

# การศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบทสู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ<sup>1</sup>

## A Study of the Development of Household Handicraft Industries for Commercial Purposes in the Rural Area of Northeastern

ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบท สู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการประกอบอาชีพหัตถกรรม ของครัวเรือนชนบทในปัจจุบัน และวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาไปสู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ โดยเลือกกิจกรรม การตีเหล็ก การทอเสื่อ การทอผ้าฝ้ายหมี่ขิด การทอผ้าไหมแพรวา และการทำหมอนเหลี่ยมผ้าลายขิด ในจังหวัดนครราชสีมา ขอนแก่น อุดรธานี กาฬสินธุ์ และจังหวัดยโสธร ตามลำดับ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 502 ตัวอย่าง โดยจำแนกเป็น 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรก ได้แก่ ครัวเรือนผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม จำนวน 429 ตัวอย่าง ซึ่งกำหนดตัวอย่างแบบสัดส่วน และอีกกลุ่มหนึ่งจากผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรม จำนวน 73 ตัวอย่าง ซึ่งกำหนดตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นทั้งแบบปฐมภูมิและทุติยภูมิ ข้อมูล

ที่ได้วิเคราะห์แบบเชิงพรรณนา โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS PC<sup>\*</sup>

ผลการศึกษาที่สำคัญมี 4 ประเด็นคือ (1) ผลทางด้านการผลิต การตลาด และรายได้ของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า อาชีพหัตถกรรมเป็นอาชีพเสริมรองจากการเกษตรกรรม ใช้เงินทุนมากกว่า 10,000 บาทต่อปี แรงงานที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นแรงงานในครอบครัว ร้อยละ 85.8 การออกแบบสินค้าสืบทอดมาจากบรรพบุรุษและตามพ่อค้าสั่ง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2,001-4,000 บาท การขายสินค้าส่วนใหญ่เป็นแบบนำไปส่งให้พ่อค้าในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 60.1 และพ่อค้าเป็นผู้กำหนดราคาเอง ร้อยละ 63.6 (2) ผลทางด้านการตลาดสำหรับผู้จำหน่ายสินค้าหัตถกรรม ของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า สินค้าหัตถกรรมส่วนใหญ่มีคุณภาพดี สม่่าเสมอ ตรงตามรูปแบบที่สั่ง ที่สำคัญคือไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงรูปแบบ คิดเป็นร้อยละ 61.6 ความ

<sup>1</sup> งานวิจัยได้รับทุนอุดหนุนจาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ประจำปีงบประมาณ 2542

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000

# การศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบทสู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ<sup>1</sup>

## A Study of the Development of Household Handicraft Industries for Commercial Purposes in the Rural Area of Northeastern

ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบท สู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการประกอบอาชีพหัตถกรรม ของครัวเรือนชนบทในปัจจุบัน และวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาไปสู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ โดยเลือกกิจกรรม การตีเหล็ก การทอเสื่อ การทอผ้าฝ้ายหมี่ขิด การทอผ้าไหมแพรวา และการทำหมอนเหลี่ยมผ้าลายขิด ในจังหวัดนครราชสีมา ขอนแก่น อุดรธานี กาฬสินธุ์ และจังหวัดยโสธร ตามลำดับ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 502 ตัวอย่าง โดยจำแนกเป็น 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรก ได้แก่ ครัวเรือนผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม จำนวน 429 ตัวอย่าง ซึ่งกำหนดตัวอย่างแบบสัดส่วน และอีกกลุ่มหนึ่งจากผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรม จำนวน 73 ตัวอย่าง ซึ่งกำหนดตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นทั้งแบบปฐมภูมิและทุติยภูมิ ข้อมูล

ที่ได้วิเคราะห์แบบเชิงพรรณนา โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS PC<sup>\*</sup>

ผลการศึกษาที่สำคัญมี 4 ประเด็นคือ (1) ผลทางด้านการผลิต การตลาด และรายได้ของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า อาชีพหัตถกรรมเป็นอาชีพเสริมรองจากการเกษตรกรรม ใช้เงินทุนมากกว่า 10,000 บาทต่อปี แรงงานที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นแรงงานในครอบครัว ร้อยละ 85.8 การออกแบบสินค้าสืบทอดมาจากบรรพบุรุษและตามพ่อค้าสั่ง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2,001-4,000 บาท การขายสินค้าส่วนใหญ่เป็นแบบนำไปส่งให้พ่อค้าในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 60.1 และพ่อค้าเป็นผู้กำหนดราคาเอง ร้อยละ 63.6 (2) ผลทางด้านการตลาดสำหรับผู้จำหน่ายสินค้าหัตถกรรม ของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า สินค้าหัตถกรรมส่วนใหญ่มีคุณภาพดี สม่่าเสมอ ตรงตามรูปแบบที่สั่ง ที่สำคัญคือไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงรูปแบบ คิดเป็นร้อยละ 61.6 ความ

<sup>1</sup> งานวิจัยได้รับทุนอุดหนุนจาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ประจำปีงบประมาณ 2542

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000

ต้องการซื้อจะมืออย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี และซื้อตามรูปแบบที่มีจำหน่ายอยู่แล้ว การตลาดต่างประเทศยังมีอยู่น้อย ดังนั้นตลาดสินค้าหัตถกรรมที่สำคัญจึงเป็นตลาดภายในประเทศ (3) ปัญหาทางด้านการผลิต การตลาดของสินค้าหัตถกรรม พบว่ามีปัญหาการถูกกดราคาจากพ่อค้ารับซื้อ ไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อการผลิตและการตลาด ตลอดจนขาดความช่วยเหลือจากหน่วยราชการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังไม่มีศูนย์กลางการตลาดสำหรับจำหน่ายอีกด้วย และ (4) แนวทางในการพัฒนาสินค้าหัตถกรรม พบว่า มี 2 แนวทางคือ การพัฒนาทางด้านการผลิต ได้แก่ ควรมีแหล่งเงินทุนให้กู้ยืมสำหรับการผลิตในสาขาออกภาคการเกษตร ซึ่งเป็นรายได้ที่สำคัญ และควรมีการปรับปรุงคุณภาพและพัฒนาการออกแบบให้สวยงาม โดยควรมีการพัฒนาเพื่อนำไปประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ สำหรับแนวทางในการพัฒนาทางด้านการตลาดและรายได้นั้น ควรมีการรวมกลุ่มกันจำหน่าย มีการจัดทำแคตตาล็อกเผยแพร่สินค้า จัดตั้งศูนย์กลางการตลาด ตลอดจนจัดตั้งคณะกรรมการกลางตัวแทนการขาย ซึ่งบทบาทดังกล่าวควรจะได้รับช่วยเหลือจากภาครัฐบาลและเอกชน

## 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-dyes cotton weaving, supplementary weft silk (Praer-waa) and triangular pillows making from tie-dyed cotton. These activities are in Nokhon 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 quota sampling from the producers and the other from purposive sampling of the handicraft industrial buyers. The descriptive analysis is to use the statistical package for social science (SPSS PC<sup>™</sup>).

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 household 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 consists 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. Besides, the helps from private and government sectors are very important to develop the handicraft industries.

### ความเป็นมาและปัญหาของการวิจัย

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 การลงทุนทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและการบริการพื้นฐานมีอย่างต่อเนื่อง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะปรากฏว่า การพัฒนาดังกล่าวจะเป็นผลมาจากการพัฒนาในภาคอุตสาหกรรม และการบริการในเขตเมืองเป็นสำคัญ ซึ่งส่งผลทำให้ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจกระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล นอกจากนี้ช่องว่างระหว่างรายได้ของประชากรยังมีแนวโน้มจะแตกต่างกันมากขึ้นอีกด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาที่ผ่านมาถึงแม้จะประสบความสำเร็จในเรื่องการขยายตัวทางเศรษฐกิจ แต่ยังมีปัญหาในด้านการกระจายรายได้ และความอยู่ดีกินดีของประชากรในชนบทยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร (มหาวิทยาลัยขอนแก่น : 2539)

สำหรับการพัฒนาทางด้านการเกษตรในเขตพื้นที่ชนบท ซึ่งเป็นภาคที่ประชากรส่วนใหญ่ คือ ประมาณ ร้อยละ 60 ของประชากรทั้งหมดของประเทศอาศัยอยู่ ปรากฏว่ามีการขยายตัวไม่มากนัก นอกจากนี้ฐานทรัพยากรธรรมชาติ (Stocks of National Resources Base) ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิต

ทางการเกษตรที่สำคัญ ได้ถูกทำลายไปในอัตราที่รวดเร็วกว่าที่จะสามารถสร้างขึ้นมาทดแทน ดังนั้น การที่จะพัฒนาประเทศโดยส่วนรวม โดยการพัฒนา ทางด้านการเกษตรจึงมีโอกาสเป็นไปได้ยาก รัฐบาลเองก็ตระหนักถึงข้อเท็จจริงในเรื่องนี้เป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับต่อๆ มา ได้ให้การส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมและการบริการมากขึ้น มีการปรับปรุงเทคโนโลยี การบริหาร การจัดการทางด้านอุตสาหกรรมและบริการในเขตเมืองมากขึ้นเรื่อยๆ สภาพการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจดังกล่าว ได้ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างตลาดแรงงานของประเทศ กล่าวคือได้ส่งผล เชื่อมโยงไปไปถึงการอพยพเคลื่อนย้ายแรงงานจาก ภาคเกษตรซึ่งมีแรงงานส่วนเกิน เข้าสู่อุตสาหกรรม และภาคการบริการในเขตเมืองอย่างต่อเนื่อง และ แรงงานอพยพเหล่านี้ส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานของคนหนุ่มสาวที่มี ความคิดก้าวหน้ามีการศึกษาสูงขึ้น และมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง

อย่างไรก็ตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศดังกล่าว ได้หยุดชะงักลงตั้งแต่ช่วงปลายปี พ.ศ. 2539 ที่ผ่านมา และรุนแรงมากขึ้นต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน และยังมีอาการคาดการณ์ว่าอาจจะต่อเนื่องไปจนถึง ปี พ.ศ. 2542 ทั้งนี้การชะลอตัวทางเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้กล่าวกันว่า มาจากสาเหตุทางด้านเศรษฐกิจหลายด้าน แต่ที่สำคัญคือปัญหาการขาดดุลการชำระเงิน และอัตราการขยายตัวของการส่งสินค้าออกได้ลดลง ปริมาณการส่งออกที่ลดลงนี้มีสาเหตุที่สำคัญประการหนึ่งคือ ความได้เปรียบในเรื่องค่าจ้างแรงงานที่ต่ำของประเทศไทยได้หมดไป นั่นคือปรากฏว่าอัตราค่าจ้างแรงงานของประเทศมี

อัตราค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน จากสภาวะเศรษฐกิจซบเซาและความได้เปรียบในเรื่องค่าจ้างแรงงานที่หมดลง ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงในตลาดแรงงานกล่าวคือ มีการปิดกิจการ และลด การจ้างงานในภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการลง แรงงานเหล่านี้จะต้องอพยพกลับเข้าสู่ชนบทเพื่อทำ อาชีพเกษตรกรรม หรือหัตถกรรมในชนบทอีกครั้ง หนึ่ง ส่วนทางด้านผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่างๆ ก็มีการปรับปรุงกิจการของตนเอง ทั้งทางด้าน ชนิด ของอุตสาหกรรม และเทคนิคการผลิต กล่าวคือได้ เปลี่ยนมาใช้วิธีการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีที่สูงขึ้น และ ใช้เครื่องจักรแทนแรงงานคนมากขึ้น (Capital Intensive) อุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเป็นหลัก (Labour Intensive) ค่อยๆ เคลื่อนย้ายฐานการผลิต เข้าสู่ประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า เช่น ประเทศ ต่างๆ ในภูมิภาคอินโดจีน

ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับแรงงานคือ แรงงานที่มีการศึกษาต่ำจะต้องพัฒนาฝีมือโดยการเพิ่มพูน ความรู้ เช่น โดยการศึกษาในอกระบบ ทั้งนี้เพื่อที่จะ สามารถกลับเข้าสู่ตลาดแรงงานในภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการในเขตเมืองได้อีกครั้งหนึ่ง แต่อย่างไร ก็ตามจะยังมีแรงงานอีกส่วนหนึ่งโดยเฉพาะผู้ที่มีอายุ มากขึ้นโอกาสที่กลับเข้าสู่ตลาดแรงงานอีกครั้งหนึ่ง คงเป็นไปได้ยาก ประกอบกับอาชีพทางการ การเกษตรก็ค่อนข้างจะอึดอัด ไม่สามารถรองรับกำลัง แรงงานส่วนเกินนี้ได้ทั้งหมด แรงงานส่วนนี้ก็จะต้อง เลือกลงอาชีพในชนบทที่เหลืออยู่ ซึ่งอาชีพหนึ่งที่สามารถรองรับแรงงานในชนบทได้เป็นอย่างดี และมี มาแล้วตั้งแต่สมัยโบราณคือ การหัตถกรรม อย่างไรก็ตามการประกอบอาชีพทางด้านหัตถกรรมดังกล่าวนี้

จะต้องพัฒนาให้มีสภาพเปลี่ยนแปลงไปจากในอดีต ซึ่งเคยผลิตเพื่อเป็นงานศิลปะ หรือใช้เองภายในครอบครัวเป็นหลัก มาเป็นการผลิตเพื่อการค้าที่มีรายได้ตอบแทนอย่างเพียงพอและเหมาะสม มีความมั่นคงพอที่จะยึดเป็นอาชีพได้

ดังนั้นเพื่อต้องการองค์ความรู้เกี่ยวกับ แนวทางการพัฒนาหัตถกรรมในชนบทที่ถูกต้อง และสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของระบบการค้าเชิงพาณิชย์ ตลอดจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้สำหรับ แนวทางการพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบทในพื้นที่อื่นๆ อย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการศึกษาอย่างเป็นวิชาการเพื่อให้ทราบถึงสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน และแนวทางการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น อันจะเป็นแนวทางในการนำไปใช้ปรับปรุงกลยุทธ์ทางการผลิต และการตลาดในเชิงพาณิชย์ในอนาคตต่อไป

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาสภาพการประกอบอาชีพหัตถกรรม ของครัวเรือนชนบทในปัจจุบัน
- 2) ต้องการวิเคราะห์หาแนวทางการพัฒนาอาชีพหัตถกรรม ไปสู่การประกอบการในระบบการค้าเชิงพาณิชย์ที่เหมาะสมสำหรับครัวเรือนในชนบท

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) พัฒนาสินค้าหัตถกรรมไปสู่การผลิต และการค้าเชิงพาณิชย์
- 2) เพิ่มศักยภาพการพึ่งตนเองทางด้านเศรษฐกิจของประชาชนในชนบท

#### ขอบเขตของการวิจัย

- 1) การเลือกครัวเรือนตัวอย่าง เพื่อความเหมาะสมทางด้านงบประมาณและความสะดวกจึงเลือกศึกษาเฉพาะครัวเรือนที่ประกอบอาชีพทางด้านหัตถกรรมในจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เท่านั้น
- 2) ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ หมายถึง ระบบการค้าตามระบบกลไกตลาด ที่คำนึงถึงต้นทุนและผลตอบแทนทางตรงที่สามารถวัดออกมาเป็นตัวเงินได้เป็นหลัก อันจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถที่จะประกอบอาชีพหัตถกรรมได้สืบไป
- 3) แนวทางการพัฒนาที่ต้องการศึกษานี้ จะครอบคลุมตั้งแต่เริ่มกระบวนการผลิตการจัดจำหน่ายไปจนถึงผลกระทบทางด้านต่างๆ ที่เกิดขึ้น

#### วิธีการศึกษา

##### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้ข้อมูลทั้งที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยจำแนกเป็นดังนี้

- 1) ข้อมูลทุติยภูมิ จะเก็บรวบรวมจากข้อมูลของหน่วยงานของภาคเอกชน และส่วนราชการต่างๆ 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 อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ และอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ส่วนการเลือกครัวเรือนตัวอย่าง จะใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อให้ได้ครัวเรือนตัวอย่างจากแต่ละพื้นที่ศึกษา ได้ในพื้นที่เป้าหมายที่ทำการศึกษานั้น มีจำนวนประชากรรวม 3,363 คน ที่ประกอบอาชีพหัตถกรรมพื้นบ้าน ได้แก่ การตีเหล็ก การทอเสื่อ การทอผ้าไหมมัดหมี่ การทอผ้าไหมแพรวา และการทำหมอนเหลี่ยมผ้าลายขิด หลังจากนั้นเลือกสุ่มตัวอย่างจากประชากรโดยวิธี แบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) และกำหนดตัวอย่างแบบสัดส่วน (Quota Sampling) จำนวนทั้งสิ้น 429 ตัวอย่าง

สำหรับการศึกษาทางด้านการตลาดหรือทางด้านผู้ซื้อผลิตภัณฑ์นั้น จะทำการออกแบบสอบถามจากร้านขายส่งและร้านขายปลีกในพื้นที่เป้าหมายที่ทำการศึกษา จากจำนวนประชากรหลักที่เป็นผู้ซื้อจำนวน 100 ราย จะเลือกตัวอย่างมาแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาว่าตัวอย่างดังกล่าวน่าจะเป็นตัวแทนที่ดี จำนวน 73 ตัวอย่าง

#### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้จะใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Method) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS PC\* (Statistical Package for Social Science) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสภาพต่างๆ ไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประชากรตัวอย่าง สภาพเกี่ยวกับลักษณะการผลิต และการตลาด ทางด้านต่างๆ ตลอดจนสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น โดยที่การ

วิเคราะห์จะมีทั้งลักษณะการบรรยายปรากฏการณ์ต่างๆ ตลอดจนวิเคราะห์ในรูปแบบของสัดส่วนร้อยละ การใช้ตาราง แผนภูมิ และแผนภาพต่างๆ

#### ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบทสู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

#### 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านการผลิต การตลาด และรายได้ ของครัวเรือน

##### 1.1 ข้อมูลโดยทั่วไป

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

##### 1.2 ข้อมูลทางด้านการผลิตสินค้า หัตถกรรม

ในการประกอบอาชีพหัตถกรรมซึ่งเป็นอาชีพการเกษตรนั้น ครัวเรือนชนบทส่วนใหญ่ใช้เงินทุนต่อปีมากกว่า 10,000 บาท โดยเฉพาะการทอผ้าไหมแพรวาซึ่งมีต้นทุนและราคาสูงมาก และอาชีพตีเหล็กก็เช่นเดียวกัน ส่วนการทอผ้าไหมมัดหมี่ การทำหมอนเหลี่ยมผ้าลายขิด และการทอเสื่อ จะมีลักษณะของการรับจ้างนายทุนในพื้นที่ ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยวันละ 60-100 บาทต่อวัน เงินลงทุนส่วนใหญ่คือร้อยละ 53.1 เป็นของตนเอง วัตถุประสงค์หรือปัจจัยการผลิตซื้อจากร้านค้าในพื้นที่ ร้านค้าในอำเภอ

ร้านค้าในจังหวัด นอกจากนี้ยังมีผู้นำมาขายให้ถึง ครัวเรือนของผู้ผลิต การซื้อวัตถุดิบหรือปัจจัยในการ ผลิต จะซื้อด้วยเงินสดเป็นส่วนใหญ่ คือถึง ร้อยละ 53.1

ในการผลิตสินค้าหลักสูตรนั้น แรงงานที่ใช้ ส่วนใหญ่เป็นแรงงานในครอบครัวถึงร้อยละ 85.8 ของครัวเรือนชนบททั้งหมดที่เป็นตัวอย่างในการ ศึกษา ถ้าหากจะจ้างแรงงานจากภายนอกมักจะเป็น กรณีที่ แรงงานไม่พอและสินค้าที่ผลิตไม่ทันจำหน่าย โดยการจ่ายค่าจ้างแรงงานจากภายนอกนั้นนิยมจ่าย เป็นรายชิ้น ถึงร้อยละ 83.1

สำหรับการออกแบบสินค้าหลักสูตรนั้น มักสืบทอดจากบรรพบุรุษ ร้อยละ 41.0 และมีการ ออกแบบตามลูกคำสั่ง ร้อยละ 40.1 มีเพียงร้อยละ 18.9 เท่านั้น ที่พัฒนาตัวเองขึ้นมาโดยการออกแบบเอง สาเหตุที่ไม่ออกแบบเองเนื่องจาก ครัวเรือนชนบท เกรงว่าเมื่อออกแบบเองแล้วจะขายไม่ได้

### 1.3 ข้อมูลทางด้านรายได้และการตลาด

เมื่อพิจารณาจากทางด้านผู้ผลิตสินค้า หลักสูตร พบว่า ร้อยละ 43.6 ของครัวเรือนชนบทที่ เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา มีรายได้จากการขาย สินค้าเฉลี่ยเดือนละ 2,001-4,000 บาท รองลงมาคือ ร้อยละ 36.4 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 2,000 บาท อย่างไรก็ตามยังมีครัวเรือนชนบทที่มีรายได้จาก การขายสินค้าหลักสูตร เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท ถึงร้อยละ 6.1 ซึ่งได้แก่ กลุ่มผู้ผลิต ผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ การขายสินค้า ส่วนใหญ่เป็นแบบนำไปส่งให้พ่อค้าซึ่งอยู่ในพื้นที่ ซึ่ง มักเป็นนายทุน ถึงร้อยละ 60.1 โดยที่ครัวเรือนชนบท ส่วนใหญ่ไม่เคยสำรวจความต้องการ ซื้อสินค้า

หลักสูตรของผู้ซื้อเลยถึง ร้อยละ 96.5 ในการกำหนด ราคานั้นจากการศึกษาพบว่า พ่อค้าเป็นผู้กำหนด ราคาลงถึงร้อยละ 63.6

## 2. การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด สำหรับ ผู้จำหน่ายสินค้าหลักสูตร ของครัวเรือน

### 2.1 ข้อมูลทั่วไป

จากจำนวนตัวอย่างซึ่งจำแนกตามพื้นที่ ศึกษา เป็นผู้จำหน่ายสินค้าหลักสูตร จำนวน 73 ราย นั้น เน้นกลุ่มตัวอย่างจากร้านขายปลีก และร้านขายส่ง เป็นเป้าหมายหลัก ซึ่งการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิง และเพศชาย ร้อยละ 58.9 และ 41.1 ตามลำดับ

### 2.2 ข้อมูลการตลาดสินค้าหลักสูตร

จากการศึกษาสรุปได้ว่าสินค้าหลักสูตร ส่วนใหญ่ มีคุณภาพดี สม่ำเสมอ ตรงตามรูปแบบที่สั่ง แต่ที่สำคัญคือ สินค้าส่วนใหญ่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง รูปแบบของสินค้ามากนัก โดยคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 61.6 โดยลูกค้าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและคน ในพื้นที่เป็นส่วนใหญ่ ส่วนชาวต่างประเทศที่ซื้อสินค้า คิดเป็นสัดส่วนเพียง ร้อยละ 1.4 เท่านั้น ความ ต้องการซื้อส่วนมากจะซื้ออย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี และซื้อตามรูปแบบที่มีจำหน่ายอยู่แล้ว นอกจากนี้ การส่งสินค้าหลักสูตรไปจำหน่ายต่างประเทศยังมี อยู่น้อย ดังนั้นตลาดในประเทศยังเป็นตลาดที่สำคัญ ของสินค้าเหล่านี้



### 3. ปัญหาทางด้านการผลิตและการตลาดของสินค้าหัตถกรรม

การศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมของครัวเรือนชนบท ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าในปัจจุบันยังมีปัญหาทางด้านการผลิตและการตลาด ได้แก่ ปัญหาการขายสินค้าหัตถกรรมมักถูกกดราคา จากพ่อค้าหรือร้านค้าที่รับซื้อ ปัญหาวิถีการตลาดเนื่องจากไม่มีศูนย์กลางการตลาดสินค้าสำหรับขายหรือจำหน่าย ปัญหาด้านการช่วยเหลือทางด้านการขายจากหน่วยงานของราชการที่ไม่ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ปัญหาการติดต่อสินค้าไปจำหน่ายยังมีอุปสรรคเนื่องจากครัวเรือนชนบทไม่ค่อยมีความรู้ในด้านการติดต่อจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม ปัญหาผู้ผลิตหรือครัวเรือนชนบทไม่มีความรู้ในการออกแบบลวดลายและพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นรูปแบบอื่นๆ ปัญหาการตลาดที่เกี่ยวข้องกับพ่อค้าขายปลีกและพ่อค้าขายส่งซึ่งมักมีปริมาณสั่งซื้อที่ไม่แน่นอน ปัญหาการขาดแคลนแหล่งเงินทุนสำหรับสนับสนุนทางด้านการผลิต ตลอดจนปัญหาที่สำคัญคือยังไม่มีกรรมกรกลุ่มของครัวเรือนชนบท ในการผลิตและการตลาด ดังนั้นจึงมักมีการขายตัดราคากันเอง

### 4. แนวทางในการพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบท สู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์

แนวทางในการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมในครัวเรือนชนบท สามารถจำแนกสาระสำคัญออกได้เป็น 3 กรณีดังต่อไปนี้

#### 4.1 แนวทางพัฒนาทางด้านการผลิต

จากลักษณะการผลิต 2 รูปแบบคือ ลงทุนเองทั้งหมด และรับจ้างนายทุนในพื้นที่นั้น เงินลงทุนควรมีแหล่งเงินทุนสำหรับให้กู้ยืม เพื่อทำการผลิตใน

สาขานอกภาคการเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตสินค้าหัตถกรรม เพราะเป็นอาชีพเสริมรองจากอาชีพเกษตรกรรมและเป็นแหล่งที่มาของรายได้ที่สำคัญ ซึ่งปัจจุบันธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรกำลังพิจารณาอยู่ นอกจากนี้ควรมีการปรับปรุงคุณภาพ และพัฒนาการออกแบบลายให้สวยงาม โดยควรมีการพัฒนาเพื่อนำไปประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อจะทำให้ผู้ใช้แรงงานในการผลิตได้รับค่าตอบแทนที่สูงขึ้น ที่สำคัญคือควรนำความรู้ในเรื่องการหัตถกรรมพื้นบ้านของแต่ละพื้นที่ บรรจกลงในหลักสูตรทางการศึกษาด้วย เพื่อใช้เป็นเนื้อหาในการเรียนการสอนในโรงเรียนต่อไป

#### 4.2 แนวทางการพัฒนาทางด้านการตลาดและรายได้

จากการศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมของครัวเรือนชนบท แนวทางในการพัฒนาทางด้านการตลาดและรายได้ก็คือ ควรมีการรวมกลุ่มกันจำหน่าย เพราะจะสามารถร่วมมือกันในการกำหนดราคาและคุณภาพ ตลอดจนจัดทำแคตตาล็อกเผยแพร่สินค้า นอกจากนี้ควรมีการจัดตั้งศูนย์กลางการขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของชุมชนในพื้นที่เป้าหมาย และจัดตั้งคณะกรรมการกลางเป็นตัวแทนการขาย เพื่อจะได้สามารถขยายตลาดได้กว้างขวางมากขึ้น

#### 4.3 บทบาทของรัฐบาลและเอกชนในการพัฒนาทางด้านการผลิต การตลาด และรายได้

โดยแนวทางในการพัฒนาคือควรเป็นไปในรูปแบบของการร่วมมือกันระหว่าง หน่วยงานของรัฐบาล เอกชน และกลุ่มครัวเรือนในชนบท โดยร่วมมือกันทั้งในด้านการผลิตและการจำหน่าย ทั้งนี้เพื่อประสานประโยชน์ซึ่งกันและกันในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านวัตถุดิบ

และด้านเงินทุน ด้านแรงงานและด้านเทคนิค ด้านการตลาดและรายได้ หน่วยงานที่ควรจะร่วมมือกันพัฒนา คือ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการส่งออก กรมพัฒนาชุมชน หอการค้าจังหวัด ตลอดจนพ่อค้าขายปลีกและชายส่ง

### ข้อเสนอแนะ

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

1. การศึกษาครั้งนี้ยังมีจุดอ่อนคือ ไม่สามารถ

ศึกษาสินค้าหัตถกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้ทุกประเภท เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านระยะเวลาและงบประมาณ ซึ่งถ้าได้การศึกษาครอบคลุมสินค้าหัตถกรรมทุกประเภท จะทำให้ได้ข้อสรุปในภาพรวมที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบ การผลิตและการตลาด สินค้าหัตถกรรมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศไทย

3. การตลาดต่างประเทศมีบทบาทและความสำคัญ ต่อการส่งออกสินค้าหัตถกรรมเป็นอย่างยิ่ง และจะยิ่งมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคต ดังนั้นจึงสมควรที่จะได้มีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับสู่ทางการส่งออก เพื่อหาแนวทางพัฒนาการตลาดในต่างประเทศต่อไป

\*\*\*\*\*

### บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวไทย. 2541. อุดรธานี : สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 5.
- ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข. 2538. การผลิต การตลาด และราคาสินค้าเกษตร. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- ณัฐภัทร จันทวิช. 2541. "ผ้าในลุ่มยออุยยา". การแต่งกายในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช. สถาบันราชภัฏเทพสตรี. จังหวัดลพบุรี.
- ลุงเงิน (นามแฝง). 2541. "เร่เข้ามา หมู่บ้านนี้เก็บกกมาสาน เก็บใบลานมาทำหมวก เก็บต้นตาลมาทำเก้าอี้". วารสารเพื่อการท่องเที่ยว และอนุรักษ์ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม. 38, 12 (กรกฎาคม) : 72-73.
- นางชม (นามแฝง). 2541. "พิพิธภัณฑ์หัตถกรรมไทย". วารสารเพื่อการท่องเที่ยว และอนุรักษ์ธรรมชาติศิลปวัฒนธรรม. 39, 3 (ตุลาคม) : 86-87.
- นารี บุญภาค. 2540. การออกแบบลวดลายผ้ามัดหมี่ โดยใช้โปรแกรม Auto CAD. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ประเวศ วะสี. 2540. "การลงทุนทางวัฒนธรรม ทางออกยุคเศรษฐกิจล้มละลาย". วารสารศิลปวัฒนธรรม. (กันยายน) : 48-49.
- ประสงค์ วีระกาญจนพงษ์ และกาญจนา อุดตมะบูรณ. 2539. "การพัฒนาเศรษฐกิจกับการศึกษาของไทย". เศรษฐกิจรายเดือน. (ธันวาคม) : 13-26.
- ผืนผ้า : เส้นสายลายชีวิต. 2541. "อยุธยาป่าใหม่เอเชีย". วารสารศิลปวัฒนธรรม. (มิถุนายน) : 24-26.
- มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 2539. "แผนพัฒนามหาวิทยาลัยขอนแก่น ระยะที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544)". กองแผนงาน. (มิถุนายน) : 65-73.
- ลักขณา ธนาวรรณกิจ. 2540. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าจาก ราชบุรี. กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยนิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ลายอง ปลั่งกลาง. 2541. "การวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจของการผลิตเครื่องจักสาน จังหวัดอ่างทอง". วารสารวิทยาการจัดการปริทรรศน์. สถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. 1,1 (ตุลาคม) : 33-40.
- วัชรินทร์ ศรีรักษา และคณะ. 2538. "เทคนิคการผลิตหมอนชนิดแบบครบวงจร ของหมู่บ้านศรีฐาน อำเภอป่าดัว จังหวัดยโสธร". วารสารศึกษาศาสตร์. 18. 1 (กุมภาพันธ์-พฤษภาคม) : 51-56.
- วิบูลย์ ลี้สุวรรณ. 2540. "เครื่องปั้นดินเผาบ้านเมืองกรุง เชียงใหม่". วารสารเพื่อการท่องเที่ยวและอนุรักษ์ธรรมชาติศิลปวัฒนธรรม. 38, 5 (ธันวาคม) : 80-81.
- วิบูลย์ ลี้สุวรรณ. และคณะ. 2530. ผ้าไทยพัฒนาทางอุตสาหกรรมและสังคม. กรุงเทพมหานคร : บริษัทอัมรินทร์พริ้นติ้งกรุ๊ป.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2531. "การพึ่งตนเองของชนบทไทย : ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม". สังคมศาสตร์. 25, 1 (เมษายน) : 72-99.
- สุรียา สมทศปดี พัฒนา กิติอาษา และนันทิยา พุทธะ. 2537. แม่หญิงต้องตำนูก : พัฒนาการของกระบวนการทอผ้า และการเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้หญิง ในหมู่บ้านอีสานปัจจุบัน. นครราชสีมา : สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- เสรี พัฒนพันธ์ชัย. 2539. ปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมสู่ชนบท. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี : รายงานการสัมมนาการพัฒนาอุตสาหกรรมชนบทพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (30 กันยายน - 2 ตุลาคม) : 55-62.
- โสภิตา ยงยอด และไอลาส ปลดเปลื้อง. 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. ข้อมูลจังหวัดยโสธร. ยโสธร : ฝ่ายข้อมูลและติดตามประเมินผล.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดกาฬสินธุ์. 2539. สรุปผลการดำเนินงานโครงการพัฒนาการตลาดเพื่อสนับสนุนการกระจายการผลิตในระดับจังหวัด. กาฬสินธุ์ : ประสานการพิมพ์.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดกาฬสินธุ์. 2540. การพัฒนาการตลาดเพื่อสนับสนุนการผลิตผ้าไหมแพรวา. กาฬสินธุ์ : ประสานการพิมพ์.

74 การศึกษาเพื่อพัฒนาหลักสูตรในครัวเรือนชนบทสู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดกาฬสินธุ์. 2541. ข้อมูลการตลาดจังหวัดกาฬสินธุ์. กาฬสินธุ์: ประสานการพิมพ์.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครราชสีมา. 2541. ข้อมูลการตลาดจังหวัดนครราชสีมา ประจำปี 2540. นครราชสีมา: โคโรนาไทยรุ่งกิจการพิมพ์.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดยโสธร. 2536. โครงการพัฒนาตลาดสินค้าผลิตภัณฑ์จากผ้าลายขิดและผ้าฝ้ายของจังหวัดยโสธร. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงพาณิชย์.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดยโสธร. 2539. การผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์สินค้าหัตถกรรม. ยโสธร: จีอะการพิมพ์.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดยโสธร. 2541. ข้อมูลการตลาดจังหวัดยโสธร: จีอะการพิมพ์.
- สำนักงานสุขาภิบาลนาซัด. 2542. แบบสำรวจท้องถิ่นที่สมควรยกฐานะเป็นสุขาภิบาล. จังหวัดอุดรธานี: ที่ว่าการอำเภอเมือง. (อัดสำเนา).
- อลิษา บุปผาสังข์. 2539. "เทคนิคการทำตลาด และกลยุทธ์ในการขายตลาด". โครงการพัฒนาตลาดเพื่อสนับสนุนการกระจายการผลิตในระดับจังหวัด. (เอกสารสรุปการสัมมนา โดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดกาฬสินธุ์).
- องค์การบริหารส่วนตำบลนาซำ. 2541. แผนพัฒนาตำบล. อุดรธานี: อำเภอเมือง.
- องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพธิ์. 2541. บรรยายสรุป. นครราชสีมา.
- องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพธิ์. 2541. ข้อมูลพื้นฐานระดับตำบล. นครราชสีมา.
- องค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร. 2541. แผนพัฒนาตำบล. อำเภอป่าดัว: ตำบลโพธิ์ไทร.
- องค์การบริหารส่วนตำบลศรีฐาน. 2541. แผนพัฒนาตำบล. อำเภอป่าดัว: ตำบลศรีฐาน.
- องค์การบริหารส่วนตำบลสามพร้าว. 2541. สรุปข้อมูลองค์การบริหารส่วนตำบลสามพร้าว. อุดรธานี: อำเภอเมือง. อำเภอคำม่วง. 2540. แผนพัฒนาสุขาภิบาลโพน. กาฬสินธุ์: สุขาภิบาลโพน.
- Krongkaew M., Timakorn 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.) : 105-112.