหมด เท่านั้น ส่วนที่เหลืออีก ร้อยละ 9.6 และ 4.1 เป็นการส่งออกเพียงเล็กน้อย และเป็นการส่งออกบางฤดูกาล ตามลำดับ (ตารางที่ 5.12)

ปัญหาด้านการตลาดสินค้าหัตถกรรม

สำหรับปัญหาทางการตลาดสินค้าหัตถกรรม ของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่จะพัฒนาไปสู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ จากการศึกษาจากพ่อค้าขายปลีกและพ่อค้าขายส่งในพื้นที่เป้าหมายนั้นมีดังต่อไปนี้

1. **ปัญหาในการติดต่อส่งสินค้าไปจำหน่าย** จากการศึกษาพบว่าครัวเรือนส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีปัญหา คือมีสัดส่วนถึงร้อยละ 42.5 แต่อย่างไรก็ตามครัวเรือนที่เหลือ ยังมีปัญหาเกิดขึ้นหลายประการด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ผู้ผลิตและผู้ขายอยู่ไกลกัน จึงเกิดความไม่สะดวก ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 27.4 ส่วนปัญหาที่พบต่อมาคือ ผู้ผลิตไม่มีความรู้ในการออกแบบลวดลายและรูปแบบ คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 15.1 ปัญหาต่อมาคือผู้ผลิตไม่ค่อยมีความรู้ในการติดต่อจำหน่าย โดยมีสัดส่วนร้อยละ 13.7 นอกจากนี้ ผลจากการศึกษายังพบอีกว่า ร้อยละ 1.4 ของกลุ่มตัวอย่าง จะไม่มีความสะดวกในช่วงฤดูฝนในการส่งสินค้าหัตถกรรมไปจำหน่าย (ตารางที่ 5.13)

2. **ปัญหาด้านผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรมไปจำหน่ายต่อ หรือการตลาดที่เกี่ยวข้องกับพ่อค้าขายปลีกและพ่อค้าขายส่ง** ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาที่มาจากปริมาณการสั่งซื้อไม่ค่อยแน่นอน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 57.5 ส่วนปัญหาการไม่ทราบสถานที่ที่จะมาติดต่อสั่งซื้อสินค้า และปัญหาราคาสินค้าหัตถกรรมมีราคาสูงเกินไป คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 11.0 และ 8.2 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างอีก ร้อยละ 23.3 นั้น ไม่มีปัญหาด้านผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรมไปจำหน่ายต่อเลย (ตารางที่ 5.14)

3. **ปัญหาการตลาดด้านอื่นๆ** ในการศึกษาการตลาดสินค้าหัตถกรรม ของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือนั้น พบอีกว่าขายไม่ค่อยดีในบางช่วง หรือขายได้เฉพาะบางช่วงฤดูกาล โดยคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 17.8 นอกจากนี้ยังพบปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ยังไม่มีการรวมกลุ่มและขายตัดราคากันเอง ถึงร้อยละ 12.3 ตลอดจนยังมีปัญหาอื่นๆ ได้แก่ การจ่ายเงินค่าสินค้าล่าช้ากว่ากำหนด ตามเก็บเงินไม่ได้ ขาดการประชาสัมพันธ์และการขยายตลาด ราคาที่ขายต่ำ ต้นทุนสูง ผลผลิตมักมีตำหนิเพราะผลิตด้วยมือ ผู้มารับซื้อสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายต่ออีกทอดหนึ่งมีน้อย อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีปัญหาดังที่กล่าวมาข้างต้นเลยก็มีถึง ร้อยละ 35.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (ตารางที่ 5.15)

ตารางที่ 5.12 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ปริมาณการส่งออกสินค้าหัตถกรรม

ปริมาณการส่งออกสินค้าหัตถกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ	54	74.0
มีการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ	19	26.0
- มีการส่งออกมาก และสม่ำเสมอ	9	12.3
- การส่งออกมีเพียงเล็กน้อย	7	9.6
- มีการส่งออกเพียงบางฤดูกาล	3	4.1
รวม	73	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 5.13 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ปัญหาในการติดต่อส่งสินค้าหัตถกรรมไปจำหน่าย

ปัญหาในการติดต่อส่งสินค้าไปจำหน่าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้ผลิตและผู้ขายอยู่ไกลกันจึงไม่สะดวก	20	27.4
ผู้ผลิตไม่มีความรู้ในการออกแบบลวดลาย และรูปแบบ	11	15.1
ผู้ผลิตไม่ค่อยมีความรู้ในการติดต่อจำหน่าย	10	13.7
ในช่วงฤดูฝนการติดต่อส่งไม่ค่อยสะดวก	1	1.4
ไม่มีปัญหา	31	42.5
รวม	73	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 5.14 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ปัญหาด้านผู้ซื้อสินค้าหักกรรมไปจำหน่ายต่อ

ปัญหาด้านผู้ซื้อสินค้าหักกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริมาณการสั่งซื้อไม่แน่นอน	42	57.5
ไม่ทราบสถานที่ที่จะมาติดต่อสั่งซื้อสินค้า	8	11.0
สินค้าหักกรรมมีราคาสูงเกินไป	6	8.2
ไม่มีปัญหา	17	23.3
รวม	73	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

ตารางที่ 5.15 จำนวนตัวอย่างจำแนกตาม ปัญหาการตลาดสินค้าหักกรรมด้านอื่นๆ

ปัญหาการตลาดสินค้าหักกรรมด้านอื่นๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขายไม่ค่อยดีในบางช่วง และขายได้เฉพาะบางช่วงฤดูกาล	13	17.8
ยังไม่มีกรรวมกลุ่ม และขายตัดราคากัน	9	12.3
การจ่ายเงินล่าช้ากว่ากำหนด และตามเก็บเงินไม่ได้	7	9.6
ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ และหาตลาดเพิ่ม	7	9.6
ราคาต่ำ ต้นทุนสูง มีกำไรน้อย	6	8.2
ผลผลิตมักมีตำหนิ เพราะผลิตด้วยมือ	4	5.5
มีผู้มารับซื้อสินค้าเพื่อไปจำหน่ายต่อยังมีน้อย	1	1.4
ไม่มีปัญหา	26	35.6
รวม	73	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2542

บทที่ 6

แนวทางในการพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบท สู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์

จากการศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบทสู่การค้าเชิงพาณิชย์ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งทำการศึกษหัตถกรรม 5 ประเภท ได้แก่ การตีเหล็ก, การทอเส้น, การทอผ้าฝ้ายหมีขิด, การทอผ้าไหมแพรวา และการทำหมอนเหลี่ยมผ้าลายขิด ในจังหวัดนครราชสีมา, ขอนแก่น, อุดรธานี กาฬสินธุ์ และจังหวัดยโสธร ตามลำดับนั้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้นำเสนอไว้ใน บทที่ 4 และ 5 ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวจะพิจารณาจากข้อมูลทั้ง 2 ด้านคือ ด้านผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน และด้านผู้ซื้อหรือผู้จำหน่ายสินค้าหัตถกรรม จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวจึงนำมาสู่แนวทางในการพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบท สู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ ซึ่งได้แก่ แนวทางการพัฒนาทางด้านการผลิต แนวทางการพัฒนาทางด้านการตลาดและรายได้ ตลอดจนบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาทางด้านการผลิต การตลาดและรายได้ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แนวทางการพัฒนาทางด้านการผลิต

จากการศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบทนี้ สามารถจำแนกลักษณะในการผลิตออกได้เป็น 2 แบบคือ

1. ลงทุนเองทั้งหมด ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เงินลงทุนมากกว่า 10,000 บาทต่อปี ได้แก่ การตีเหล็ก และ การทอผ้าไหมแพรวา
2. รับจ้างนายทุนในพื้นที่ โดยจะได้รับค่าจ้างแรงงานเป็นรายชิ้น ได้แก่ การทอเส้น การทอผ้าฝ้ายหมีขิด และการทำหมอนเหลี่ยมผ้าลายขิด

อย่างไรก็ตาม แนวทางการพัฒนาการผลิตสินค้าหัตถกรรม ในครัวเรือนชนบทของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวม ควรมีการดำเนินการในลักษณะดังต่อไปนี้

1. ด้านเงินทุนในการผลิตสินค้าหัตถกรรม ซึ่งส่วนใหญ่จะซื้อวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตด้วยเงินสด โดยนำเงินทุนมาจากการกู้ยืมร้านค้าในพื้นที่นั้น ดังนั้นรัฐบาลโดยสถาบันการเงินต่างๆ ควรให้การสนับสนุนในการกู้ยืมมาลงทุนเพื่อผลิตสินค้าหัตถกรรม เพื่อเป็นอาชีพเสริมหรืออาชีพรองของครัวเรือนชนบทที่มีอาชีพหลักคือการทำนา เพียงปีละ 1 ครั้ง (ใช้เวลา 4-5 เดือน) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ควรต้องมีการทบทวนบทบาทสถาบันของตนเอง ในการให้สินเชื่อดังกล่าวนี้ด้วย นอกจากนี้ผู้นำท้องถิ่นควรมีการริเริ่มจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ เพื่อช่วยเหลือทางด้านเงินทุนซึ่งกันและกัน

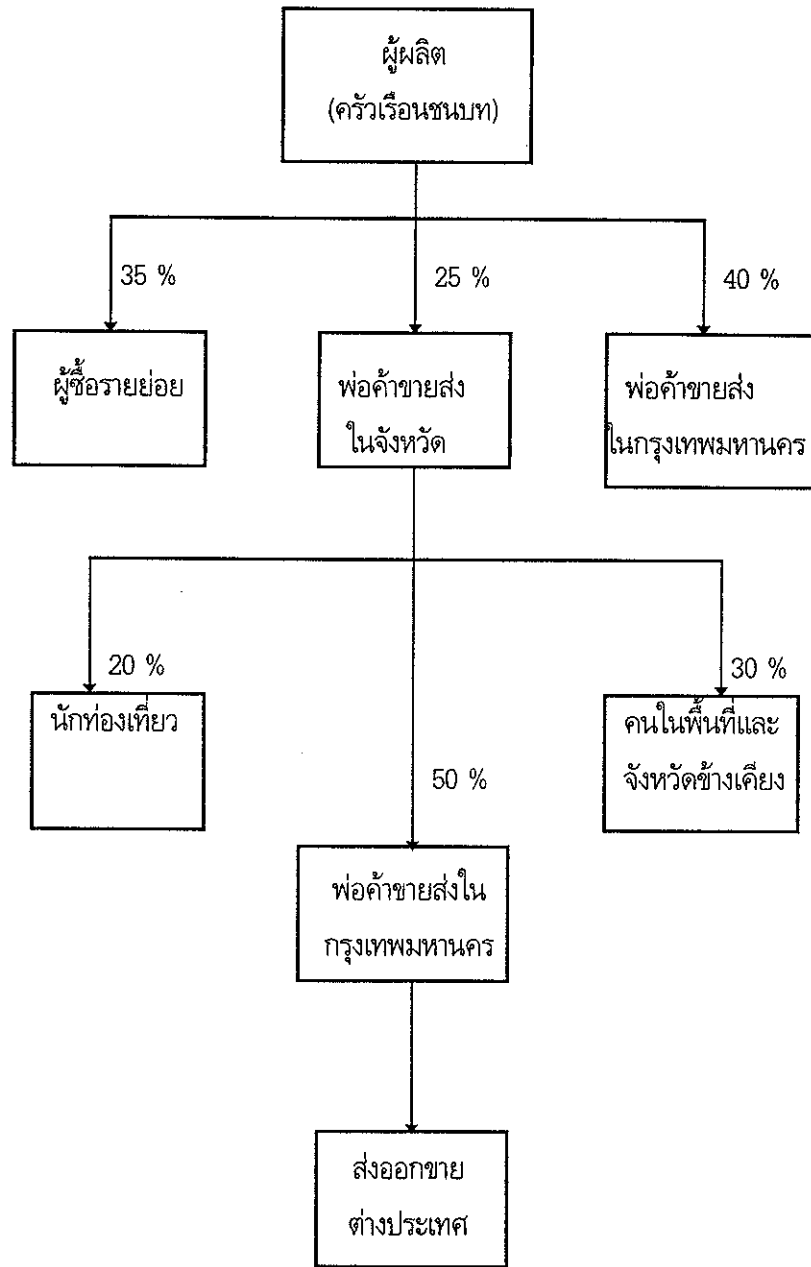
2. งานหัตถกรรมในครัวเรือนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีหลายประเภท แต่ละประเภทก็มีศักยภาพแตกต่างกัน และถึงแม้ว่าโอกาสที่จะได้รับรายได้สูงๆ จะเกิดขึ้นได้ยาก เพราะผลตอบแทนแรงงานค่อนข้างต่ำ แต่โอกาสที่ทำให้เกิดการมีงานทำนั้นมีมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มแรงงานสตรีในชนบท อย่างไรก็ตามถ้าได้มีการปรับปรุงคุณภาพ และการออกแบบลวดลายให้สวยงาม ตลอดจนนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ ก็จะทำให้สามารถเพิ่มผลตอบแทนแรงงานให้สูงขึ้นได้

3. ควรมีการบรรจุความรู้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าหัตถกรรม ลงในหลักสูตรการศึกษาในโรงเรียนในพื้นที่เฉพาะ โดยสอดแทรกตามหลักสูตรวิชาต่างๆ ตามความเหมาะสม ทั้งนี้เพื่อไม่ให้ความรู้เหล่านี้สูญหายไป ตัวอย่างเช่น การบรรจุหลักสูตรการศึกษา วิธีการทอผ้าไหมแพรวา ของชาวบ้านโพธิ์ อำเภอลำดวน จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างสูง เนื่องจากทำให้นักเรียนมีรายได้เสริมจากการทอผ้าไหมแพรวา เป็นต้น ซึ่งตัวอย่างดังกล่าวนี้ถือว่าเป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับพื้นที่อื่นๆ ซึ่งเป็นแหล่งผลิตสินค้าหัตถกรรมต่างๆ

แนวทางการพัฒนาทางด้านการตลาดและรายได้

จากการศึกษาทางด้านการตลาดของสินค้าหัตถกรรมโดยภาพรวมพบว่า ไม่ว่าครัวเรือนจะลงทุนเองทั้งหมด หรือรับจ้างนายทุนในพื้นที่ก็ตาม วิธีการตลาดจะมีลักษณะดัง แผนภาพที่ 1 ถึง แผนภาพที่ 4 ดังต่อไปนี้

จากแผนภูมิที่ 1 ซึ่งเป็นวิธีการตลาดของผ้าไหมแพรวาและหมอนเหลี่ยมผ้าลายขิด ที่ได้จากการสำรวจในปี พ.ศ.2542 พบว่า เมื่อครัวเรือนชนบททำการผลิตสินค้าหัตถกรรมแล้ว จะส่งไปขายกับผู้ซื้อรายย่อย พ่อค้าขายส่งในจังหวัด และพ่อค้าขายส่งในกรุงเทพมหานคร ในสัดส่วนร้อยละ 35, 25 และ 40 ตามลำดับ โดยพ่อค้าขายส่งในกรุงเทพมหานคร จะส่งไปขายต่อต่างประเทศบางส่วน สำหรับพ่อค้าขายส่งในจังหวัด จะนำสินค้าออกขายให้ นักท่องเที่ยว, คนในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง และพ่อค้าขายส่งในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20, 30 และ 50 ของผลผลิตทั้งหมด ตามลำดับ นอกจากนี้พ่อค้าขายส่งในกรุงเทพมหานคร จะดำเนินการส่งสินค้าบางส่วนไปขายยังต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ซาอุดีอาระเบีย และ เนเธอร์แลนด์ เป็นต้น

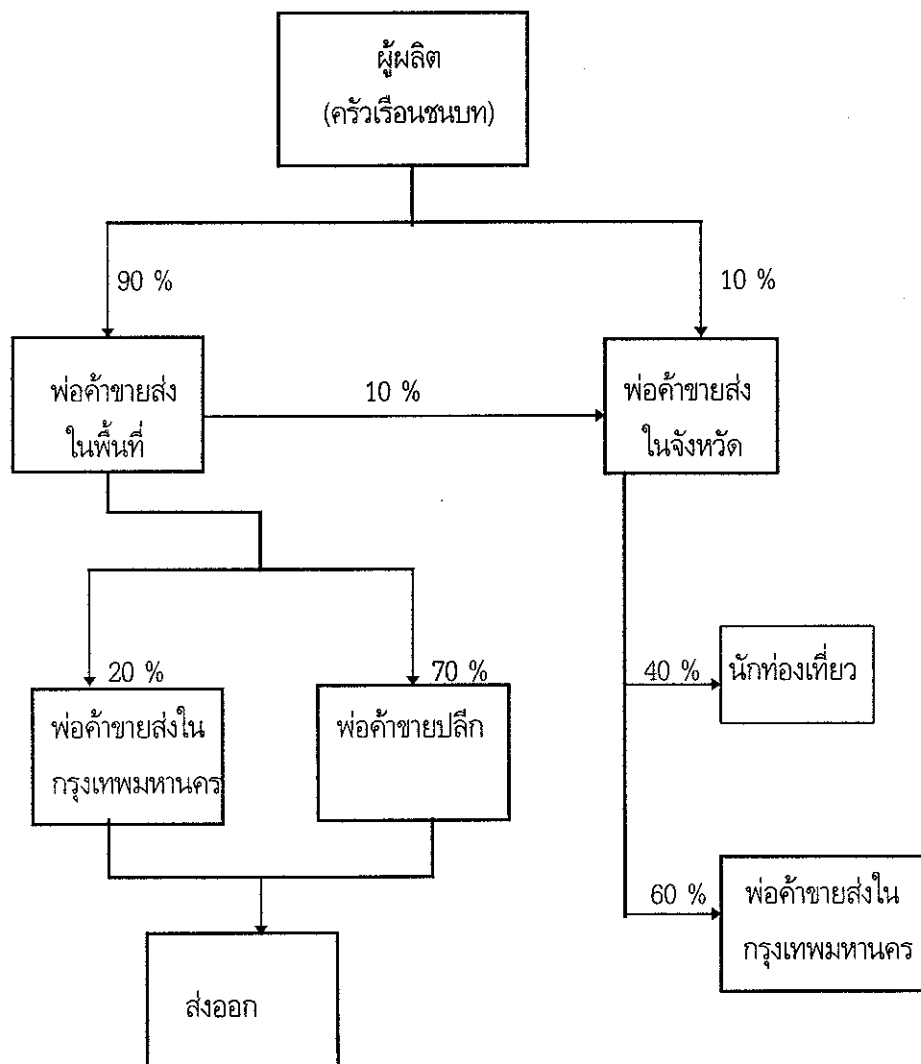


แผนภูมิที่ 1 แสดงวิธีการตลาดของผ้าไหมแพรวา และหมอนเหลี่ยมผ้าลายขิด
ที่มา : จากการสำรวจ ปี พ.ศ. 2542

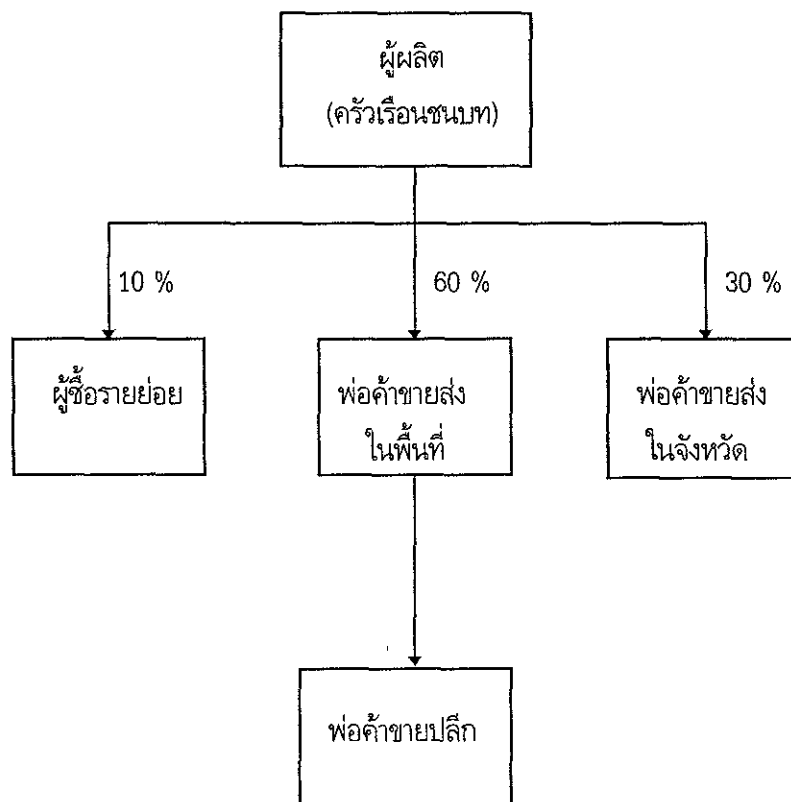
สำหรับแผนภูมิที่ 2 แสดงวิธีการตลาดของเลื้อ และเลื้อกระบี่ จากการสำรวจในปี พ.ศ.2542 พบว่าผลผลิตส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 90 ของผลผลิตทั้งหมด จะขายให้กับพ่อค้าขายส่งในพื้นที่ ซึ่งรวมถึงการรับจ้างนายทุนในพื้นที่ ซึ่งมักจะเป็นคนเดียวกันกับพ่อค้าขายส่งในพื้นที่ ส่วนที่เหลืออีก ร้อยละ 10 จะส่งไปขายให้กับพ่อค้าขายส่งในจังหวัด หลังจากนั้นพ่อค้าขายส่งในพื้นที่หรือนายทุน จะส่งไปขายให้กับพ่อค้าในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 20 ส่งขายให้กับพ่อค้าขายส่งในจังหวัด ร้อยละ 10 ส่วนที่เหลือซึ่งเป็นส่วนใหญ่คืออีกร้อยละ 70 จะขายให้กับพ่อค้าขายปลีก ซึ่งเป็นชาวบ้านในพื้นที่ที่มารับจ้างขายให้นายทุนซึ่งเป็นเจ้าของสินค้าหัตถกรรม ดดยนายทุนในพื้นที่จะเป็นเจ้าของรถบรรทุก และนำชาวบ้านไปขายยังพื้นที่ต่างๆ โดยไปครั้งละประมาณ 10 วัน มีชาวบ้านที่มารับจ้างขายไปด้วยเที่ยวละ 10-15 คน โดยแต่ละคนนั้นถ้าไปรับจ้างขายในกรุงเทพมหานคร จะได้รายได้เที่ยวละ 5,000-10,000 บาท แต่ถ้าไปขายในพื้นที่จังหวัดอื่นๆ จะมีรายได้เพียงเที่ยวละ 1,000-1,500 บาท บางครั้งนำสินค้าไปขายยังจังหวัดชายแดนของประเทศไทยเพื่อการส่งออก โดยพ่อค้าส่งออกอีกทอดหนึ่ง ส่วนพ่อค้าในจังหวัดจะขายให้กับนักท่องเที่ยว และพ่อค้าขายส่งจากกรุงเทพมหานคร คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 40 และ 60 ตามลำดับ

ส่วนแผนภูมิที่ 3 เป็นแผนภูมิแสดงวิธีการตลาดของ การตีเหล็ก และการทอผ้าฝ้ายหมีขีด ซึ่งจะไม่ซับซ้อนมากนัก กล่าวคือร้อยละ 10 ของผลผลิตทั้งหมด จะนำออกขายต่อผู้ซื้อรายย่อยโดยตรงในลักษณะเดินขายทั่วๆ ไป และร้อยละ 30 ส่งขายให้กับพ่อค้าขายส่งในจังหวัด ดังนั้นการขายผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ส่วนใหญ่ คือร้อยละ 60 จึงเป็นการส่งขายให้กับพ่อค้าขายส่งในพื้นที่ โดยจะมีพ่อค้าขายปลีกมารับไปขายต่ออีกทอดหนึ่ง โดยเฉพาะการขายผลิตภัณฑ์จากการตีเหล็กนั้น จะใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะนำไปขายในต่างอำเภอ หรือต่างจังหวัด ส่วนผ้าฝ้ายหมีขีดจะมีตลาดที่แคบกว่า เนื่องจากมีการส่งเสริมเฉพาะพื้นที่ในจังหวัดเท่านั้น

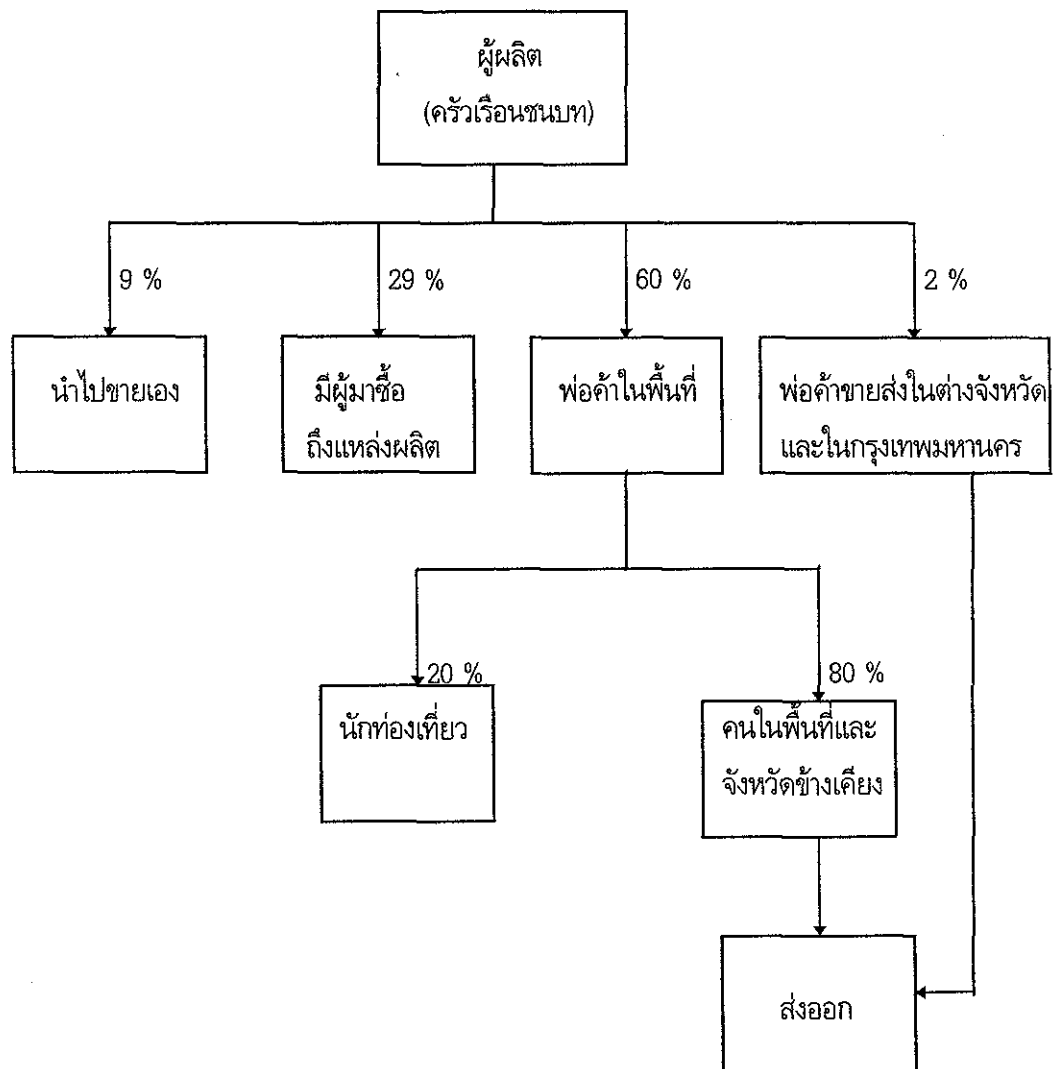
สำหรับแผนภูมิที่ 4 เป็นภาพรวมของวิธีการตลาดของสินค้าหัตถกรรม ของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยแผนภูมิดังกล่าวนี้นี้สร้างขึ้นโดยใช้แนวความคิดที่มาจากข้อมูลที่ทำการสำรวจ วิธีการขายผลิตภัณฑ์ของครัวเรือน (ตารางที่ 4.18) ซึ่งสรุปได้ว่า สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านนั้น ส่วนใหญ่ครัวเรือนชนบทจะนำไปขายให้กับพ่อค้าในพื้นที่ถึง ร้อยละ 60 ของผลผลิตทั้งหมด ส่วนที่เหลือจะขายในรูปแบบที่มีพ่อค้ามาซื้อถึงแหล่งผลิต, นำไปขายเองโดยตรง และขายให้กับพ่อค้าขายส่งในจังหวัดและในกรุงเทพมหานคร ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 29, 9 และ 2 ตามลำดับ สำหรับพ่อค้าในพื้นที่ก็จะนำสินค้าหัตถกรรมส่วนใหญ่ คือร้อยละ 80 ขายส่งให้กับพ่อค้าขายส่งในกรุงเทพมหานคร โดยสินค้าหัตถกรรมเหล่านี้บางส่วนจะส่งออกไปขายยังต่างประเทศอีกทอดหนึ่ง ส่วนสินค้าที่เหลืออีก ร้อยละ 20 จะขายให้กับนักท่องเที่ยวทั่วไป



แผนภูมิที่ 2 แสดงวิธีการตลาดของเสือ และเสือกระเบือ
ที่มา : จากการสำรวจ ปี พ.ศ. 2542



แผนภูมิที่ 3 แสดงวิธีการตลาดของ การตีเหล็ก และผ้าฝ้ายหมี่ชนิด
ที่มา : จากการสำรวจ ปี พ.ศ. 2542



แผนภูมิที่ 4 แสดงวิถีการตลาดสินค้าหัตถกรรม ของครัวเรือนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

โดยภาพรวม

ที่มา : จากการสำรวจ ปี พ.ศ. 2542

จากแผนภูมิวิธีการตลาดดังกล่าว นำมาสู่แนวทางการพัฒนาทางด้านการตลาดและรายได้ ดังต่อไปนี้

1. ควรมีการรวมกลุ่มกันขาย เพื่อจะได้ร่วมมือกันในการกำหนดราคาและคุณภาพ ตลอดจนจัดทำ แคตตาล็อกเผยแพร่สินค้าไปยังร้านจำหน่ายต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
2. จากข้อที่ 1. ควรมีการตั้งศูนย์กลางการผลิต ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในพื้นที่ แล้วให้ชาวบ้านนำ ผลผลิตของตนเองมาวางจำหน่าย เช่นเดียวกันกับ ศูนย์วิจิตรเพรวา ของสุขาภิบาลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์
3. ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการกลางเพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่ม ตามข้อที่ 1. เพื่อจะได้หาวิธีดำเนินการขยายตลาดให้กว้างกว้างยิ่งขึ้น

บทบาทของภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาทางด้านการผลิต การตลาด และรายได้

จากการศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบท ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ พบว่า แนวทางในการพัฒนาทางด้านการผลิต การตลาด และรายได้นั้น สามารถจะหาแนวทาง เพื่อพัฒนาไปสู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแนวทางในการพัฒนาทางด้านการผลิตนั้น ชาวบ้านพอจะมีศักยภาพอยู่บ้างแล้ว ส่วนแนวทางในการพัฒนาทางด้านการตลาด ยังมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่ภาครัฐบาลและเอกชนจะต้องเข้ามาให้ความช่วยเหลือ ซึ่งแนวทางในการช่วยเหลือที่เป็นไปได้ มีดังต่อไปนี้

ภาครัฐบาล

1. ด้านวัตถุดิบและด้านเงินทุน
 - 1.1 ควรส่งเสริมการ การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ตลอดจนปรับปรุงระบบชลประทานเพื่อให้ มีน้ำเพียงพอในการปลูกหม่อน
 - 1.2 วัตถุดิบประเภทใดที่ผลิตได้ในประเทศ รัฐบาลควรกำหนดเป็นนโยบายและขอความร่วมมือไปยังผู้ผลิต ให้ลดราคาให้แก่ผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมเป็นการพิเศษ
 - 1.3 รัฐบาลควรจัดสรรงบประมาณจำนวนหนึ่งให้กับองค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อให้ผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมนำไปดำเนินการผลิตสินค้าหัตถกรรม โดยไม่ติดดอกเบี้ยหรือคิดในอัตราต่ำ เพื่อ บรรเทาปัญหาการขาดแคลนเงินทุน
 - 1.4 กรมพัฒนาชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่นชนบท ควรประสานงานเพื่อส่งเสริมให้มีการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์เพื่อพัฒนาอาชีพ โดยอาศัยเงินทุนจาก ข้อ 1.3
 - 1.5 รัฐบาลควรให้สถาบันการเงินปล่อยสินเชื่อเพื่อการพัฒนาหัตถกรรมของครัวเรือนชนบท เพื่อเป็นเงินทุนในการประกอบอาชีพ ซึ่งเป็นที่มาของรายได้สำคัญนอกเหนือจากอาชีพทางการเกษตร

2. ด้านแรงงานและเทคโนโลยี

2.1 ควรบรรจุหลักสูตรการพัฒนาอาชีพทางด้านหัตถกรรม ในหลักสูตรการศึกษาของสถาบันการศึกษาระดับต่างๆ โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาในพื้นที่ที่เป็นแหล่งผลิตสินค้าหัตถกรรมชนิดต่างๆ

2.2 กรมพัฒนาชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรจัดตั้งหน่วยอบรมเคลื่อนที่เพื่อออกฝึกอบรมและพัฒนาฝีมือแรงงาน ในการออกแบบลวดลายสินค้าหัตถกรรมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

2.3 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาเทคนิคการผลิต ตลอดจนการนำเอาสินค้าหัตถกรรมไปดัดแปลงเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปอื่นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อต่อไป

3. ด้านการตลาดและรายได้

3.1 หน่วยราชการในพื้นที่จังหวัดที่มีสินค้าหัตถกรรม ควรร่วมมือกับหอการค้าจังหวัด จัดตั้งศูนย์เพื่อแสดงและจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมในตัวจังหวัด และบริเวณที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด

3.2 สถาบันการศึกษาควรออกไปให้ความรู้ทางด้านการตลาด วิธีการและกลยุทธ์ในการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมแก่ครัวเรือนชนบท ตลอดจนควรมีการศึกษาและวิจัยทางด้านการตลาดซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาหัตถกรรม

3.3 ในด้านตลาดต่างประเทศ รัฐบาลควรมอบหมายให้กรมส่งเสริมการส่งออก จัดงานแนะนำสินค้าหัตถกรรมแก่ผู้ซื้อในต่างประเทศ และควรดำเนินการอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ และจริงจัง

ภาคเอกชน

1. ด้านวัตถุดิบและด้านเงินทุน

1.1 หอการค้าจังหวัดควรดำเนินการร่วมกับผู้นำท้องถิ่น ในการให้การสนับสนุนให้ครัวเรือนชนบทผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม รวมตัวกันเป็นกลุ่มผู้ผลิต เพื่อประโยชน์ในการติดต่อกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิตต่างๆ โดยตรง และจัดซื้อวัตถุดิบคราวละมากๆ เพื่อจะได้ลดต้นทุนค่าวัตถุดิบและค่าขนส่ง

1.2 จากข้อ 1.1 อาจมีการสนับสนุนให้จัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ของชาวบ้าน เพื่อว่าจะได้เป็นองค์กรที่จะให้ความช่วยเหลือทางด้านเงินทุนซึ่งกันและกัน

2. ด้านแรงงานและเทคโนโลยี

2.1 หอการค้าจังหวัดควรร่วมมือกันกับกระทรวงพาณิชย์ เพื่อจัดอบรมหรือให้ความรู้ทางด้านการค้าในธุรกิจ ให้กับครัวเรือนชนบทที่ทำการผลิตสินค้าหัตถกรรม

2.2 หอการค้าจังหวัดควรมีการศึกษาและส่งเสริมงานวิจัย ทางด้านเทคนิคการออกแบบและลวดลาย ในสินค้าหัตถกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงกับความต้องการ

3. ด้านการตลาดและรายได้

3. ด้านการตลาดและรายได้

3.1 สภาหอการค้าจังหวัดควรร่วมมือกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด และพัฒนาการจังหวัด เพื่อส่งเสริมให้ตลาดสินค้าหัตถกรรมขยายตัวออกไป ทั้งตลาดในท้องถิ่นและตลาดในตัวจังหวัด ตลอดจนควรมีการประสานงานกันในเรื่องการตลาดสินค้าหัตถกรรม ระหว่างหอการค้าจังหวัดต่างๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งนี้เพื่อให้รูปแบบการตลาดของสินค้าหัตถกรรม มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องในทุกพื้นที่

3.2 พ่อค้าขายส่ง พ่อค้าขายปลีก ตลอดจนพ่อค้าส่งออกสินค้าหัตถกรรม ควรประสานและขอความร่วมมือจากกรมส่งเสริมการส่งออก ในการนำสินค้าไปแสดงและจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อขยายตลาดต่างประเทศให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

บทที่ 7

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบทสู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งถือว่าเป็นอาชีพเสริมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยได้หยุดชะงักลง ตั้งแต่ปลายปี พ.ศ.2539 ที่ผ่านมา และรุนแรงต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับแรงงานคือ มีการปิดกิจการหลายแห่ง ลดการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมและบริการลง แรงงานส่วนหนึ่งจะต้องอพยพกลับเข้าสู่ชนบทเพื่อทำอาชีพเกษตรกรรม หรือหัตถกรรมในชนบท ซึ่งการประกอบอาชีพทางด้านเกษตรค่อนข้างอึดตัว และไม่สามารถรองรับแรงงานส่วนเกินนี้ได้ทั้งหมด แรงงานส่วนเกินเหล่านี้ก็ต้องเลือกหาอาชีพหัตถกรรม อย่างไรก็ตามการประกอบอาชีพทางด้านหัตถกรรมดังกล่าวนี้ จะต้องพัฒนาให้มีสภาพเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ที่มีวัตถุประสงค์การผลิตเพื่อใช้เอง มาสู่การผลิตเพื่อการค้าที่มีรายได้ตอบแทนอย่างเพียงพอและเหมาะสม ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ก็คือ เพื่อศึกษาการประกอบอาชีพหัตถกรรมของครัวเรือนชนบทในปัจจุบัน และต้องการวิเคราะห์หาแนวทางพัฒนาอาชีพหัตถกรรม ไปสู่การประกอบการ ในระบบการค้าเชิงพาณิชย์ที่เหมาะสมสำหรับครัวเรือนในชนบท ซึ่งวัตถุประสงค์ดังกล่าวจะนำไปสู่การผลิตและการค้าเชิงพาณิชย์ และเพิ่มศักยภาพการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจของประชาชนในชนบท ให้มากยิ่งขึ้น

ในการศึกษาครั้งนี้จะเลือกกิจกรรม การตีเหล็ก, การทอเสื่อ, การทอผ้าฝ้ายหมีขีด, การทอผ้าไหมแพรวา และการทำหมอนเหลี่ยมผ้าลายขีด ในจังหวัดนครราชสีมา, ขอนแก่น, อุตรดิตถ์, กาฬสินธุ์ และจังหวัดยโสธร ตามลำดับ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 502 ตัวอย่าง โดยจำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแรกจากครัวเรือนชนบทผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม จำนวน 429 ตัวอย่าง และอีกกลุ่มหนึ่งเป็นผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรม ซึ่งได้แก่ร้านค้าปลีกและร้านขายส่งในพื้นที่เป้าหมาย จำนวน 73 ตัวอย่าง ซึ่งการสุ่มตัวอย่างในกลุ่มแรกนั้นเป็นแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) และกำหนดตัวอย่างแบบสัดส่วน (Quota Sampling) ส่วนกลุ่มที่สองนั้นจะเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดี การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเป็นการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) นอกจากนี้ยังทำการรวบรวมข้อมูลที่เป็นเอกสารและบทความที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาจากส่วนราชการและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจัดเป็นข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ทั้งหมด โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนั้น จะวิเคราะห์ข้อมูลแบบเชิงพรรณนา

(Descriptive Method) การวิเคราะห์ที่ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS PC⁺ (Statistic Package for Social Science) ช่วยในการวิเคราะห์ ซึ่งผลการศึกษารูปได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านการผลิต การตลาด และรายได้ ของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.1 ข้อมูลทั่วไป

ครัวเรือนชนบท 429 ครัวเรือน เป็นเพศชาย และเพศหญิง ร้อยละ 22.6 และ 77.4 ตามลำดับ ซึ่งร้อยละ 92.5 มีสถานภาพแต่งงานแล้ว และส่วนใหญ่มีขนาดครอบครัวโดยมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5 คน อาชีพหลักคือ เกษตรกรรม รองลงมาคืออาชีพรับจ้างทั่วไป

1.2 ข้อมูลทางด้านการผลิตสินค้าหัตถกรรม

ในการประกอบอาชีพหัตถกรรมซึ่งเป็นอาชีพเสริมรองจากอาชีพการเกษตรนั้น ครัวเรือนชนบทส่วนใหญ่ใช้เงินทุนต่อปีมากกว่า 10,000 บาท โดยเฉพาะการทอผ้าไหมแพรวาซึ่งมีต้นทุนและราคาสูงมาก และอาชีพการตีเหล็กก็เช่นเดียวกัน ส่วนการทอผ้าฝ้ายหมี่ขิด การทำหมอนเหลี่ยมผ้าลายขิด และการทอเสื่อ จะมีลักษณะของการรับจ้างนายทุนในพื้นที่ ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยวันละ 60-100 บาทต่อวัน เงินลงทุนส่วนใหญ่ คือร้อยละ 53.1 เป็นของตนเอง วัตถุประสงค์หรือปัจจัยการผลิตจะซื้อจากร้านค้าในพื้นที่ ร้านค้าในอำเภอ ร้านค้าในจังหวัด นอกจากนี้ยังมีผู้นำมาขายให้ถึงครัวเรือนของผู้ผลิต การซื้อวัตถุประสงค์หรือปัจจัยการผลิต จะซื้อด้วยเงินสดเป็นส่วนใหญ่ คือร้อยละ 53.1

ในการผลิตสินค้าหัตถกรรมนั้น แรงงานที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นแรงงานภายในครอบครัวถึงร้อยละ 85.8 ของครัวเรือนชนบททั้งหมดที่เป็นตัวอย่างในการศึกษา ถ้าหากจะจ้างแรงงานจากภายนอกมักจะเป็นกรณีที่ แรงงานไม่พอและสินค้าที่ผลิตไม่ทันจำหน่าย โดยการจ่ายค่าจ้างแรงงานจากภายนอกนั้น นิยมจ่ายเป็นรายชิ้น ถึงร้อยละ 83.1

สำหรับการออกแบบสินค้าหัตถกรรมนั้น มักสืบทอดมาจากบรรพบุรุษถึง ร้อยละ 41.0 และมีการออกแบบตามลูกค้าสั่ง ร้อยละ 40.1 มีเพียงร้อยละ 18.9 เท่านั้น ที่พัฒนาตัวเองขึ้นมาโดยการออกแบบเอง สาเหตุที่ไม่ออกแบบเองเนื่องจาก ครัวเรือนชนบทเกรงว่าเมื่อออกแบบเองแล้วจะขายไม่ได้

1.3 ข้อมูลทางด้านรายได้และการตลาด

เมื่อพิจารณาจากทางด้านผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม พบว่า ร้อยละ 43.6 ของครัวเรือนชนบทที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา มีรายได้จากการขายสินค้า เฉลี่ยเดือนละ 2,001-4,000 บาท รองลงมาคือ ร้อยละ 36.4 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 2,000 บาท อย่างไรก็ตามยังมีครัวเรือนชนบท ที่มีรายได้จากการขายสินค้าหัตถกรรมเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท ถึงร้อยละ 6.1 ซึ่งได้แก่กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมแพรวา ในจังหวัดกาฬสินธุ์ การขายสินค้าส่วนใหญ่เป็นแบบนำไปส่งให้พ่อค้าซึ่งอยู่ในพื้นที่ ซึ่งมักเป็นนายทุน ถึงร้อย

ละ 60.1 โดยที่ครัวเรือนชนบทส่วนใหญ่ไม่เคยสำรวจความต้องการซื้อสินค้าหัตถกรรมของผู้ซื้อเลยถึง ร้อยละ 96.5 ในการกำหนดราคานั้นจากการศึกษาพบว่า พ่อค้าเป็นผู้กำหนดราคาถึงร้อยละ 63.6

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดสำหรับผู้จำหน่ายสินค้าหัตถกรรม ของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.1 ข้อมูลทั่วไป

จากจำนวนตัวอย่างซึ่งจำแนกตามพื้นที่ศึกษา เป็นผู้จำหน่ายสินค้าหัตถกรรม จำนวน 73 รายนั้น เน้นกลุ่มตัวอย่างจากร้านขายปลีก และร้านขายส่ง เป็นเป้าหมายหลัก ซึ่งการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง และเพศชาย ร้อยละ 58.9 และ 41.1 ตามลำดับ

2.2 ข้อมูลการตลาดสินค้าหัตถกรรม

จากการศึกษาสรุปได้ว่าสินค้าหัตถกรรมส่วนใหญ่ มีคุณภาพดี สม่่าเสมอ ตรงตามรูปแบบที่สั่ง แต่ที่สำคัญคือ สินค้าส่วนใหญ่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้ามากนัก โดยคิดเป็นสัดส่วนถึง ร้อยละ 61.6 โดยลูกค้าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและคนในพื้นที่เป็นส่วนใหญ่ ส่วนชาวต่างประเทศที่ซื้อสินค้าคิดเป็นสัดส่วนเพียง ร้อยละ 1.4 เท่านั้น ความต้องการซื้อส่วนมากจะซื้ออย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี และซื้อตามรูปแบบที่มีจำหน่ายอยู่แล้ว นอกจากนี้การส่งสินค้าหัตถกรรมไปจำหน่ายต่างประเทศยังมีอยู่น้อย ดังนั้นตลาดในประเทศยังเป็นตลาดที่สำคัญของสินค้าเหล่านี้

3. ปัญหาทางด้านการผลิตและการตลาดของสินค้าหัตถกรรม

การศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมของครัวเรือนชนบท ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าในปัจจุบันยังมีปัญหาทางด้านการผลิตและการตลาด ได้แก่ ปัญหาการขายสินค้าหัตถกรรมมักถูกกดราคาจาก พ่อค้าหรือร้านค้าที่รับซื้อ ปัญหาวิธีการตลาดเนื่องจากไม่มีศูนย์กลางการตลาดสำหรับขายหรือจำหน่าย ปัญหาด้านการช่วยเหลือทางด้านการขายจากหน่วยงานของทางราชการ ที่ไม่ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ปัญหาการติดต่อส่งสินค้าไปจำหน่ายยังมีอุปสรรค เนื่องจากครัวเรือนชนบทไม่ค่อยมีความรู้ในด้านการติดต่อจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม ปัญหาผู้ผลิตหรือครัวเรือนชนบทไม่มีความรู้ในการออกแบบลวดลาย และพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นรูปแบบอื่นๆ ปัญหาการตลาดที่เกี่ยวข้องกับพ่อค้าขายปลีกและพ่อค้าขายส่งซึ่งมักมีปริมาณสั่งซื้อที่ไม่แน่นอน ปัญหาการขาดแคลนแหล่งเงินทุนสำหรับสนับสนุนทางด้านการผลิต ตลอดจนปัญหาที่สำคัญคือยังไม่มี การรวมกลุ่มของครัวเรือนชนบท ในการผลิตและการตลาด ดังนั้นจึงมักมีการขายตัดราคากันเอง

4. แนวทางในการพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบท สู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์

แนวทางในการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมในครัวเรือนชนบท สามารถจำแนกสาระสำคัญออกได้เป็น 3 กรณี ดังต่อไปนี้

4.1 แนวทางพัฒนาทางการผลิต

จากลักษณะการผลิต 2 รูปแบบคือ ลงทุนเองทั้งหมด และรับจ้างนายทุนในพื้นที่นั้น เงินลงทุนควรมีแหล่งเงินทุนสำหรับให้กู้ยืม เพื่อทำการผลิตในสาขานอกภาคการเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตสินค้าหัตถกรรม เพราะเป็นอาชีพเสริมรองจากอาชีพเกษตรกรรมและเป็นแหล่งที่มาของรายได้ที่สำคัญ ซึ่งปัจจุบันธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรกำลังพิจารณาอยู่ นอกจากนี้ควรมีการปรับปรุงคุณภาพ และพัฒนาการออกแบบลายให้สวยงาม โดยควรมีการพัฒนาเพื่อนำไปประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อจะทำให้ผู้ใช้แรงงานในการผลิตได้รับค่าตอบแทนที่สูงขึ้น ที่สำคัญคือควรมุ่งความรู้ในเรื่องการหัตถกรรมพื้นฐานของแต่ละพื้นที่ บรรจุลงในหลักสูตรทางการศึกษาด้วย เพื่อใช้เป็นเนื้อหาในการเรียนการสอนในโรงเรียนต่อไป

4.2 แนวทางการพัฒนาทางการตลาดและรายได้

จากการศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมของครัวเรือนชนบท แนวทางการพัฒนาทางการตลาดและรายได้ก็คือ ควรมีการรวมกลุ่มกันจำหน่าย เพราะจะสามารถร่วมมือกันในการกำหนดราคาและคุณภาพ ตลอดจนจัดทำแคตตาล็อกเผยแพร่สินค้า นอกจากนี้ควรมีการจัดตั้งศูนย์กลางการขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของชุมชนในพื้นที่เป้าหมาย และจัดตั้งคณะกรรมการกลางเป็นตัวแทนการขาย เพื่อจะได้สามารถขยายตลาดได้กว้างขวางมากขึ้น

4.3 บทบาทของรัฐบาลและเอกชนในการพัฒนาทางการผลิต การตลาด และรายได้ โดยแนวทางในการพัฒนาคือควรเป็นไปในรูปแบบของการร่วมมือกันระหว่าง หน่วยงานของรัฐบาล เอกชน และ กลุ่มครัวเรือนในชนบท โดยร่วมมือกันทั้งในด้านการผลิตและการจำหน่าย ทั้งนี้เพื่อประสานประโยชน์ซึ่งกันและกันในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านวัตถุดิบและด้านเงินทุน ด้านแรงงานและด้านเทคนิค ด้านการตลาดและรายได้ หน่วยงานที่ควรจะมีร่วมมือกันพัฒนาคือ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการส่งออก กรมพัฒนาชุมชน หอการค้าจังหวัด ตลอดจนพ่อค้าขายปลีกและขายส่ง (ซึ่งบทบาทในลักษณะต่างๆ ดังกล่าวนี้นี้ แสดงรายละเอียดไว้ใน บทที่ 6)

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบท สู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากกลุ่มเป้าหมายในจังหวัด นครราชสีมา ขอนแก่น อุดรธานี กาฬสินธุ์ และยโสธร จำนวน 502 ตัวอย่าง มีข้อเสนอแนะจากการศึกษาดังต่อไปนี้

1. การศึกษาครั้งนี้ยังมีจุดอ่อนคือ ไม่สามารถศึกษาสินค้าหัตถกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้ทุกประเภท เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านระยะเวลาและงบประมาณ ซึ่งถ้าได้มีการศึกษาครอบคลุมสินค้าหัตถกรรมทุกประเภท จะทำให้ได้ข้อสรุปในภาพรวมที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบ การผลิตและการตลาด สินค้าหัตถกรรมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กับภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศไทย
3. การตลาดต่างประเทศมีบทบาทและความสำคัญ ต่อการส่งออกสินค้าหัตถกรรมเป็นอย่างมาก และจะยิ่งมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคต ดังนั้นจึงสมควรที่จะได้มีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับสู่ทางการส่งออก เพื่อหาแนวทางพัฒนาการตลาดในต่างประเทศต่อไป

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2541. อุตรธานี. อุตรธานี : สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 5. ขวัญมงคล กลิ่นศรีสุข. 2538. การผลิต การตลาด และราคาสินค้าเกษตร. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- ณัฐภัทร จันทวิช. 2541. "ผ้าในสมัยอยุธยา" การแต่งกายในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช. สถาบันราชภัฏเทพสตรี, จังหวัดลพบุรี.
- ณัฐจิน (นามแฝง). 2541. "เร่เข้ามา หมู่บ้านนี้เก็บกกมาสาน เก็บใบลานมาทำหมวก เก็บต้นตาลมาทำแก้อี". วารสารเพื่อการท่องเที่ยว และอนุรักษ์ธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม, 38,12 (กรกฎาคม) : 72-73.
- นางชม (นามแฝง). 2541. "พิพิธภัณฑ์หัตถกรรมไทย". วารสารเพื่อการท่องเที่ยว และอนุรักษ์ธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม, 39, 3 (ตุลาคม) : 86-87.
- นารี บุญนาค. 2540. การออกแบบลวดลายผ้ามัดหมี่ โดยใช้โปรแกรม Auto CAD. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ประเวศ วะสี. 2540. "การลงทุนทางวัฒนธรรม ทางออกยุคเศรษฐกิจล้มละลาย". วารสารศิลปวัฒนธรรม (กันยายน) : 48-49.
- ประสงค์ วีระกาญจนพงษ์ และกาญจนา อุตตะมบรรณ. 2539. "การพัฒนาเศรษฐกิจกับการศึกษาของไทย". เศรษฐกิจรายเดือน. (ธันวาคม) : 13-26.
- ผืนผ้า : เส้นสายลายชีวิต. 2541. "อยุธยาป่าไหมเอเชีย". วารสารศิลปวัฒนธรรม (มิถุนายน) : 24-26.
- มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2539. "แผนพัฒนามหาวิทยาลัยขอนแก่น ระยะที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544)". กองแผนงาน, (มิถุนายน) : 65-73.
- ลักขณา ธนาวรรณกิจ. 2540. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าจก ราชบุรี. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ลำยอง ปลั่งกลาง. 2541. "การวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจของการผลิตเครื่องจักสาน จังหวัดอ่างทอง". วารสารวิทยาการจัดการบริหาร. สถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. 1,1 (ตุลาคม) : 33-40.
- วัชรินทร์ ศรีรักษา และคณะ. 2538. "เทคนิคการผลิตหมอนชนิดแบบครบวงจร ของหมู่บ้านศรีฐาน อำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร". วารสารศึกษาศาสตร์, 18, 1 (กุมภาพันธ์-พฤษภาคม) : 51-56.
- วิบูลย์ ลีสุวรรณ. 2540. "เครื่องปั้นดินเผาบ้านเมืองทุ่ง เชียงใหม่". วารสารเพื่อการท่องเที่ยวและอนุรักษ์ธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม, 38,5 (ธันวาคม) : 80-81.
- วิบูลย์ ลีสุวรรณ. และคณะ. 2530. ผ้าไทยพัฒนาทางอุตสาหกรรมและสังคม. กรุงเทพมหานคร : บริษัทอัมรินทร์พริ้นติ้งกรุ๊ป.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2531. "การพึ่งตนเองของชนบทไทย : ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม". สังคมศาสตร์, 25, 1 (เมษายน) : 72-99.

- สุริยา สมุทคุปติ์ พัฒนา กิติอาษา และนันทิยา พุทธะ. 2537. แม่หญิงต้องต่ำทุก : พัฒนาการของกระบวนการทอผ้าและการเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้หญิง ในหมู่บ้านอีสานปัจจุบัน. นครราชสีมา : สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- เสรี พัฒนพันธ์ชัย. 2539. ปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมสู่ชนบท. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี : รายงานการสัมมนาการพัฒนาอุตสาหกรรมชนบท พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, (30 กันยายน - 2 ตุลาคม) : 55-62.
- โสภิตา ยงยอด และโอภาส ปลดปลี้อง. 2539. "การพัฒนาตลาดและรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวา". โครงการพัฒนาตลาดเพื่อสนับสนุนการกระจายการผลิตในระดับจังหวัด. (เอกสารสรุปการสัมมนา โดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดกาฬสินธุ์).
- สำนักงานจังหวัดกาฬสินธุ์. 2541. บรรยายสรุปจังหวัดกาฬสินธุ์. กาฬสินธุ์ : สำนักงานจังหวัดกาฬสินธุ์.
- สำนักงานจังหวัดขอนแก่น. 2542. บรรยายสรุปจังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น : ฝ่ายข้อมูลและติดตามประเมินผล.
- สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา. 2541. บรรยายสรุปจังหวัดนครราชสีมา. นครราชสีมา : ฝ่ายข้อมูลและติดตามประเมินผล.
- สำนักงานจังหวัดอุดรธานี. 2542. ข้อมูลจังหวัดอุดรธานี. อุดรธานี : ฝ่ายข้อมูลและติดตามประเมินผล.
- สำนักงานจังหวัดยโสธร. 2541. บรรยายสรุปจังหวัดยโสธร. ยโสธร : ฝ่ายข้อมูลและติดตามประเมินผล.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดกาฬสินธุ์. 2539. สรุปผลการดำเนินงานโครงการพัฒนาการตลาดเพื่อสนับสนุนการกระจายการผลิตในระดับจังหวัด. กาฬสินธุ์ : ประสานการพิมพ์.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดกาฬสินธุ์. 2540. การพัฒนาการตลาดเพื่อสนับสนุนการผลิตผ้าไหมแพรวา. กาฬสินธุ์ : ประสานการพิมพ์.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดกาฬสินธุ์. 2541. ข้อมูลการตลาดจังหวัดกาฬสินธุ์. กาฬสินธุ์ : ประสานการพิมพ์.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครราชสีมา. 2541. ข้อมูลการตลาดจังหวัดนครราชสีมา ประจำปี 2540. นครราชสีมา : โคราชไทยรุ่งกิจการพิมพ์.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดยโสธร. 2536. โครงการพัฒนาตลาดสินค้า ผลิตภัณฑ์จากผ้าลายขิดและผ้าฝ้ายของจังหวัดยโสธร. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงพาณิชย์.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดยโสธร. 2539. การผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์สินค้าหัตถกรรม. ยโสธร : จีเอชการพิมพ์.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดยโสธร. 2541. ข้อมูลการตลาดจังหวัดยโสธร. ยโสธร : จีเอชการพิมพ์.
- สำนักงานสุขาภิบาลนาข่า. 2542. แบบสำรวจท้องถิ่นที่สมควรยกฐานะเป็นสุขาภิบาล. จังหวัดอุดรธานี : ที่ว่าการอำเภอเมือง. (อัดสำเนา).
- อลิษา บุปมาสังข์. 2539. "เทคนิคการทำตลาด และกลยุทธ์ในการขยายตลาด" โครงการพัฒนาตลาดเพื่อสนับสนุนการกระจายการผลิตในระดับจังหวัด. (เอกสารสรุปการสัมมนา โดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดกาฬสินธุ์).

- องค์การบริหารส่วนตำบลนาข่า. 2541. แผนพัฒนาตำบล. อุตรธานี : อำเภอเมือง.
- องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพธิ์. 2541. บรรยายสรุป. นครราชสีมา.
- องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพธิ์. 2541. ข้อมูลพื้นฐานระดับตำบล. นครราชสีมา.
- องค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร. 2541. แผนพัฒนาตำบล. อำเภอป่าดิว : ตำบลโพธิ์ไทร.
- องค์การบริหารส่วนตำบลศรีฐาน. 2541. แผนพัฒนาตำบล. อำเภอป่าดิว : ตำบลศรีฐาน.
- องค์การบริหารส่วนตำบลสามพร้าว. 2541. สรุปข้อมูลองค์การบริหารส่วนตำบลสามพร้าว. อุตรธานี : อำเภอเมือง
- อำเภอคำม่วง. 2540. แผนพัฒนาสุขภาพภิบาลโพน. กาฬสินธุ์ : สุขาภิบาลโพน.

Krongkaew M., Tinakorn P. and Suphachalasai S. . 1992. " Rural Poverty in Thailand : Policy Issue and Responses". Asian Development Review , 10(1) : 199-225.

MacNeill, J. 1989. "Strategies for Sustainable Economic Development". Scientific American (September.) : 105-113.

ประวัตินักวิจัย

ชื่อ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข

วัน-เดือน-ปีเกิด : 11 สิงหาคม พ.ศ.2502 อายุ 40 ปี

ภูมิลำเนา : กรุงเทพมหานคร

ที่อยู่ปัจจุบัน : 111 ถนนมหาวิทยาลัย ตำบลสุรนารี อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000
โทร. 044-224205, 224207-8, 224258

สถานที่ทำงาน : สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000 โทร. 044-224205, 224207-8, 224258

ประวัติการศึกษา :

ระดับการศึกษา	วุฒิการศึกษา	สถานบันการศึกษา	ปีที่จบการศึกษา
ปริญญาตรี	เศรษฐศาสตรบัณฑิต (สาขาเศรษฐศาสตร์เชิงปริมาณ)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	พ.ศ.2524
ปริญญาโท	วท.ม.(เศรษฐศาสตร์)	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	พ.ศ.2527
ปริญญาเอก	วท.ด.(เศรษฐศาสตร์เกษตร) (สาขาเศรษฐศาสตร์ทรัพยากร)	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	พ.ศ.2540

ประวัติการทำงาน :

ปี พ.ศ.	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
2527-2532	เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ผังเมือง	กรมการผังเมือง กระทรวงมหาดไทย
2533-2537	เศรษฐกร (ลาศึกษาต่อระดับปริญญาเอก เป็นระยะเวลา 2 ปี 8 เดือน)	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
2538-ปัจจุบัน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาเศรษฐศาสตร์ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี	

ประวัติงานวิจัยและผลงานทางด้านวิชาการ :

1. การวางแผนในระดับภาคและจังหวัด (เป็นการวางแผนแนวทางในการพัฒนา) ได้แก่
 - 1.1 การวางแผนภาคกลาง
 - 1.2 การวางแผนจังหวัดสงขลา ชลบุรี สุราษฎร์ธานี ตรัง นราธิวาส ปัตตานี ระนอง นครสวรรค์ สุพรรณบุรี
2. การวิจัยทางด้านการผลิตและการตลาด ได้แก่
 - กึ่งกุลาดำ กึ่งก้ามกราม ปลาน้ำจืด ปลาป่น กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง
3. บทความทางวิชาการ
 - 1.1 ขนาดฟาร์มที่เหมาะสมของกึ่งก้ามกราม ลงในวารสารเศรษฐกิจการเกษตร
 - 1.2 ต้นทุนทางสังคมที่เกิดจากการทำประมงปลาเบ็ดสำหรับผลิตปลาป่น ลงในวารสารเทคโนโลยีสุรนารี
 - 1.3 การผลิตและการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ลงใน ลงในวารสารเทคโนโลยีสุรนารี