

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

วิทยานิพนธ์ งานวิจัย



วส 88860
2426

การศึกษาการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าของที่ระลึก
ในจังหวัดมหาสารคาม



สุนทรียา ไชยปัญญา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

| |
|--|
| หอสมุดสถาบันราชภัฏมหาสารคาม วันรับ..... วันลงทะเบียน..... 12 พ.ย. 2553 เลขทะเบียน..... ศ. 198740 เลขเรียกหนังสือ..... 338.642 KA5A1 2551 |
|--|

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย จากสถาบันวิจัยและพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2551

ศร กิ่งทอง 2551 -- 2551
ศร กิ่งทอง 2551 -- 2551
ศร กิ่งทอง 2551 -- 2551

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าของที่ระลึก
ในจังหวัดมหาสารคาม” เล่มนี้สำเร็จได้ด้วยทุนอุดหนุนการวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏ
มหาสารคาม ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอระลึกถึงพระคุณของ บิดา มารดา ผู้ให้กำเนิด ครูบาอาจารย์ที่สั่งสอนอบรม พี่สาวและ
น้องสาว รวมทั้งคณะอาจารย์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามทุกท่านที่
เป็นพลัง และให้กำลังใจอย่างดียิ่ง

ขอขอบคุณผู้ประกอบกิจการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคามทุกท่านที่
ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดี



สุนทรียา ไชยปัญญา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ชื่อเรื่อง การศึกษาการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม
ผู้วิจัย นางสาวสุนทรียา ไชยปัญญา
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2551
สาขา/คณะ สาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ
ปีที่ได้รับทุน ปี พ.ศ. 2551

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการ และการดำเนินการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม ศึกษารูปแบบสินค้าของที่ระลึกที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและศึกษาปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการผลิตสินค้าของที่ระลึกที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดมหาสารคาม กลุ่มเป้าหมายในการศึกษา เป็นผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าของที่ระลึกที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดมหาสารคามที่ขึ้นทะเบียนวิสาหกิจชุมชน และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วย แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคามซึ่งจะเป็นการสัมภาษณ์ตัวต่อตัว วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ (%) และเปรียบเทียบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธี Chi-Square โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS for Windows 11.5

ผลการวิจัยพบว่าสินค้าของที่ระลึกที่ทำการผลิตได้แก่ ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว ผ้าพันคอลายฉลุ เสื้อจากผ้าไหมและผ้าฝ้าย ดอกไม้ประดิษฐ์จากดิน สินค้าที่สานจากไม้ไผ่ เป็นต้น ผลิตจากภูมิปัญญาโดยสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ครอบครัวหรือญาติพี่น้อง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตรายย่อยในระดับครัวเรือน โดยเป็นอาชีพเสริม ผลิตในปริมาณน้อย ใช้ต้นทุนน้อยและมักจะขายด้วยตัวเอง มีการพัฒนาความรู้โดยการเข้ารับการอบรมสัมมนาและมีแผนการปรับปรุงหรือขยายกิจการในอนาคต

TITLE A Study of Local Wisdom in Producing Souvenir in Maha Sarakham Province
AUTHOR Miss Suntareeya Chaipanha
Rajabhat Maha Sarakham University 2008

Abstracts

The objectives of this research are to study the Local Wisdom in Souvenir management and production, The feature of Souvenir, also the problems, obstacle and suggestion in Souvenir production in Maha Sarakham Province. The sample target is the producer who is registered with the community enterprise and the community enterprise network which as followed by the Community Enterprise Supporting Acts, B.E. 2548. The questionnaire used in this research is taken by interview each producer. The data is analyzed by frequencies percentage, the percentage evaluation and the relevance between variable is analyzed by Chi-Square Method using SPSS for Windows version 11.5. The result of the research finds that the Souvenirs such as the artificial flowers made from soil or cloth called "Yai Bua", the scarf with antique stripe called "Lai Kid", the shirt made from silk and cotton, and various products made from bamboo are produced and succeeded since producer's antecedents to new generation. Most of the entrepreneurs are the producer in the small and the amount of products is in a few with low budget and they always sell the products by themselves as their unearned income. These producers have developed their knowledges through a training and seminar which held by some government sectors and also plan to improve or expand their business in the future.

สารบัญ

| หัวข้อ | หน้า |
|---|------|
| กิตติกรรมประกาศ..... | ก |
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ข |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | ค |
| สารบัญ..... | ง |
| สารบัญตาราง..... | ฉ |
| สารบัญภาพ..... | ช |
| บทที่ 1 บทนำ..... | 1 |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... | 1 |
| 1.3 ขอบเขตของการวิจัย..... | 2 |
| 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 2 |
| 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ..... | 2 |
| บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 4 |
| 2.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่นและงานศิลปหัตถกรรม..... | 4 |
| 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 35 |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย..... | 40 |
| 3.1 แหล่งข้อมูล..... | 40 |
| 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 40 |
| 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 42 |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล..... | 43 |
| 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย..... | 43 |
| บทที่ 4 ผลการวิจัย..... | 44 |
| 4.1 รูปแบบของผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก..... | 44 |
| 4.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ..... | 53 |
| 4.3 การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการและการดำเนินการผลิตสินค้าของที่ระลึก..... | 54 |
| 4.4 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ..... | 69 |

สารบัญ (ต่อ)

| หัวข้อ | หน้า |
|---|------|
| บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ..... | 70 |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย..... | 70 |
| 5.2 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย..... | 74 |
| บรรณานุกรม..... | 75 |
| ภาคผนวก..... | 76 |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ..... | 77 |
| ภาคผนวก ข หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ..... | 85 |
| ประวัติผู้วิจัย..... | 87 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|----------|--|
| 1 | ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ.....53 |
| 2 | การเรียนรู้ด้านการผลิตจำแนกตามประเภท.....54 |
| 3 | การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์.....55 |
| 4 | ลักษณะของผู้ประกอบการ.....56 |
| 5 | วัตถุดิบและเทคโนโลยีการผลิต.....58 |
| 6 | ตลาดและการจำหน่ายสินค้า.....60 |
| 7 | นโยบายของหน่วยงานของรัฐ.....63 |
| 8 | การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินงานกับการวางแผน การดำเนินงาน.....64 |
| 9 | การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนปีที่ก่อตั้งกิจการกับการผลิตสินค้า ของผู้ประกอบการ.....65 |
| 10 | การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนปีที่ก่อตั้งกิจการกับปริมาณ การผลิตสินค้า.....66 |
| 11 | การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินงานกับวิธีการหาตลาด จำหน่ายสินค้า.....67 |
| 12 | การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินงานกับต้นทุน ในการผลิตสินค้าของที่ระลึก.....68 |
| 13 | ปัญหาในการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม.....69 |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | | หน้า |
|--------|--------------------------------------|------|
| 1 | แสดงดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว..... | 44 |
| 2 | แสดงดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว..... | 45 |
| 3 | แสดงเสื้อสุภาพสตรีจากผ้าไหม..... | 45 |
| 4 | แสดงเสื้อบุรุษจากผ้าไหม..... | 46 |
| 5 | แสดงผ้าฝ้ายทอหลากหลายต่างๆ..... | 46 |
| 6 | แสดงผ้าไหมทอหลากหลายต่างๆ..... | 47 |
| 7 | แสดงผ้าพันคอลายซิดและลายต่างๆ..... | 47 |
| 8 | แสดงดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น..... | 48 |
| 9 | แสดงดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น..... | 48 |
| 10 | แสดงกระเป๋าถือสานจากไม้ไผ่..... | 49 |
| 11 | แสดงกระติบข้าวสานจากไม้ไผ่..... | 49 |
| 12 | แสดงลุ่มจับปลาแบบแขวน..... | 50 |
| 13 | แสดงกุ่มสานจากไม้ไผ่..... | 50 |
| 14 | แสดงกระเป๋าสานจากผักตบชวา..... | 51 |
| 15 | แสดงกระเป๋าสานจากกก..... | 51 |
| 16 | แสดงเสื่อทอจากกก..... | 52 |
| 17 | แสดงหมวกสานจากกก..... | 52 |

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้เห็นความสำคัญของเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง และโดยที่เศรษฐกิจชุมชนในปัจจุบันยังมีอีกจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้าทั้งในระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ สมควรให้มีการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และการพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน อันจะยังผลให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้และพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชน ให้มีความเข้มแข็งพร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคตไม่ว่าในระดับใด

ในปัจจุบันสินค้าจากภูมิปัญญาชาวบ้านหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างมาก สร้างรายได้ให้กับผู้ผลิตและสร้างผู้ประกอบการหน้าใหม่จำนวนมาก จึงน่าที่จะมีการส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและรูปแบบที่ทันสมัย เพื่อการแข่งขันและขยายตลาดการค้าเพิ่มขึ้นจากเดิม รวมทั้งเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมและเทคโนโลยีท้องถิ่นตลอดจนเป็นการอนุรักษ์ไว้ให้คงอยู่สืบไป

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษารูปแบบและการพัฒนาสินค้าที่นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในกระบวนการผลิต รวมถึงศักยภาพในการผลิต การจำหน่าย ปัญหาและอุปสรรคของสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม เพื่อนำข้อค้นพบไปเป็นข้อมูลและแนวทางในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าและสามารถจำหน่ายได้ราคาดีในตลาดต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการและการดำเนินการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม

1.2.2 เพื่อศึกษารูปแบบสินค้าของที่ระลึกที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดมหาสารคาม

1.2.3 เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการผลิตสินค้าของที่ระลึกที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดมหาสารคาม

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 การวิจัยครั้งนี้ จะทำการศึกษาผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าของที่ระลึกที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดมหาสารคาม ที่ขึ้นทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548

1.3.2 ในส่วนของสินค้าของที่ระลึกที่จะทำการศึกษา จะแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1.3.2.1 ศิลปะประดิษฐ์จากผ้า เช่น เสื้อจากผ้าไหมและผ้าฝ้าย ดอกไม้ประดิษฐ์

1.3.2.2 ศิลปะประดิษฐ์จากดิน เช่น ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น

1.3.2.3 ศิลปะประดิษฐ์จากไม้ เช่น กระจิบข้าว กระจับปี่

1.3.2.4 ศิลปะประดิษฐ์จากวัสดุอื่นๆ เช่น กระจับปี่สานจากผักตบชวาหรือกก

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ช่วยให้ทราบถึงกระบวนการจัดการ และการดำเนินการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม

1.4.1 ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปพัฒนารูปแบบสินค้าของที่ระลึกที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดมหาสารคาม

1.4.2 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาการผลิตสินค้าของที่ระลึกที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดมหาสารคาม

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) หมายถึง สิ่งที่เกิดจากการสั่งสมความรู้หรือประสบการณ์ของบุคคลในท้องถิ่น ที่ได้รับการถ่ายทอดสืบต่อกันมาจากบรรพบุรุษหรือถ่ายทอดจากสถาบันต่างๆ ในท้องถิ่น โดยมีวัฒนธรรมเป็นพื้นฐาน ทั้งความรู้ดั้งเดิมและความรู้ใหม่หรือกระทั่งการเรียนรู้หรือผสมผสานจากภูมิปัญญาจากท้องถิ่นอื่น แล้วมาปรับปรุงเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งานของคนในท้องถิ่น

1.5.2 ของที่ระลึก (Souvenir) หมายถึง สิ่งของที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้น เพื่อมอบให้แก่นักท่องเที่ยวที่สำคัญๆ หรือซื้อมาเก็บไว้เพื่อเป็นเครื่องเตือนความจำ อันจะทำให้เกิดความนึกถึงตัวบุคคลสถานที่ หรือเรื่องราวที่ผ่านกาลเวลาไปแล้ว จะต้องเป็นสิ่งของที่มีอายุในการเก็บรักษาระยะหนึ่งนานพอสมควร

1.4.3 ศิลปหัตถกรรม หมายถึง ศิลปวัตถุประเภทศิลปประยุกต์ มีจุดประสงค์และความต้องการในด้านประโยชน์สอย เช่น งานโลหะ งานถักทอ งานเย็บปักถักร้อย

1.5.4 วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการ โดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิตินุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิตินุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาในเรื่อง “การศึกษาการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม” ได้มีการศึกษาและค้นคว้าเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อใช้ในการศึกษาอธิบายและวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการผลิตสินค้าของที่ระลึก สักยภาพของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ดังนั้นในบทนี้จึงแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่นและงานศิลปหัตถกรรม

2.1.1 ความหมายและการเกิดภูมิปัญญาไทย

2.1.2 ศิลปะหัตถกรรม

2.1.3 วิสาหกิจชุมชน

2.1.4 กลยุทธ์ทางการตลาด

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่นและงานศิลปหัตถกรรม

2.1.1 ความหมายและการเกิดภูมิปัญญาไทย

จากการศึกษาความหมายที่ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการต่างๆ ซึ่งครอบคลุมคำว่า ภูมิปัญญา ภูมิปัญญาพื้นบ้าน ภูมิปัญญาชาวบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทย สามารถรวบรวมได้ ดังนี้

2.1.1.1 ภูมิปัญญา

คำว่า ภูมิปัญญา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติได้ให้ความหมายไว้ว่า (2541 : ภาคผนวก) ตรงกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Wisdom ซึ่งหมายถึง ความรู้ ความสามารถ ความเชื่อ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของมนุษย์ ส่วนนักวิชาการศึกษาไทยได้ให้ความหมาย ดังนี้

ปรีชา อุษตระกูล (อ้างอิงมาจาก กุลวิตรา ภักคานนท์. 2541 : ภาคผนวก) กล่าวว่า ภูมิปัญญาเป็นเรื่องที่สั่งสมกันมาตั้งแต่อดีตและเป็นเรื่องของการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติแวดล้อม คนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ โดยผ่านกระบวนการทางจารีตประเพณี วิถีชีวิต การทำมาหากินและพิธีกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดความสุขทั้งในส่วนที่เป็นชุมชน หมู่บ้าน และในส่วนที่เป็นปัจเจกของชาวบ้านเอง หากเกิดปัญหาทางด้านความไม่สมดุลกันขึ้น ก็จะก่อให้เกิดความไม่สงบสุขเกิดปัญหาในหมู่บ้านและชุมชน

ธวัช ปุณโณทก (2531 : 40-42) ให้ความหมายของ ภูมิปัญญา ว่าหมายถึง ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพ การศึกษาเล่าเรียน การที่ชาวบ้านรู้จักวิธีการทำนา การไถนา การเอาควายมาใช้ในการไถนา การรู้จักนวดข้าว โดยการใส่ควาย รู้จักสานกระบุง ตะกร้า เอาไม้ไผ่มาทำเครื่องใช้ไม้สอยในชีวิตประจำวัน รวมทั้งรู้จักเอาดินจี้กระต๊ามาช่างน้ำตมให้เหือดแห้งเป็นเกลือสินเธาว์ ก็เรียกว่าภูมิปัญญาทั้งสิ้น เป็นเรื่องของการจัดความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติแวดล้อม คนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ โดยผ่านกระบวนการทางจารีตประเพณี วิถีชีวิต การทำมาหากินและพิธีกรรมต่างๆ ทุกอย่างเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างสัมพันธ์เหล่านี้

ชลธิรา ถิตย์วัฒน์ (อ้างอิงมาจาก สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2548 : 1-7) กล่าวว่า ภูมิปัญญา เป็นผลึกขององค์ความรู้ที่มีกระบวนการสั่งสมสืบทอดกันมา ยาวนาน มีที่มาหลากหลายใช้เอกภาพ แต่ก็ได้ประสานกันจนเป็นเหลี่ยมมุมที่จรัสแสงคงทนและ ท้าทายตลอดกาลเวลา ความรู้อาจจะไม่ได้เป็นเอกภาพ (Unity) แต่ภูมิปัญญาจัดว่าเป็น เอกลักษณ์ (Identity)

2.1.1.2 ภูมิปัญญาพื้นบ้าน

ยิ่งยง เทาประเสริฐ (2537 : 20) ได้ใช้คำว่า ภูมิปัญญาพื้นบ้าน โดยให้ความหมายว่า เป็นองค์ความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่สั่งสมและสืบทอดกันมาอันเป็นความสามารถและ ศักยภาพในเชิงแก้ปัญหา การปรับตัวเรียนรู้และสืบทอดไปสู่คนรุ่นใหม่ เพื่อการดำรงอยู่รอดของ เผ่าพันธุ์ จึงเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติเผ่าพันธุ์หรือเป็นวิถีของชาวบ้าน

2.1.1.3 ภูมิปัญญาชาวบ้าน

วิจิต นันทสุวรรณ (อ้างอิงมาจาก สำนักคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2541 : ภาคผนวก) กล่าวว่า ภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง แกนหลักของการมองชีวิต การใช้ชีวิตอย่างมี ความสุข ซึ่งมีความหมายทั้งในแง่ของปัจเจกบุคคลและในแง่ของสังคมหมู่บ้าน

เสรี พงศ์พิศ (2536 : 46-55) กล่าวว่า ปัญญาหรือภูมิปัญญาชาวบ้านหรือภูมิปัญญา ท้องถิ่นก็เรียก หมายถึง พื้นเพรากฐานของความรู้ชาวบ้าน

ประเวศ วะสี (2533 : ไม่มีเลขหน้า) กล่าวว่า ภูมิปัญญาชาวบ้านเกิดจากการสะสม การเรียนรู้มาเป็นระยะเวลายาวนาน มีลักษณะเชื่อมโยงกันไปหมดในทุกสาขาวิชาไม่แยกเป็นวิชา แบบที่เราเรียน ฉะนั้นวิชาเกี่ยวกับเศรษฐกิจอาชีพ ความเป็นอยู่เกี่ยวกับการใช้จ่ายกับการศึกษา วัฒนธรรมมันจะผสมผสานกลมกลืนเชื่อมโยงกันไปหมด

สุจารี จันทรสุษ (อ้างอิงมาจาก สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2548 : ภาคผนวก) กล่าวว่า ภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง วิธีการปฏิบัติซึ่งชาวบ้านได้มาจากประสบการณ์ แนวทางแก้ปัญหา แต่ละเรื่องแต่ละประสบการณ์ แต่ละสภาพแวดล้อม ซึ่งจะมีเงื่อนไขปัจจัยเฉพาะ

แตกต่างกันไป

สมเกียรติ พงษ์ไพบูลย์ (อ้างอิงมาจาก สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. 2548 : ภาคผนวก) กล่าวว่า ภูมิปัญญาชาวบ้าน ศัพท์นี้การกำเนิดของมันชัดเจนมีความมุ่งหมายที่จะใช้ วัฒนธรรมของตนเองได้กระแสนการต่อสู้ให้พ้นการครอบงำเป็นอิสระและสร้างสรรค์ หากทำสำเร็จ แล้วมีการสร้างตาข่ายโยงภูมิปัญญาระหว่างกัน ชุมชนหมู่บ้านก็จะมีอำนาจเป็นพลังสำคัญพลังหนึ่ง ที่จะผลักดันให้สังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงสู่ศาสนาสันติสุขในที่สุด

อนุก นาคะบุตร (อ้างอิงมาจาก สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. 2548 : ภาคผนวก) กล่าวว่า ภูมิปัญญานี้มันเกิดมาจากการสะสมเรียนรู้มาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน มันเชื่อมโยง กันไปหมด ไม่แยกจากกันเป็นวิชาอย่างที่เรารเรียน ภูมิปัญญาชาวบ้านต่างจากองค์ความรู้ตรงที่เรา มีหนังสือทฤษฎี ความรู้มากมายอ้างอิงได้ ภูมิปัญญาชาวบ้าน ขึ้นตอน 3 อย่างคือ ปรัชญา ปฏิบัติ และกฎเกณฑ์

รัชช ปุณโณทก (2531 : 40-42) กล่าวว่า ภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง ความรอบรู้ ของชาวบ้านที่เรียนรู้และมีประสบการณ์สืบต่อกันมาทั้งทางตรง คือ ประสบการณ์ด้วยตนเองหรือ ทางอ้อม ซึ่งเรียนรู้จากผู้ใหญ่หรือความรู้ที่สะสมสืบต่อกันมา

สามารถ จันทร์สุรีย์ (2533 : 55) กล่าวว่า ภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านคิดได้เอง ที่นำมาในการแก้ไขปัญหา เป็นสติปัญญา เป็นองค์ความรู้ทั้งหมด ของชาวบ้าน ทั้งกว้างทั้งลึกที่ชาวบ้านสามารถคิดเองทำเอง โดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่แก้ปัญหาการ ดำเนินชีวิตได้ในท้องถิ่นอย่างสมสมัย

ชลทิศย์ เอี่ยมสำอาง และวิศนี สีลาตระกูล กล่าวว่า ภูมิปัญญาชาวบ้านนั้น หมายถึง ความรู้ประสบการณ์ของประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งได้รับการศึกษาอบรม สั่งสม และ ถ่ายทอดจากบรรพบุรุษหรือเป็นความรู้ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ตรงของตนเองซึ่ง ได้เรียนรู้จากการทำงานจากธรรมชาติแวดล้อมสิ่งเหล่านั้นเป็นสิ่งที่มีความค่าเสริมสร้างความสามารถ ทำให้คนมีชีวิตร่วมกันอย่างสันติสุขเป็นความรู้ที่สร้างสรรค์ และมีส่วนเสริมสร้างการผลิต

อังกุล สมคะเนย์ (2535 : 45-55) กล่าวว่า ภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง มวลความรู้ และมวลประสบการณ์ของชาวบ้านที่ใช้ในการดำเนินชีวิตให้เป็นสุข โดยได้รับการถ่ายทอดสั่งสม กันมาโดยผ่านกระบวนการพัฒนาให้สอดคล้องกับกาลสมัย

2.1.1.4 ภูมิปัญญาท้องถิ่น

กองวิจัยทางการศึกษา กรมวิชาการ กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน (Popular Wisdom) เป็นองค์ความรู้ความสามารถของชาวบ้านที่สั่งสมสืบ

ทอดกันมาอันเป็นศักยภาพหรือความสามารถที่จะใช้แก้ปัญหา ปรับตัว เรียนรู้ และมีการสืบทอดไปสู่คนรุ่นใหม่ หรือคือแก่นของชุมชนที่จรรโลงชุมชนให้อยู่รอดจนถึงปัจจุบัน

ศูนย์พัฒนาหลักสูตร กรมวิชาการ (มปป. : ไม่มีเลขหน้า) กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน (Popular Wisdom) คือ ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ในชีวิตของคนเราผ่านกระบวนการศึกษา สังเกต คิดวิเคราะห์จนเกิดปัญหา และตกผลึกมาเป็นองค์ความรู้ที่ประกอบกันขึ้นมาจากความรู้อะไรหลายๆ เรื่อง ความรู้ดังกล่าวไม่ได้แยกย่อยออกมาให้เห็นเป็นศาสตร์เฉพาะสาขาวิชาต่างๆ อาจกล่าวได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความรู้ที่มีอยู่ทั่วไปในสังคม ชุมชน และในตัวของผู้รู้เอง หากมีการค้นหาเพื่อศึกษาและนำมาใช้ก็จะเป็นที่รู้จักกันเกิดการยอมรับ ถ่ายทอดและพัฒนาไปสู่คนรุ่นใหม่ตามยุคตามสมัยได้

รัตนะ บัวสนธิ (2535 : 98) กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง กระบวนการทัศน์ของบุคคลที่มีต่อตนเอง ต่อโลกและสิ่งแวดล้อม ซึ่งกระบวนการทัศน์ดังกล่าวจะมีรากฐานจากคำสอนทางศาสนา คติ จารีตประเพณีที่ได้รับการถ่ายทอดสั่งสอนและปฏิบัติสืบเนื่องกันมาปรับปรุงเข้ากับบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงแต่ละสมัย ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายเพื่อความสงบสุขของส่วนที่เป็นชุมชนและปัจเจกบุคคล ซึ่งกระบวนการทัศน์ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นจำแนกได้ 3 ลักษณะ คือ

ลักษณะที่ 1 ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการจัดความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติแวดล้อม

ลักษณะที่ 2 ภูมิปัญญาเกี่ยวกับระบบสังคมหรือการจัดความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์

ลักษณะที่ 3 ภูมิปัญญาเกี่ยวกับระบบการผลิตหรือการประกอบอาชีพที่มีลักษณะมุ่งเน้นระบบการผลิตเพื่อพึ่งพาตนเอง

2.1.1.5 ภูมิปัญญาไทย

กุลวิตรา กังคานนท์ กล่าวว่า ภูมิปัญญาไทยนั้นด้านหนึ่งนอกจากจะเป็นเรื่องของพื้นภูมิธรรมแล้ว ยังหมายถึงศักยภาพในการประสานความรู้ใหม่มาใช้ประโยชน์ด้วย ซึ่งเอื้อให้เกิดทางเลือกใหม่ที่มีลักษณะสากลและลักษณะเฉพาะของเราเอง

เสน่ห์ จามริก สรุปว่า ภูมิปัญญาไทย ด้านหนึ่งนอกจากจะเป็นเรื่องราวของพื้นภูมิธรรมเดิม ยังหมายถึงศักยภาพในการประสานความรู้ใหม่ๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ด้วย ซึ่งเอื้อให้เกิดทางเลือกใหม่ที่มีลักษณะสากลและลักษณะเฉพาะของเราเอง

ในความหมายที่ใกล้เคียงกันนี้ เสรี พงศ์พิศ (2536 : 32) ได้ให้ความหมายของภูมิปัญญาไทยไว้ว่า ภูมิปัญญาไทย หมายถึง องค์ความรู้ในด้านต่างๆ ของการดำรงชีวิตของคนไทยที่เกิดจากการสะสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ประกอบกับแนวความคิดวิเคราะห์ใน

การแก้ไขปัญหาต่างๆ ของตนเอง จนเกิดหลอมรวมเป็นแนวความคิดในการแก้ไขปัญหาที่เป็นลักษณะของตนเองที่สามารถพัฒนาความรู้ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับ กาลสมัยในการแก้ปัญหของการดำรงชีวิต

เอกวิทย์ ณ ถลาง (2540 : 10-15) ได้อธิบาย ภูมิปัญญาไทย ว่าเป็นผลของประสบการณ์สั่งสมของคนที่เรียนรู้จากปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มชนเดียวกัน และระหว่างกลุ่มชุมชนหลาย ๆ ชาติพันธุ์ รวมไปถึงโลกทัศน์ที่มีต่อสิ่งเหนือธรรมชาติ ภูมิปัญญาเหล่านี้เคยเอื้ออำนวยให้คนไทยแก้ปัญหาได้ดำรงอยู่ และสร้างสรรค์อารยธรรมของเราเองได้อย่างมีคุณภาพกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในระดับพื้นฐานหรือระดับชาวบ้าน ภูมิปัญญาในพื้นที่นี้มิได้เกิดขึ้นเป็นเอกเทศแต่มีส่วนแลกเปลี่ยนเลือกเฟ้น และปรับให้ภูมิปัญญาจากอารยธรรมอื่นตลอดมา

แนวความคิดของสารคดี “ภูมิปัญญาไทย” จึงเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมโดยการศึกษาความหมายอย่างลึกซึ้งให้เข้าใจถึงมูลเหตุแห่งการสร้างสรรค์อันอย่างชาญฉลาด แสดงถึงความมีภูมิปัญญาของคนไทยในยุคสมัยหนึ่ง ที่สามารถคิดค้นสิ่งที่เป็นระเบียบแบบแผนและมีรูปแบบที่ยอมรับกันภายในสังคม เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันในสังคมนั้นๆ ทั้งยังมีคุณค่างดงามในรูปแบบของงานศิลปะ ผลงานจากภูมิปัญญาของคนไทยโบราณจะปรากฏคุณค่าเด่นชัดและน่าทึ่งหาหนเมื่อเราได้ประจักษ์ถึงความสัมพันธ์สอดคล้องระหว่างศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีกับสภาพความเป็นอยู่และวิถีของผู้คนในสังคมแต่ละยุคสมัย

2.1.1.6 การเกิดภูมิปัญญาไทย

ภูมิปัญญามีกระบวนการที่เกิดจากการสืบทอดถ่ายทอดองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมในชุมชนท้องถิ่นต่างๆ แล้วพัฒนาเลือกสรรปรับปรุงองค์ความรู้เหล่านั้นจนเกิดทักษะและความชำนาญที่สามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาชีวิตได้อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย แล้วเกิดภูมิปัญญา (องค์ความรู้ใหม่) ที่เหมาะสมและสืบทอดพัฒนาต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการของภูมิปัญญาไทย มีดังนี้

- 1) ความรู้เดิมในเรื่องนั้น ๆ ผสมผสานกับความรู้ใหม่ที่ได้รับ
- 2) การสั่งสมการสืบทอดของความรู้ในเรื่องนั้น
- 3) ประสบการณ์เดิมที่สามารถเทียบเคียงกับเหตุการณ์ ประสบการณ์ใหม่
- 4) สถานการณ์ที่ไม่มั่นคง หรือมีปัญหาที่ยังหาทางออกไม่ได้
- 5) รากฐานทางพระพุทธศาสนา วัฒนธรรมและความเชื่อ

ลักษณะของภูมิปัญญาไทย มีดังนี้

1) ภูมิปัญญาไทย เป็นเรื่องของการใช้ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) ความเชื่อ (Belief) และพฤติกรรม (Behavior)

2) ภูมิปัญญาไทยแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติแวดล้อม และคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ

3) ภูมิปัญญาไทยเป็นองค์รวมหรือกิจกรรมทุกอย่างในวิถีชีวิต

4) ภูมิปัญญาไทยเป็นเรื่องของการแก้ปัญหา การจัดการ การปรับตัว การเรียนรู้ เพื่อความอยู่รอดของบุคคล ชุมชนและสังคม

5) ภูมิปัญญาไทยเป็นแกนหลัก หรือกระบวนการพัฒนาในการมองชีวิต เป็นพื้นความรู้ในเรื่องต่าง ๆ

6) ภูมิปัญญาไทยมีลักษณะเฉพาะหรือมีเอกลักษณ์ในตัวเอง

7) ภูมิปัญญาไทยมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อการปรับสมดุลในพัฒนาการทาง

สังคม

2.1.1.7 ความสัมพันธ์ของภูมิปัญญาไทย

จากความหมายและขอบข่าย ตลอดจนทั้งลักษณะของภูมิปัญญาไทยตามที่ได้ศึกษามาแล้วข้างต้น ภูมิปัญญาไทยสามารถสะท้อนออกมาใน 3 ลักษณะที่สัมพันธ์ใกล้ชิดกัน (สามารถจันทร์สุรย์; อ้างอิงมาจาก สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาชาติ. 2541 : ภาคผนวก) คือ

1) ความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับระหว่างคนกับโลกสิ่งแวดล้อม สัตว์ พืช ธรรมชาติ

2) ความสัมพันธ์ของคนกับคนอื่น ๆ ที่ร่วมกันในสังคมหรือในชุมชน ดังนั้น ภูมิปัญญาชาวบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคนิควิทยาพื้นบ้าน หรือเทคโนโลยีพื้นบ้านนั้นอาจสรุปความหมายถึงกระบวนการของการนำความรู้ที่สืบทอดจากบรรพบุรุษมาปรับประยุกต์ใช้ในแต่ละท้องถิ่นหรือชุมชน โดยสามารถเชื่อมโยงความรู้หรือถ่ายทอดความรู้นั้น ข้ามท้องถิ่นหรือข้ามชาติก็ได้ นักสังคมวิทยารุ่นใหม่มักจะเรียกกระบวนการถ่ายทอดความรู้สู่กันและกันว่าเป็นการสร้างสรรค์หรือการเรียนรู้ร่วมกันของคนและชุมชน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกระบวนการเรียนรู้ในลักษณะที่ไม่เป็นทางการ แต่จะถ่ายทอดความรู้ในลักษณะการเรียนรู้โดยการศึกษาค้นคว้าร่วมกัน และจากการนำมาปรับประยุกต์ให้เหมาะสมกับสภาพของแต่ละท้องถิ่น เนื่องจากการจัดการวิถีชีวิตให้อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข กิจกรรมของภูมิปัญญาแต่ละสาขาจึงมีความเอื้อต่อกันในการดำรงชีวิตในสังคมหรือการเรียนรู้ในลักษณะที่เป็นทางการ เช่น การติดต่อผ่านองค์กรทั้งในและนอกชุมชน หรืออาจเป็นลักษณะภายในประเทศหรือต่างทวีปกันก็ได้ โดยเฉพาะการเชื่อมโยงความคิดอย่างไร

พรมแดน เช่น ในยุคปัจจุบันที่เรียกว่า “ยุคโลกาภิวัตน์” ซึ่งองค์ความรู้เหล่านี้จะมีผลต่อการดำรงชีวิต การเปลี่ยนแปลงสังคมและคุณภาพชีวิตของคนได้ พบว่า เครือข่ายการเรียนรู้สามารถทำลายล้างหรือรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ ถ้าบุคคลหรือชุมชนนั้นไม่พยายามอนุรักษ์ความรู้ดั้งเดิม และเลือกรับวิทยาการความรู้ ทักษะ และความชำนาญใหม่ๆ โดยนำมาปรับใช้ในสังคมได้อย่างเหมาะสมหรือชาญฉลาด

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ ได้กล่าวว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาไทยหรือบางครั้งจะเรียกว่า เป็นความรู้พื้นบ้าน (Folk Wisdom) ถือเป็นความคิดทางสังคมที่สำคัญอีกประการหนึ่ง กรณีสังคมดูได้จากเรื่องการทำมาหากิน เรื่องสุขภาพอนามัยและสาธารณสุข ได้แก่ ยาสมุนไพร น้ำมันตัง วิถีรักษาโรคด้วยการบีบนวด เป่ากระหม่อม ฟันน้ำมนต์ ความรู้หลากหลายเกี่ยวกับสภาพภูมิศาสตร์ ฤดูกาล ดิน น้ำ อากาศ การเสาะแสวงหาตมน้ำหรือความรู้เกี่ยวกับความหมายหลากหลายทางสายพันธุศาสตร์ พันธุ์ไม้ พันธุ์สัตว์ หิน ดิน ตลอดจนงานช่าง การเป็นผู้นำ การทำศึกสงคราม การต่อสู้ การกีฬาและการละเล่นต่างๆ เป็นต้น

2.1.1.8 การถ่ายทอดความรู้ของภูมิปัญญาท้องถิ่น

การถ่ายทอดความรู้คือ การบอกวิชาความรู้ให้ผู้เรียนเข้าใจและนำไปปฏิบัติได้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมักจะถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้เรียน หรือกลุ่มเป้าหมายไปโดยอัตโนมัติ ไม่ได้เรียนวิชาการสอนจากสถาบันใดๆ แต่ใช้สามัญสำนึกแบบสังคมปะกิต คือ การเรียนการสอนที่เกิดขึ้นจากการจำลองแบบและจดจำสืบทอดกันมาในครอบครัว และใช้การถ่ายทอดโดย

วิธีสาธิต คือทำให้ดูเป็นตัวอย่าง อธิบายทุกขั้นตอนให้ผู้เรียนทำให้เข้าใจแล้วให้ผู้เรียนปฏิบัติตาม

ใช้วิธีปฏิบัติจริง คือฟังคำบรรยาย อธิบาย สาธิตแล้วนำไปปฏิบัติจริงและปฏิบัติซ้ำๆ จนเกิดความชำนาญ เพราะผลงานที่ใช้ดำรงชีวิตได้ต้องเป็นผลงานที่เกิดขึ้นจริงนำไปใช้ประโยชน์ได้ไม่ใช่ผลงานที่กล่าวอ้างไว้ในตำราเท่านั้น กลุ่มเป้าหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่นผู้เรียนหรือกลุ่มเป้าหมายที่รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากผู้รู้ในท้องถิ่น ส่วนมากจะเป็นคนในครอบครัว เป็นญาติโดยสายเลือด เนื่องจากความรู้บางอย่าง ผู้รู้ทั้งหลายมักหวงแหนมาก จะไม่แพร่พรายให้คนอื่นรู้ ที่เป็นอย่างนี้เพราะสาเหตุหลายประการคือกลัวการแก่งแย่งการทำมาหากินโดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้ที่จะต้องทำผลผลิตเพื่อค้าขาย กลัวเรื่องชื่อเสียง เกียรติภูมิ และกลัวคนอื่นขโมยภูมิปัญญา ถ้าถ่ายทอดความรู้ให้กับคนอื่นแล้วเขาทำดีกว่า เจ้าตำรับก็จะมีชื่อเสียง มีความเชื่อและสั่งจะจากเจ้าปู่ ย่า ตา ทวด ที่ต้องการปกป้องเคล็ดลับหรือกลวิธีการผลิต สื่อและเทคโนโลยียังไม่พัฒนาเท่าที่ควร

ปัจจุบันนี้กลุ่มเป้าหมายของการถ่ายทอดความรู้ของภูมิปัญญาท้องถิ่นขยายไปสู่
สาธารณชนทั่วไปบ้างแล้ว อาจเนื่องจากสาเหตุต่างๆ ต่อไปนี้

- 1) ได้รับการกระตุ้นและการสร้างความตระหนักจากหน่วยงานที่มีส่วน
เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน เช่น หน่วยงานพัฒนาชุมชน ชมรมการศึกษา
นอกโรงเรียน สำนักงานเกษตร ฯลฯ
- 2) การถ่ายทอดความรู้ได้รับค่าตอบแทน ภูมิปัญญาท้องถิ่นบางคนจะตั้ง
ราคาวิชาไว้มากน้อยขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดสำหรับวิชา อาชีพนั้น
- 3) สื่อต่างๆ ในปัจจุบันมีมากมายหลายประเภท ภูมิปัญญาสามารถ
ถ่ายทอดความรู้โดยใช้สื่อต่างๆ ได้อย่างสะดวก หน่วยงานต่างๆ ที่ให้การสนับสนุนภูมิปัญญา
สามารถถ่ายทอด สืบทอดความรู้ได้อย่างกว้างขวาง
- 4) ความจำเป็นในการผลิต ทำให้ภูมิปัญญาต้องถ่ายทอดความรู้สู่บุคคล
อื่นๆ นอกเหนือจากคนในครอบครัวหรือผู้สืบสายเลือด เพื่อต้องการเพิ่มผลผลิตสู่ตลาด
ชุดวิชาการศึกษานอก ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
(2548 : 16-18) เรื่องเครื่องประดับด้านเครื่องปั้นดินเผา กล่าวว่าคนไทยในสมัยโบราณมีการถ่ายทอดศิลปะ
วิทยาต่างๆ อย่างมีหลักการผู้ทำหน้าที่ถ่ายทอดคือ “ครู” หรือ “อาจารย์” มีสถานที่สำหรับถ่ายทอด
คือ “สำนัก” เช่น “สำนัก” การถ่ายทอดไม่ใช่ตำราแต่จะใช้วิธีเอาอย่างปฏิบัติตามครูอาจารย์ที่
ประพฤติปฏิบัติอยู่ ผ่านไม่ผ่านครูผู้ฝึกเท่านั้นรู้ดี ศิษย์หรือผู้ไปขอรับการถ่ายทอดจะรับการ
ถ่ายทอดด้วยความเคารพ ปฏิบัติด้วยความเคารพอย่างยิ่ง เรียนด้วยความเคารพ ปฏิบัติด้วยความ
เคารพ อดทนจะลงมือทำอะไรที่อาจารย์เคยสั่งสอนมาต้องแสดงความเคารพ ซึ่งจะสังเกตเห็นใน
ปัจจุบัน คือ “ไหว้ครู” “ยกครู” “กายอ้อ” เป็นต้น ศิลปวัฒนธรรมบางอย่างก็ถ่ายทอดโดย
ครอบครัว สังคม เช่น การวางตัวของผู้หญิงไทยในอดีต มักจะขึ้นอยู่กับครอบครัวและสังคมที่เป็น
สมาชิก เรามักจะเคยได้ยินเสมอๆ ว่า “ชาววัง” บ้าง “พวกผู้ดี” บ้าง ซึ่งล้วนเป็นสถาบันถ่ายทอด
วัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี

2.1.2 ศิลปหัตถกรรม

2.1.2.1 ความหมายของศิลปหัตถกรรม

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2538 (2538 : 659) ได้ให้ความหมายว่า
ศิลปหัตถกรรม หมายถึง ศิลปวัตถุที่เป็นผลงานประเภทศิลปะประยุกต์ มีจุดประสงค์และความ
ต้องการในด้านประโยชน์ใช้สอย เช่น งานโลหะ งานถักทอ งานเย็บปักถักร้อย

สำนักส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมนันทนาการ สำนักงานพัฒนากีฬาและ
นันทนาการ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547 : 1) ได้ให้ความหมายของ ศิลปะหัตถกรรม ว่า

เป็นคำที่ใช้เทียบคำ Arts and Craft ซึ่งหมายถึง ความสามารถในการประดิษฐ์สิ่งของต่างๆ ลักษณะสำคัญของศิลปหัตถกรรมด้านต่างๆ ดังนี้

- 1) งานประดิษฐ์
- 2) งานทักษะ
- 3) การประกอบอาหาร
- 4) การวาดเขียน
- 5) จิตกรรม
- 6) ประติมากรรม
- 7) หัตถศิลป์

2.1.2.2 ความหมายของของที่ระลึก

จากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2538 ได้ให้ความหมายว่าของกำนัลของของที่ระลึก หมายถึง ของที่ให้แก่กันเพื่อให้ระลึกนึกถึงกันเมื่อยามที่ต้องจากไป

ของที่ระลึก คือ วัตถุ สิ่งของ ที่เป็นสัญลักษณ์ใช้แทนบุคคล เรื่องราว เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อเตือนความทรงจำให้ระลึกนึกถึงสิ่งที่เกิดขึ้นหรือเคยพบเจอในเวลาที่ผ่านไป หรือการที่ได้มีโอกาสแวะเวียน ไปสัมผัส แล้วอยากเก็บไว้ในความทรงจำ ในรูปแบบของสิ่งของชนิดต่างๆ

Modern English – Thai Dictionary ฉบับ ทวพ. ได้ให้ความหมายไว้ว่า ของที่ระลึก (Souvenir) หมายถึงสิ่งที่ให้ (เก็บ) ไว้เป็นเครื่องเตือนความจำในอดีตหรือเป็นเครื่อง (ที่) ระลึก

สมรักษ์ ชัยสิงห์กานนท์ (2542 : 306-310) ได้ให้ขอบเขตความหมายไว้ใน “ของที่ระลึก: มุมมองทางมานุษยวิทยา” ว่า ของที่ระลึก หมายถึง สิ่งของที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้นอันจะทำให้เกิดความนึกถึง ระลึกถึงตัวบุคคล, สถานที่หรือเรื่องราวที่ผ่านกาลเวลาไปแล้วอีกทั้งสิ่งของนี้จะต้องมีสัญลักษณ์หรือสัญลักษณ์บ่งชี้ว่าถึงที่มาบุคลิกภาพ (Personality) ของบุคคลสร้างและลักษณะ (Character) ของสังคมที่ครอบงำบุคคลนั้นๆ อยู่ ซึ่งมักมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันไป และปรากฏออกมาในรูปแบบของสิ่งของ

ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบของ “ของที่ระลึก” ได้แก่

- 1) วัสดุที่ใช้ทำ
- 2) เทคนิค
- 3) ความคิด ความเชื่อ ค่านิยมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

เกณฑ์จำแนก “ของที่ระลึก” ออกจากสิ่งของอื่น ได้มีดังต่อไปนี้

ของที่ระลึก จะต้องเป็นสิ่งของที่มีอายุในการเก็บรักษาระยะหนึ่งนานพอสมควร อาจเป็น 3 ปี หรือ 100 ปีก็ได้ เพราะฉะนั้นอาหาร ยาที่เน่า และ เสื่อมสลายเร็วก็จะไม่จัดเป็นของที่ระลึก นอกจากนี้จะต้องดูจุดประสงค์ของการสร้าง คือ สร้างเพื่อเป็นเครื่องเตือนใจถึงตัวบุคคลคือ ผู้ให้โดยไม่วางใจที่จะได้รับสิ่งของตอบแทนเลยหรือบุคคลที่ผู้สร้างให้ความสำคัญ เช่น การสร้าง พระพุทธรูปเพื่อเป็นการระลึกถึงพระคุณเจ้า การสร้างหรือสลักรูปเพื่อเป็นที่ระลึกของบุคคล สำคัญๆ เป็นต้น นอกจากนี้แล้วยังมีการให้เพื่อเตือนใจให้ระลึกสถานที่ และประการสุดท้ายเพื่อเตือนใจให้ระลึกถึงโอกาสต่างๆ สิ่งของที่ทำขึ้นเพื่อให้ด้วยจุดมุ่งหมายดังกล่าว เรียกว่า ของที่ระลึก ฉะนั้นของที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการอุปโภคบริโภคจึงไม่จัดเป็นของที่ระลึก และอีกเกณฑ์หนึ่งก็คือ ความรู้สึกหรือเจตนาของผู้รับ ผู้ซื้อ เมื่อเราได้รับของขวัญ รางวัล หรือของฝากที่มีคุณค่าทางจิตใจมีคุณค่าทางสัญลักษณ์ของบุคคลหรือสถานที่ เราจะเก็บไว้เป็นที่ระลึก แม้กระทั่งของที่สวยงาม (Commodity Aesthetics) ที่เราซื้อมาเก็บไว้เพื่อระลึกถึงเหตุการณ์ สถานที่ ยุคสมัย ความนิยมที่ผ่านพ้นไปแล้ว ทั้งนี้เพราะคุณลักษณะพิเศษของ “ของที่ระลึก” คือ การก่อให้เกิดพันธะแก่ผู้ที่ได้ครอบครองให้เก็บรักษาสิ่งนั้นไว้ (Obligation to Keep) นั้นเอง

ประเพณีของไทยแต่เดิมนั้นมักประดิษฐ์ของที่ระลึกเพื่อมอบให้แก่กันโอกาสสำคัญๆ ของชีวิต ทำขึ้นด้วยฝีมือของตนเอง เพื่อมอบให้ระลึกถึงกันด้วยจิตใจในโอกาสพิเศษ แต่เมื่อสภาพสังคมเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไป เทคโนโลยีการผลิตก้าวหน้าขึ้น มนุษย์สามารถผลิตสิ่งของได้ครั้งละจำนวนมาก เกิดระบบอุตสาหกรรม ชีวิตของปัจเจกชนถูกดึงให้เข้าร่วมสังคมในวงกว้างขึ้นถึงขั้นในหลากหลายรูปแบบ ทั้งในด้านการศึกษา การทำงาน การสังสรรค์สมาคมการบันเทิง การสื่อสารคมนาคมที่ทันสมัย ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตโลกทัศน์ บทบาทสถานะของบุคคลในชุมชนทั้งสิ้น ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมเศรษฐกิจดังกล่าว ทำให้เกิด “สินค้าของที่ระลึก” ขึ้นเนื่องจากในปัจจุบันคนไม่มีเวลาที่จะทำของที่ระลึกด้วยตนเองเพราะความรีบเร่งในชีวิตประจำวัน ประกอบกับคนให้ความสำคัญกับของที่ระลึกน้อยลงและมีวาระโอกาสต่างๆ เพิ่มมากขึ้น คนจึงซื้ออะไรก็ได้ที่เป็นของที่ระลึก ฉะนั้นคุณค่าจึงอาจอยู่ที่การเลือกสรรเลือกซื้ออย่างพิถีพิถันเพื่อไปให้ผู้อื่นเป็นที่ระลึก ดังนั้นในปัจจุบันจะพบได้ว่าการผลิตของที่ระลึกเป็นจำนวนมาก เพื่อจำหน่ายในวาระต่างๆ ที่มากขึ้น

สรุปเกณฑ์ในการจัดว่าสิ่งใดเป็น “ของที่ระลึก” ได้แก่

- 1) จุดประสงค์ของการสร้างหรือประดิษฐ์สิ่งนั้น เพื่อระลึกถึงบุคคล สถานที่

โอกาส

- 2) จุดมุ่งหมายของผู้นำไปให้ หรือแลกเปลี่ยนไว้เป็นของที่ระลึก
- 3) ความรู้สึกและเจตนาของผู้รับ หรือผู้ซื้อ

4) รูปลักษณะของสิ่งนั้น คือ ต้องมีความคงทนเก็บรักษาได้ในระยะเวลาหนึ่ง มีสัญลักษณ์สื่อถึงที่มา บุคลิก ค่านิยม โอกาส ฯลฯ อันจะก่อให้เกิดพันธะในการเก็บรักษา

2.1.2.3 สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (สินค้า OTOP) ส่วนใหญ่นั้นเป็นงานที่สร้างสรรค์มาจากการศิลปหัตถกรรมไทย เป็นคุณค่าแห่งภูมิปัญญาไทย ซึ่งเป็นการนำแนวคิดมาพัฒนาวัตถุดิบในท้องถิ่นของตน ทำการสร้างสรรค์เป็นผลงานอันล้ำค่าจากผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนสู่งานฝีมือระดับสากลได้อย่างภาคภูมิใจ เรื่องราวของผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย อันได้แก่ เครื่องจักสานไทย เครื่องปั้นดินเผา อัญมณีและเครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว ผลิตภัณฑ์ผ้าไทย ผลิตภัณฑ์เครื่องโลหะ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไม้ ผลิตภัณฑ์จากเส้นใยพืช ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังไทย ดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ไทย และเครื่องรัก เครื่องเงิน ซึ่งเป็นงานฝีมือจากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยที่มีเรื่องถูกกล่าวขานมายาวนานว่ามีความสวยงามและทรงคุณค่าดังปรากฏให้เห็นในปัจจุบัน ดังนี้ (กระทรวงพาณิชย์, 2549 : 1 - 34)

2.1.2.4 เครื่องจักสานไทย

จัดเป็นงานหัตถกรรมที่เก่าแก่ที่สุดของโลกประเภทหนึ่ง ถือเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ที่สัมพันธ์ใกล้ชิดและผูกพันกับมนุษย์มาหลายพันปี สำหรับการทำให้เครื่องจักสานในประเทศไทย เชื่อว่ามีการทำสืบทอดกันมาช้านาน ตั้งแต่ก่อนประวัติศาสตร์ แต่ไม่ได้มีการกล่าวถึงเอกสารประวัติศาสตร์ สมัยสุโขทัยราวพุทธศตวรรษที่ 18-20 มีบันทึกถึงเครื่องจักสานชนิดหนึ่ง คือ กระจูหรือกระออม เป็นเครื่องจักสานขนาดใหญ่ด้วยชั้นหรือน้ำมันยางไม้ใช้ใส่น้ำแทนโองหรือตุ้มดินเผาสามารถขนย้ายสะดวกและมีน้ำหนักเบากว่าดิน กระจูหรือกระออมเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับคามนิยมอย่างมากในสมัยนั้น ที่สำคัญสมัยโบราณยังมีการทำเสื่อเกราะและโล่สานจากหวาย ให้นักรบไทยใช้เพื่อปกกันอาวุธของมีคม เพราะวัสดุจากหวายมีความยืดหยุ่น คงทนและแข็งแรง

การทำผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน โดยทั่วไปหมายถึง สิ่งที่ผลิตขึ้นด้วยมือ ใช้วิธีจักสาน ถักและทอเป็นหลัก การจัก คือ การทำวัสดุให้เป็นเส้น เป็นริ้ว วัสดุที่นำมาใช้มักเป็นไม้ไผ่และหวาย เรียกว่า ดอก ส่วนการสานนับเป็นขั้นตอนสำคัญของการทำเครื่องจักสาน เพราะเป็นกระบวนการทางความคิดและฝีมือของมนุษย์ในการสร้างรูปทรงต่างๆ ขึ้นตามประโยชน์ใช้สอยซึ่งได้รับการพัฒนาเป็นรูปแบบต่างๆ เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

รูปร่างของเครื่องจักสานที่ทำมาจากวัตถุดิบธรรมชาติยุคแรกเป็นการสร้างรูปทรงง่ายๆ ในลักษณะการจักเป็นแผงหรือเป็นแผ่นเรียบ ๆ สำหรับปูลาดหรือใช้เป็นผ้าบ้านเพื่ออยู่อาศัย ก่อนที่พัฒนาให้มีรูปทรงและลวดลายสลับซับซ้อนขึ้น

อยุธยา สยามประเทศได้รับการขนานนามให้เป็น “ยุคทองของเครื่องปั้นดินเผาที่มีคุณภาพ” มีหลักฐานพบว่าไทยเป็นหนึ่งในประเทศผู้ส่งออกเครื่องปั้นดินเผาที่สำคัญของยุคนี้ด้วย

“ดิน”

วัตถุดิบสำคัญของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา แบ่งเป็น 2 ชนิด คือ ดินดำและดินขาว ทั้งนี้ดินดำ (Ball Clay) เป็นดินเหนียวสีดำ พบตามท้องไร่ท้องนาและแหล่งน้ำต่างๆ ทุกภาคของประเทศไทย ชาวชนบทมักนำดินดำมาทำเครื่องปั้นดินเผาไว้ใช้สอยในท้องถิ่น ส่วนดินขาว (White Clay) เป็นดินที่เกิดจากการผุพังหลายตัวของแร่ธาตุและหินชนิดต่างๆ ดินขาวจึงเป็นดินคุณภาพดี สามารถนำมาขึ้นเป็นรูปทรงได้โดยไม่ต้องผสมกับวัสดุอื่น เมื่อเผาถึงจุดสูงสุดตัวเนื้อดินจะแกร่งและเป็นสีขาว โดยแหล่งดินขาวที่สำคัญอยู่ในเขตภาคเหนือ เช่น จ.ลำปาง และภาคใต้บางพื้นที่ เช่น จ.ระนอง จ.สุราษฎร์ธานี

จุดเด่นผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไทย

รูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาไทย มีการเปลี่ยนแปลงสืบทอดกันมาหลายยุคหลายสมัย มีทั้งชนิดที่เคลือบและไม่เคลือบ โดยเครื่องปั้นดินเผาชนิดเคลือบปัจจุบันมีการพัฒนากรรมวิธีการผลิตด้วยการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาช่วยมีการใช้เตาเผาแบบใหม่ ใช้น้ำมันและก๊าซเป็นเชื้อเพลิง ใช้เครื่องจักรขึ้นรูป ใช้แม่พิมพ์หล่อแบบ เพื่อให้งานได้มาตรฐานและสามารถผลิตได้ปริมาณมากในเวลาอันรวดเร็ว แต่การตกแต่งลวดลายยังคงอาศัยฝีมือช่างอันประณีตเช่นเดิม ส่วนการผลิตสินค้ากลุ่มนี้ จะมีตั้งแต่ระดับอุตสาหกรรมในครัวเรือน จนถึงโรงงานขนาดย่อม ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ งานหัตถกรรมประเภทนี้ที่น่าสนใจเช่น เครื่องสังคโลก เครื่องเบญจรงค์ เครื่องลายคราม เครื่องเคลือบสีและโอ่งมังกรราชบุรี

“เครื่องสังคโลก” เป็นเครื่องปั้นดินเผาชนิดเคลือบ ที่สืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยสุโขทัย วัตถุดิบเคลือบสีเขียวที่ใช้เรียกว่า “เซลาดอน” (Celadon) ลักษณะโดดเด่นจะอยู่ภายใต้ลวดลายและรูปทรงเลียนแบบของโบราณ ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นภาชนะ จาน ชาม กระปุก ถ้วย กระถางรูป แจกัน รวมถึงมีการออกแบบใหม่ตามจินตนาการและความต้องการของตลาด แหล่งผลิตที่สำคัญอยู่ที่ จ.สุโขทัย จ.เชียงใหม่ และ จ.ลำปาง

“เครื่องเบญจรงค์” ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชนิดเคลือบแบบโบราณ ทำกันมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาจนถึงกรุงรัตนโกสินทร์ เดิมนิยมใช้เฉพาะในวัง แต่ปัจจุบันกลายเป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคนที่กำลังซื้อสูง เพราะขั้นตอนการผลิตต้องอาศัยฝีมือประณีต มีการลงสี 5 สีบนพื้นผิวเครื่องเบญจรงค์แต่ละชิ้น ปัจจุบันนิยมผลิตเป็นเครื่องประดับตกแต่งภายในสถานที่ที่ต้องการความหรูหราสวยงามในบรรยากาศไทย แหล่งผลิตที่สำคัญอยู่ที่กรุงเทพมหานคร จ.สมุทรสาคร และ จ.ลำปาง

“โองมั่งกรราชบุรี” เครื่องปั้นดินเผาชนิดเคลือบเคลือ เนื้อดินแกร่งลวดลายนิยมใช้ลายมังกรหรือลายอื่นๆ แบบจีน โองมั่งกรในอดีตจัดเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่เข้าถึงทุกกลุ่มคนและทุกกลุ่มชนชั้น เพราะเกือบทุกบ้านจะมีโองมั่งกรไว้เก็บน้ำดื่ม น้ำใช้ ปัจจุบันผู้ผลิตได้พัฒนาและปรับ ผลิตภัณฑ์บางส่วนให้เข้ากับวิถีชีวิตรูปแบบใหม่ จึงมีผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น กระจาดต้นไม้ อ่างเลี้ยงปลา และอ่างบัว เพื่อใช้ประดับตกแต่งตลาดมีทั้งในประเทศและต่างประเทศ แหล่งผลิตอยู่ที่ จ.ราชบุรี

สำหรับเครื่องปั้นดินเผาแบบไม่เคลือบปัจจุบันมีการผลิตอยู่ 2 ลักษณะ คือ ผลิตเพื่อสนองประโยชน์ใช้สอยในท้องถิ่น รูปแบบไม่เปลี่ยนแปลงไปจากบรรพบุรุษนัก เช่น คนโท หม้อน้ำ น้ำคั้น แจกัน กระจาดต้นไม้ ฯลฯ มีทั้งเผากลางแจ้งและก่ออิฐเผาง่ายๆ จากเชื้อเพลิงจำพวกฟืนและฟางข้าว แหล่งผลิตส่วนใหญ่อยู่ในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

ส่วนลักษณะที่สอง เป็นสินค้าเครื่องปั้นดินเผาชนิดไม่เคลือบ ที่เน้นความต้องการของตลาดนอกท้องถิ่นเห็นหลัก ลูกค้านจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่ต้องการนำเครื่องปั้นดินเผาไปประดับตกแต่งใช้เป็นของที่ระลึก โดยจำลองรูปแบบมาจากของโบราณให้ขนาดเล็กลง แหล่งผลิตสำคัญอยู่ที่เกาะเกร็ด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี หมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน อ.โชคชัย จ.นครราชสีมา และเครื่องปั้นดินเผาศิริมาศ จ.สุโขทัย

2.1.2.6 กะลามาพร้าว

“มะพร้าว”

หนึ่งในพืชเศรษฐกิจที่ผูกพันกับชีวิตคนไทยมาช้านาน โดยเฉพาะในครอบครัวไทย เราจะเอาเนื้อมะพร้าวมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของอาหารคาวและหวานหลายชนิด ส่วน “กะลามาพร้าว” ซึ่งเป็นเปลือกแข็งด้านนอกที่ห่อหุ้มเนื้อมะพร้าวไว้ในอดีตตั้งแต่ยุคศึกค้าบรรพบุรุษรู้จักใช้กะลามาพร้าวมาใส่อาหาร ตักน้ำหรือใส่ของใช้เล็กน้อย

ต่อมามีการคิดค้นนำกะลามาพร้าวมาใช้ประโยชน์ในด้านอื่น เช่น ถ่านกะลามาพร้าว เชื้อเพลิงอย่างดีที่หาง่ายในท้องถิ่น รวมทั้งในอุตสาหกรรม ก็มีการทำกะลามาพร้าวมาใช้ด้วย เช่น บดผงใช้เป็นสารดูดกลิ่น บ่มเหล้าไวน์ ฟอกสีน้ำตาลทรายหรือแม้แต่ใช้กรองน้ำเสียจากโรงงาน ประโยชน์จากกะลามาพร้าวจึงเป็นวัตถุดิบที่สำคัญที่สามารถช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากกว่าที่ชาวบ้านทั่วไปนำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงจากธรรมชาติเท่านั้น ยกเว้นมะพร้าวบางพันธุ์ เช่น มะพร้าวพันธุ์ช่อ เรามีการนำกะลามาพร้าวพันธุ์นี้มาทำชอด้วง เคล็ดที่ช่วยให้ชอด้วงมีเสียงไพเราะ ยิ่งขึ้นมากกว่าใช้วัสดุอื่น ซึ่งสืบทอดมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา แต่ชอด้วงมีตลาดไม่กว้างนัก

เพราะเป็นสินค้าเครื่องดนตรีไทยที่มีการซื้อขายเฉพาะกลุ่ม โดยแหล่งผลิตที่สำคัญ ในปัจจุบันอยู่ที่อำเภอบางคนที จ.สมุทรสงคราม

ทุกวันนี้แหล่งกะลามะพร้าวส่วนใหญ่ จะอยู่ในพื้นที่ภาคใต้และภาคตะวันออกของไทยทั้งใน จ.สมุทรสงคราม ซึ่งมีการทำสวนมะพร้าวมากเช่นเดียวกับภาคใต้ จึงมีการพัฒนากะลามะพร้าวจากเดิมให้กลายเป็น ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติสำหรับใช้ในครัวเรือน

จุดเด่นผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว

ปัจจุบันเรามีการนำกะลามะพร้าวมาทำเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านหลายประเภท แต่ส่วนใหญ่ยังเป็นวัตถุดิบที่ไม่ได้นำมาสร้างมูลค่าเพิ่มในลักษณะงานหัตถกรรมเพื่อการส่งออกมากนัก จะมีเฉพาะผู้ผลิตบางกลุ่มที่เริ่มสนใจและพยายามศึกษาความต้องการของตลาด เช่น “กะลาบรเรง” หนึ่งในผลงานที่เกิดขึ้นของนายบรเรง ยัมบุณะ ที่นำปรัชญาชีวิตมาถ่ายทอดเป็นศิลปะบนกะลามะพร้าว หัตถกรรมรูปแบบใหม่ที่ช่วยสร้างจุดขายให้กับสินค้าโดยมีกลยุทธ์ที่เข้าถึงอารมณ์และเอกลักษณ์ความเป็นไทย แต่โดดเด่นและทันสมัยมีความเป็นสากล ขณะนี้เริ่มได้รับความนิยมจากตลาดทั้งในและต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์จึงส่งเสริมให้มีการขยายรูปแบบของ ผลิตภัณฑ์ให้กว้างขึ้น โดยพัฒนาให้เป็นเครื่องใช้ในครัวเรือนและของตกแต่งบ้านในหลากหลายลักษณะ เช่น ถาดใส่ผลไม้ให้มีการวางสลักรูปของกะลามะพร้าวให้เกิดลวดลายที่เรียกว่า ลายสักอ้อ หรือลายหมากรุก ซึ่งเป็นลายที่มีความเป็นกลาง สามารถเข้ากับวิถีชีวิตของทุกสัญชาติได้ ตะเกียง ของตกแต่งบ้านที่ได้ผสมผสานลวดลายไทยเข้าไปเพื่อให้แสงที่ลอดผ่านมีความสวยงามมากยิ่งขึ้น ซึ่งตลาดญี่ปุ่นให้ความสนใจ

“กะลาปักยี่” หรือ กะลาจลุ จากกลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว จังหวัดพัทลุง ซึ่งนำมาใช้เป็นที่ใส่ดอกไม้หอมและเทียน ของตกแต่งบ้านจากธรรมชาติที่ให้อารมณ์ใช้สอยไปในตัว คือ ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่ผสมผสานระหว่างความเป็นตะวันออกและตะวันตกอย่างลงตัว เป็นสินค้าที่กำลังได้รับความนิยมในประเทศญี่ปุ่น นอกเหนือจากภาชนะและผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวประเภทที่ใช้ในครัวเรือน

สำหรับงานหัตถกรรมจากกะลามะพร้าวที่กำลังได้รับความนิยมมากที่สุดโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และยุโรป กลุ่มประเทศที่ประชาชนต้องการสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ กะลามะพร้าวไทยจึงได้รับการพัฒนาเป็น ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องประดับ และสินค้าตกแต่งบ้าน เช่น จาน ชาม ซ้อน ส้อม สัตัด โคมไฟ เชิงเทียนและสินค้าอีกหลายประเภท ซึ่งเข้ากับวิถีชีวิตของคนยุคปัจจุบันที่ต้องการสินค้าจากธรรมชาติที่ไม่เป็นอันตรายต่อชีวิตและสิ่งแวดล้อม แต่ปัจจุบันยังมีผู้ผลิตไม่เพียงพอ ในขณะที่ตลาดมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

2.1.2.7 ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

“ผ้า” ผลิตภัณฑ์จากงานหัตถกรรมที่บ่งบอกถึงความเจริญรุ่งเรืองเรื่องทางวัฒนธรรม จากความคิดสร้างสรรค์ของคนในชาติ คนไทยรู้จักการทอผ้าตั้งแต่ก่อนประวัติศาสตร์ ในสังคมชนบทไทย งานทอผ้าถือเป็นหน้าที่ของผู้หญิง ซึ่งมักทำกันยามว่างจากการทำไร่ทำนา ชาวพุทธศตวรรษที่ 20-21 ภาคเหนือของไทย ซึ่งเป็นอาณาจักรล้านนาเดิมมีหลักฐานพบว่านอกจากจะมีการทอผ้าฝ้ายไว้ใช้เองแล้ว ยังสามารถส่งออกไปจำหน่ายยังอาณาจักรใกล้เคียงได้ด้วย โดยผ้าฝ้ายที่มีชื่อเสียงในยุคนั้น มีผ้าสีจันทร์ขาว ผ้าสีจันทร์แดงและผ้าสีดอกจันทน์ เป็นต้น นับจากนั้นมาผ้าได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ ศาสนาและสังคมไทยเรื่อยมา

ความผูกพันระหว่างผ้ากับชีวิต สืบทอดผ่านภูมิปัญญาของบรรพบุรุษหลายชั่วอายุคนภายใต้อาณาจักรต่างๆ เกิดเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม ผ่านลวดลายผ้าที่แตกต่างกันตามกลุ่ม เช่น กลุ่มผ้าลาว กลุ่มผ้าไท กลุ่มผ้าเขมร กลุ่มผ้าล้านนา กลุ่มผ้าปักยี่ได้ และกลุ่มผ้าภาคกลาง นอกจากนี้การเคลื่อนย้ายถิ่นของกลุ่มชนต่างๆ ยังส่งผลให้เกิดการผสมผสานอันเป็นลวดลายผ้าแบบใหม่ๆ มากขึ้นจนถึงปัจจุบัน “ผ้าไทย” มีความสำคัญในทางการค้าและเศรษฐกิจของประเทศอย่างยิ่ง

ส่วนวัตถุดิบที่ได้รับความนิยมนำมาทอผ้ามากที่สุด ได้แก่ ไหม จัดเป็นแมลงชนิดหนึ่งประเภทผีเสื้อ ชอบกินใบหม่อนที่สุด โดยส่วนใหญ่จะเลี้ยงในพื้นที่ภาคอีสาน แต่ปัจจุบันมีปริมาณลดลงไปมาก ทั้งนี้ความนิยมในการนำไหมมาทอผ้าก็เพราะคุณสมบัติพิเศษของรังไหมที่สามารถสาวเส้นใยออกมาได้เป็นเส้นเล็ก สะเอียดเหนียวและมีความมันวาว โดยไหมที่เลี้ยงกันในประเทศไทย มีไหมพันธุ์ไทย ไหมพันธุ์ไทยลูกผสม และไหมพันธุ์ต่างประเทศลูกผสม

ส่วน “ฝ้าย” พืชเศรษฐกิจซึ่งถือกำเนิดมา 5,000 ปีก่อนคริสตกาลเป็นวัตถุดิบสำคัญในกรทอผ้า แหล่งปลูกฝ้ายมีอยู่หลายจังหวัด เช่น จังหวัดเลย เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ ลพบุรี ปราจีนบุรี นครราชสีมา กาญจนบุรี เราจะใช้ดอกฝ้ายส่วนที่เป็นเส้นใยขนนุยสีขาวมาใช้ในการทอ ชาวบ้านนิยมนำฝ้ายตุ่นซึ่งเป็นฝ้ายพันธุ์พื้นเมืองมาทอผ้าด้วยมือแบบพื้นเมืองและฝ้ายพันธุ์อื่นจะนำมาใช้ในอุตสาหกรรมทอผ้า

จุดเด่นผลิตภัณฑ์ผ้าไทย

ปัจจุบันผ้าไทยส่วนใหญ่ ล้วนมีพัฒนาการมาจากวัฒนธรรมของท้องถิ่นและชุมชนต่างๆ ในอดีต เช่น “ผ้าทอลายน้ำไหล” จังหวัดน่าน สืบทอดมาจากชาวไทลื้อ เลียนแบบ

ลวดลายของสายน้ำ่านด้วยวิธีการล้างให้เส้นด้ายพุ่งย้อนกลับไปมา หรือ “ผ้าตีนดินจก” จังหวัด สุโขทัย เป็นผ้าที่เกิดจากจินตนาการของชาวลาวพวนที่ถักทอขึ้นเพื่อใช้ในงานบุญ ด้วยความเชื่อว่า จะเสริมบารมีให้ผู้สวมใส่ หรือผ้าฝ้ายทอมือป่าแสงดา บันสิทธิ์ แห่งบ้านไร่ ไผ่งาม จังหวัด เชียงใหม่ ผ้าที่เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาชาวล้านนาที่สืบทอดมาถึงปัจจุบัน แม้วันนี้ป่าแสงดาศิลปิน ล้านนาจะจากไปแล้ว แต่คนรุ่นใหม่ก็สานต่อและพัฒนาจนผ้าฝ้ายทอมือป่าแสงดา ซึ่งมีจุดเด่นทั้ง ลวดลายและสีที่เลียนแบบธรรมชาติ สามารถพัฒนาจนสามารถส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศได้

ส่วนผ้าที่ทำให้ทั่วโลกรู้จักประเทศไทยมากที่สุดคือ “ผ้าไหมไทย” ซึ่งมีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก โดยผู้ปลูกกระแสมและรุทตลาดผ้าไหมไทยสู่สากลคือ จิม ทอมป์สัน ราชานไทยชาวอเมริกัน ที่เข้าใจความต้องการของตลาดตะวันตกเป็นอย่างดี ส่วนผ้าไหมพื้นบ้าน ซึ่งเป็นที่รู้จักมากเช่นกัน ก็มีผ้าไหมของอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น เป็นผ้าที่มีการเลือกวัตถุดิบ คุณภาพและสร้างเอกลักษณ์ให้โดดเด่นจึงเป็นผ้าไหมที่ละเอียดจนสามารถห่อน้ำแล้วไม่ไหลออก ซึ่งปัจจุบันมีการประยุกต์สีสันทัน และลวดลายให้ตรงกับค่านิยมของต่างชาติมากขึ้น

ส่วนผ้าไหมแพรวา จังหวัดกาฬสินธุ์ ผ้าและ ผลิตภัณฑ์จากไหมที่ได้รับการ สืบทอดลวดลายมาจากชาวภูไท จนได้รับการยกย่องให้เป็น “ราชินีไหมไทย” โดยผู้ผลิตสามารถ นำจุดเด่นของกระบวนการผลิตที่ไม่สามารถทำให้เกิดลวดลายและสีสันทันเดียวกันเป็นผืนที่สองได้มา เป็นจุดขายโดยเน้นว่า ไหมแพรวาแต่ละผืนเป็นสินค้าที่มีชิ้นเดียวในโลกเท่านั้น นอกจากนี้ยังมี ผ้าไหมบ้านรังแรงใจ จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นรูปแบบที่เกิดขึ้นจากจินตนาการของชาวยุว แต่ปรับ และพัฒนาเป็นสินค้าประเภทผ้าพันคอ เนคไท ฯลฯ มีการผสมสีธรรมชาติและสีสังเคราะห์ได้ อย่างลงตัว จนได้รับการยอมรับจากสถาบันออกแบบชื่อดังของปารีสและมิลาน หรือผ้าไหมบ้าน คอนหัน จังหวัดขอนแก่น ที่มีการนำเรื่องราวพระเวสสันดรมาเป็นลายพื้นบ้านจนกลายเป็นจุดเด่น และจุดขายของสินค้าที่สำคัญ

สำหรับผ้ามัดหมี่ซึ่งมีทั้งมัดดัดไหมและฝ้าย ก็ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมเขมร และลาว การมัดหมี่เป็นเทคนิคการผลิตเพื่อให้เกิดลวดลายเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม แต่ที่สำคัญมีผ้า มัดหมี่ชาวไทยวน มัดหมี่ชาวลาวคั้ง (ลาวกา) และผ้ามัดหมี่จากภาคอีสานทั้งตอนบนและ ตอนล่าง

2.1.2.8 ผลิตภัณฑ์เครื่องโลหะ

“โลหะ” จัดเป็นทรัพยากรธรรมชาติประเภทแร่ธาตุพื้นผิวโลก ซึ่งมีมนุษย์รู้จักใช้ โลหะเหล็กและสำริดมาทำเครื่องมือเครื่องใช้ในการดำรงชีพตั้งแต่ก่อนประวัติศาสตร์ โดยมีการ ขุดพบเครื่องมือโลหะสำริด อายุประมาณ 5,000 ปี ที่บ้านนาดี โนนนททา อ.ภูเวียง จ.ขอนแก่น นับเป็นหลักฐานทาง โบราณคดีที่แก่ที่สุดในทวีปเอเชียภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้ รูปแบบ

ผลิตภัณฑ์ที่พบมีทั้งเครื่องใช้และเครื่องประดับ เช่น มีดสั้น ขวาน แม่พิมพ์สำหรับหล่ออาวูช เครื่องมือเหล็กและกำไลสำริด ฯลฯ บ่งบอกได้ว่า บรรพบุรุษไทยรู้จักวิทยาการด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องโลหะมานาน ซึ่งมีความโดดเด่นด้านศิลปหัตถกรรมและโบราณคดี

สำหรับโลหะที่มีการนำมาใช้งานหัตถกรรม มี 2 ประเภท คือ โลหะเหล็ก ได้แก่ เหล็กกล้าหรือเหล็กเหนียว สามารถตีเป็นเส้นเพื่อขึ้นรูปได้ และเหล็กหล่อเป็นวัตถุดิบที่นำมา หลอมหล่อแม่พิมพ์เป็นรูปต่างๆ แต่ตีขึ้นรูปไม่ได้ ส่วนโลหะผสมเป็นการนำวัตถุดิบต่างชนิดมา ผสมกันเพื่อให้เกิดวัตถุดิบตัวใหม่ ซึ่งเหมาะสำหรับนำมาใช้งานหัตถกรรม เช่น ทองเหลือง บรอนซ์ ซิลเวอร์พิวเตอร์ ทองคำ และเงิน เป็นต้น

ทั้งนี้ในประเทศไทยมีแร่ดีบุกมากทางภาคใต้ โดยเฉพาะที่จังหวัดภูเก็ต แร่เหล็ก ในเขตภาคกลาง เช่น จ.สระบุรี และ จ.นครราชสีมา แร่ทองแดงพบที่ จ.เลย จ.สระบุรี และ จ.กาญจนบุรี แร่สังกะสีมีมากที่ จ.ตาก ส่วนโลหะมีค่า ได้แก่ ทองคำเงินและทองคำขาว นำเข้า จากต่างประเทศทั้งหมด แต่ขณะนี้กำลังมีการให้สัมปทานทำเหมืองแร่ทองคำ ขึ้นที่จังหวัดพิจิตร ซึ่งอาจเป็นแหล่งวัตถุดิบใหม่ของไทยในอนาคต

จุดเด่นผลิตภัณฑ์ เครื่องโลหะไทย

ในประเทศไทย ผลิตภัณฑ์เครื่องโลหะจัดเป็นงานหัตถกรรมที่ถ่ายทอดผ่าน ภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษมาหลายชั่วอายุคน โดยมีเอกลักษณ์แตกต่างกันไปตามท้องถิ่น หากแบ่ง ตามวัตถุดิบที่ใช้ ผลิตภัณฑ์เครื่องโลหะจะมีอยู่ประมาณ 6 ประเภท ได้แก่ เครื่องเหล็ก เครื่องทอง ลงหิน เครื่องทองเหลือง เครื่องทอง เครื่องเงิน เครื่องพิวเตอร์ และเครื่องอลูมิเนียม

ผลิตภัณฑ์จากเครื่องเหล็ก จัดเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่มีความสำคัญต่อการ ดำรงชีวิตของคนไทยมาตั้งแต่โบราณ โดยเฉพาะการทำอุปกรณ์ที่ใช้ในอาชีพเกษตรกรรม เช่น มีด ขวาน จอบ เสียม เลี้ยว ฯลฯ แต่ผลิตภัณฑ์ที่ทำกันมากที่สุด คือ มีด แหล่งผลิตมีอยู่ตามหมู่บ้าน ต่างๆ เกือบทุกภาค แต่ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดี นั่นก็คือ มีดอรัญญิก ที่ยังคงรักษาและสืบทอด อาชีพนี้ไว้จนถึงปัจจุบัน

เครื่องทองลงหิน เป็นโลหะผสมระหว่างทองแดง 80 เปอร์เซ็นต์ กับดีบุก 20 เปอร์เซ็นต์ หรือที่รู้จักกันในชื่อของบรอนซ์หรือสำริด ในอดีตนำวัตถุดิบนี้มาหล่อพระพุทธรูป ต่อมาได้พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้ เช่น ขันน้ำ พานรอง ถาด ตะบันหมาก รวมทั้ง เครื่องดนตรีไทย อย่างเช่น ฉิ่ง ฉาบ ฆ้อง แต่เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป รูปแบบผลิตภัณฑ์จึงต้องปรับ ให้เข้ากับสังคมมากขึ้น อย่างผลิตภัณฑ์เครื่องมือเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร นอกจากนี้ยังมี ประติมากรรมตกแต่งบ้านแบบต่างๆ ที่กำลังเป็นที่ต้องการของต่างชาติ

เครื่องทองเหลือง เป็นโลหะผสมระหว่างทองแดง สังกะสี ตะกั่ว กบอูมิเนียม มักนำมาผลิตเป็นรูปหล่อประดับ หรือผลิตภัณฑ์วัสดุตกแต่งอาคารสถานที่ที่ต้องการความหรูหรา โอ้อ่า เช่น ราวบันได ลูกกรง หัวเสา รูปหล่อตัวสัตว์ต่างๆ รวมทั้งสินค้าพวกของที่ระลึก อย่าง ตะกร้าสาน กระบุง ระฆัง กระดิ่ง สินค้ากลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะทำกันในครอบครัวตามชนบท ซึ่ง สืบทอดมาจากบรรพบุรุษดั้งเดิม จึงมีเอกลักษณ์ความเป็นไทยคงอยู่ ยกเว้นบางแห่งมีการประยุกต์ นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในลักษณะโรงงานขนาดย่อมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและได้ มาตรฐานของตลาดต่างประเทศยิ่งขึ้น แหล่งผลิตที่สำคัญ เช่น ที่บ้านปะอ่าว จ.อุบลราชธานี จ.พระนครศรีอยุธยา จ.ฉะเชิงเทรา จ.สมุทรปราการ และกรุงเทพฯ

เครื่องทอง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแร่คำในอดีตเรานำมาหรือห่อหุ้มองค์พระพุทธรูป ที่สำคัญของบ้านเมืองและทำเป็นเครื่องราชกกุธภัณฑ์สำหรับพระมหากษัตริย์ ปัจจุบันได้พัฒนามาเป็น เครื่องประดับ สำหรับสวมใส่ เช่น สายสร้อย กำไล เป็นต้น ซึ่งต้องอาศัยฝีมือช่างชั้นสูง ในการ ผลิตชิ้นงานแต่ละชิ้น เพราะเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง แหล่งผลิตส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานคร จ.สุโขทัย และ จ.เชียงใหม่ ซึ่งปัจจุบันมีการพัฒนารูปแบบให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ความประณีตของช่างฝีมือไทย โดยเฉพาะการทำเป็นตัวเรือนประกอบในอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับ เป็นสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าตลาดสูงขึ้นทุกปี

เครื่องเงิน โดยทั่วไปช่างเครื่องเงินไทยจะซื้อเหรียญจากต่างประเทศเพื่อตีเป็นแผ่น ขึ้นรูปเป็น ผลิตภัณฑ์และตกแต่งให้สวยงาม นิยมนำมาทำเครื่องประดับและเครื่องใช้ในบ้าน ตลอดจนของที่ระลึก เช่น ชุคน้ำชา แจกัน กรอบรูป สร้อยข้อมือ สร้อยคอ เข็มกลัด เส้นห้อย เครื่องเงินไทยอยู่ตรงลวดลายที่ละเอียดของช่างแกะสลัก ซึ่งมีทั้งภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้วิธีตอกคุณลายผลิตภัณฑ์ โดยมีแม่แบบขางมะตอยรองอยู่ หรือแม่แต่ชาวเขาบางกลุ่ม ก็มีเอกลักษณ์ของการทำเครื่องเงินขึ้นมาใช้สวมใส่ตามวัฒนธรรมและประเพณีและต่อมาก็นำมา ขายให้นักท่องเที่ยวด้วย ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมจากทั้งชาวไทยและต่างชาติ ส่วนแหล่งผลิต เครื่องเงินในภาคใต้ที่มีชื่อเสียง คือ เครื่องถมเมืองนคร มีจุดเด่นตรงที่การลงยาถมบนลวดลายไทย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สวยงามยิ่งขึ้น จัดเป็นงานหัตถกรรมที่ใช้เวลานาน เพราะมีกรรมวิธีซับซ้อน ราคา จึงสูงและไม่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ทั้งนี้แหล่งผลิตเครื่องเงิน ที่สำคัญอยู่ที่ จ.เชียงใหม่ จ.เชียงราย จ.สุรินทร์ และ จ.นครศรีธรรมราช

เครื่องพิวเตอร์ เป็นโลหะผสมระหว่างดีบุกและพลวงกับทองแดงมีคุณสมบัติ พิเศษตรงที่จุดหลอมต่ำ ง่ายต่อการขึ้นรูป จัดให้เป็นมันวาวหรือทำผิวด้านก็ได้ ดูแลรักษาง่าย ราคา ไม่สูงเดิมเครื่องพิวเตอร์กำเนิดที่ยุโรป แต่ไทยได้อาศัยความพร้อมของช่างฝีมือ ประกอบกับมี แหล่งแร่ดีบุกที่พอเพียง จึงมีการพัฒนาเครื่องพิวเตอร์ขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่นิยมมาก ได้แก่

ภาชนะ ใส่เครื่องดื่ม หรือ ชุดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ข้อดีของพิวเตอร์ คือ ราคาถูกกว่าโลหะเงิน และไม่เป็นอันตรายต่อการนำมาบรรจุอาหารหรือน้ำ แหล่งผลิตเครื่องพิวเตอร์ส่วนใหญ่อยู่ใน กรุงเทพมหานครเป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อมที่มีอนาคตมาก

2.1.2.9 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไม้

“ไม้” ทรัพยากรธรรมชาติสำคัญต่อทุกชีวิต มนุษย์และสัตว์ต่างต้องอาศัยและพึ่งพาไม้เพื่อการดำรงชีวิต โดยมีการใช้ประโยชน์จากไม้มาตั้งแต่ครั้งดึกดำบรรพ์ ในอดีตป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ ทำให้บรรพบุรุษไทยมีความพร้อมด้านวัตถุดิบ จึงสามารถพัฒนางานหัตถกรรมจากไม้ ที่นำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ ตั้งแต่สร้างบ้านเรือนอาศัย พาหนะเดินทาง เช่น เรือเกวียน ทำเครื่องมือเครื่องใช้ทางการเกษตรและประกอบอาชีพ เช่น กับดักสัตว์ กิ๊ทผ้า ด้ามขวาน เรืองไถนา หรือแม้แต่ภายในครัวเรือนก็ต้องอาศัยไม้ เช่น กระจ่างชุคมะพร้าว รก กระจ่างเขียนหมาก ตู โตะ เตียง ตลอดจนเครื่องดนตรีไทยหลายชนิด ทั้งหมดนี้จึงเป็นเสมือนเครื่องแสดงความผูกพันพึ่งพาอาศัย “ไม้” ซึ่งเป็นวัตถุดิบประเภทหนึ่งที่เข้าเกี่ยวข้องกับมนุษย์ตลอดชีวิตจวบจนถึงปัจจุบัน ไม้ที่ใช้ในงานหัตถกรรมสามารถแบ่งตามประเภททางพฤกษศาสตร์ได้ 2 ชนิด คือ

ไม้เนื้ออ่อน แปรรูปจากต้นไม้ประเภทใบเรียวเล็กหรือกลม ขึ้นตามที่สูงและอากาศหนาวเย็นบริเวณภาคเหนือของไทย ได้แก่ ไม้สนชนิดต่างๆ โดยทั่วไปไม้เนื้ออ่อน มีคุณสมบัติน้ำหนักเบา ตกแต่งง่ายและแข็งแรง เหมาะสำหรับทำผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนและเครื่องใช้ต่างๆ

ไม้เนื้อแข็ง แปรรูปจากต้นไม้ที่มีใบกว้าง เช่น ไม้สัก ไม้ประดู่ ไม้ชิงชัน ไม้มะเกลือ ไม้มะม่วง ไม้โมก ไม้ขนุน ไม้ฉำฉา หรือจามจุรี และไม้ยางพารา คุณสมบัติของ ไม้เนื้อแข็งมีความแข็งแรงทนทานจึงเหมาะสำหรับใช้ทำเครื่องเรือน เครื่องมือเครื่องใช้

ปัจจุบันสภาพพื้นที่ป่าไม้ลดลง ทำให้วัตถุดิบประเภทไม้มีปริมาณน้อยลงไปด้วย หัตถกรรมจากไม้จึงต้องอาศัยวัตถุดิบที่ปลูกใหม่ ในลักษณะสวนป่า เช่น ไม้ยางพารา หรือพัฒนาเป็นไม้อัด เทคโนโลยีที่ทันสมัยช่วยให้รูปแบบผลิตภัณฑ์ไม้เปลี่ยนแปลงไปเป็นลักษณะเรียบง่ายและประหยัดเนื้อไม้มากที่สุด เช่น เฟอร์นิเจอร์ไม้ ซึ่งมีตลาดรองรับทั้งในและต่างประเทศ

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์จากไม้

ภูมิปัญญาจากงานหัตถกรรมจากไม้ที่ถ่ายทอดกันมาตั้งแต่ยุคดึกดำบรรพ์พัฒนามาเป็นผลิตภัณฑ์จากไม้ฝีมือประณีต ซึ่งมีจุดเด่นของลวดลายอันละเอียดอ่อน ที่ผ่านการสั่งสมประสบการณ์ด้านช่างแกะสลักไม้ต่างมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่น เช่น งานแกะสลักบ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ มีรูปแบบงานศิลปะที่ผสมผสานระหว่างงานไม้แบบล้านนาโบราณและประยุกต์กับวิธีการลงรัก ปิดทอง กลายเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ตามความนิยมของตะวันตกที่ยังคงเอกลักษณ์ท้องถิ่นไว้ได้ หรืองานแกะสลักเฟอร์นิเจอร์ไม้ของสหกรณ์ไม้คอนมูต

จังหวัดแพร่ ซึ่งเดิมพื้นที่เป็นแหล่งไม้สักทองที่สำคัญของประเทศ วัตถุประสงค์นี้ได้สร้างช่างไม้ฝีมือดีผูกพันกับงานไม้มากกว่า 40 ปี จนสามารถพัฒนาสินค้าสู่ตลาดต่างประเทศทั้งอังกฤษและเนเธอร์แลนด์ เนื่องจากไม้สักทองมีจุดเด่นอยู่ที่เนื้อไม้ให้สีสวย มีลวดลายงดงามและมีอายุการใช้งานทนทาน เหมาะต่อการทำเครื่องเรือน

ส่วนงานหัตถกรรมที่เรียกว่า “เครื่องเรือนสุโขทัยแบบโบราณ” ของสหกรณ์บริการหัตถกรรมผลิตภัณฑ์ไม้บ้านขวาง จังหวัดสุโขทัย เป็นศิลปะงานไม้ ซึ่งเดิมมีลวดลายและรูปแบบผลิตภัณฑ์เพียง 10 ชนิด แต่ความต้องการของตลาดที่เติบโตทำให้วันนี้มีการพัฒนาลวดลายได้กว่า 100 รูปแบบ มีตลาดส่งออกที่สำคัญคือ เวียดนาม เยอรมัน สหรัฐอเมริกาและอิตาลี ซึ่งล้วนเป็นประเทศที่ต้องการสินค้าของฝีมือช่างชั้นสูง แต่ราคาไม่แพง

ความงามและความโดดเด่นของงานไม้แกะสลักยังได้รับการพัฒนาในระดับบุคคลผ่านความคิดสร้างสรรค์ทั้งศิลปะและความชำนาญได้อย่างลงตัว เช่น งานไม้แกะสลักค้ำกระบวยจอง คำจันทร์ ยาโน สถาปนิกบ้าน แห่งบ้านถ้ำผาตอง จังหวัดเชียงราย ได้จินตนาการวิถีชีวิตไทยที่พบเห็น สร้างเป็นรูปแกะสลักเคลื่อนไหวได้ใส่ชีวิตและสีสันให้กระบวยตักน้ำ อุปกรณ์ตักน้ำค้ำของชาวล้านนา ของที่ระลึกมูลค่าสูงที่ได้รับความสนใจจากตลาดทั้งในและต่างประเทศนอกจากนี้ยังมีช่างบ้านนาบางพื้นที่ เช่น ที่หมู่บ้านเหล่า อ.แม่ทะ จ.ลำปาง ผลิตงานแกะสลักไม้จามจู้ โดยมีความโดดเด่นตรงที่เป็นงานแกะจากไม้เพียงท่อนเดียว ไม่ว่าจะใหญ่หรือเล็ก เป็นเสน่ห์ที่สร้างความพอใจให้ผู้พบเห็น เพราะต้องใช้ความสามารถพิเศษ ขณะนี้สามารถส่งออกเป็นวัตถุดิบเพื่อไปประกอบเป็นเฟอร์นิเจอร์รูปทรงใหม่ ซึ่งหากในอนาคตเราสามารถพัฒนารูปแบบได้ตรงกับความต้องการของตลาดเองก็จะส่งออกเป็นงานฝีมือสู่ตลาดสากลได้โดยตรง

นอกจากนี้งานไม้ที่ชาวตลิ่งชันยังมีมากอยู่ เช่น เครื่องเรือนจากไม้พารา ผลิตภัณฑ์โต๊ะอาหาร นับเป็นผลิตภัณฑ์แนวใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมในตลาดต่างประเทศซึ่งให้ความสำคัญกับการใช้ผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติ ผ่านการออกแบบเรียบง่าย ใช้สีธรรมชาติ และให้ประโยชน์ใช้สอย แต่สินค้ากลุ่มนี้ผู้ผลิตไทยต้องตามรสนิยมตลาดต่างประเทศทัน เพราะจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

2.1.2.10 ผลิตภัณฑ์จากเส้นใยพืช

หลายร้อยปีที่ผ่านมามหาชนชาวไทยรู้จักนำ ยอดใบลาน พืชให้เส้นใยชนิดหนึ่งมาใช้จารึกเรื่องราวต่างๆ ทางประวัติศาสตร์ เรียก “คัมภีร์ใบลาน” ผลิตภัณฑ์ที่รวบรวมหลักฐานสำคัญของไทยไว้ ก่อนที่เราจะรู้จักใช้กระดาษ ด้วยคุณสมบัติที่ทนทานต่อสภาพภูมิอากาศ มอดแมลงไม่กัดกิน เนื้อเหนียว เก็บรักษาง่ายและมีอายุการใช้งานนานนับร้อยปี ทำให้พืชเส้นใยประเภทใบลานได้รับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เรื่อยมา แต่ปัจจุบันผลิตภัณฑ์จากใบลานมีไม่

มากนัก ที่เรารู้จักกันดี ได้แก่ งามและปลาตะเพียนसान งานหัตถกรรมเอกลักษณ์ไทยที่ยังมีชื่อเสียงกระทั่งทุกวันนี้ งานหัตถกรรมซึ่งทำจากวัตถุดิบธรรมชาติประเภทเส้นใยพืชจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาค ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิศาสตร์และภูมิอากาศ โดยบรรพบุรุษของเราเรารู้จักนำพืชที่พบรอบตัวมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

ปัจจุบันเส้นใยพืชที่เราเอืกรนำมาใช้มีหลายชนิด แต่ขึ้นอยู่กับว่าท้องถิ่นนั้นมีพืชชนิดใด เช่น ไบลาณ ขณะนี้เหลือแหล่งต้นลานน้อยลง โดยที่พบมากที่สุดอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติทับลาน จ. ปราจีนบุรี เท่านั้น ส่วนไบตาล ไบจาก ไบมะพร้าวก็ยังพบอยู่ทั่วประเทศ แต่พืชบางชนิดอย่างไบเตยป้าหนั้น จะพบเฉพาะบริเวณป่าชายเลนฝั่งอันดามัน เช่น จังหวัดตรัง ขณะนี้ป่าพรุฝั่งอ่าวไทยทางภาคใต้จะมีพืชน้ำที่ชื่อ กระจูด อยู่มาก โดยแหล่งใหญ่ที่สุดอยู่ที่จังหวัดนครราชสีมา นครศรีธรรมราช เช่นเดียวกับย่านลิเภาและหางอวนปัจจุบันก็พบอยู่ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีก พืชน้ำที่พบทั้งในพื้นที่น้ำไหลตลอดเวลา ทำให้ผักตบเจริญเติบโตและมีสีสวยกว่าแหล่งอื่น เหมาะสำรับนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในงานหัตถกรรม

จุดเด่นผลิตภัณฑ์เส้นใยพืช

จุดเด่นที่สำคัญด้านที่ทำให้ไทยเริ่มมีชื่อเสียงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากเส้นใยพืชก็คือความแปลกใหม่ และความหลากหลายของเส้นใยแต่ละชนิด ซึ่งพบแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ทำให้เรามีผลิตภัณฑ์จากเส้นใยพืช วัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นสามารถนำมาทำผลิตภัณฑ์ได้มากและต้นทุนไม่สูง ประกอบกับฝีมือการจักสานที่สืบทอดกันมานานหลายชั่วอายุคน ทำให้สินค้าไทยมีคุณภาพดีและราคาไม่แพงมากเมื่อเทียบกับงานหัตถกรรมจากเส้นใยพืชของประเทศคู่แข่ง หลายประเทศเริ่มหันมาสนใจสินค้าประเภทที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติมากกว่าวัตถุที่สังเคราะห์ขึ้น

เพราะบางประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา เมื่อเลิกใช้งานก็จะนำไปฝังดินเป็นปุ๋ยจากธรรมชาติต่อไป ส่วนประเทศในเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น ก็พบว่าผู้ที่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์เส้นใยพืชของไทยไม่เพียงดูจากคุณภาพสินค้าและความละเอียดอ่อนของฝีมือ แต่งานทุกชิ้นยังมีประวัติความเป็นมาซึ่งบ่งบอกถึงภูมิปัญญาหรือวัฒนธรรมของบรรพบุรุษที่สามารถนำมาบอกเล่า สร้างคุณค่าให้สินค้าได้มากขึ้น เช่น งานหัตถกรรมจากเตยป้าหนั้น ในอดีตการจักสานเตยป้าหนั้นเป็นข้าวของเครื่องใช้ในครอบครัว ถือเป็นหน้าที่ของผู้หญิงทุกคนที่ต้องฝึกหัดตั้งแต่เล็ก หากฝีมือดีก็เป็นตัวบ่งชี้ถึงคุณสมบัติที่ดีสำหรับการเป็นแม่บ้านในอนาคต ฉะนั้นผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นจึงหมายถึงงานฝีมือที่ผู้ทำมีความภาคภูมิใจในการผลิต ทำให้ความพร้อมของฝีมือชาวบ้านในการพัฒนาผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมประเภทนี้จึงมีบุคลากรคุณภาพมากกว่าร้อยละ 50 ทั่วประเทศที่สามารถขยายการผลิตในระดับท้องถิ่นสู่ตลาดส่งออกได้

2.1.2.11 ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังไทย

“เครื่องหนัง” จัดเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่สนองประโยชน์ใช้สอยในการดำรงชีวิตของมนุษย์ตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ โดยมนุษย์เริ่มรู้จักนำหนังสัตว์มาตากให้แห้งก่อนนำไปประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เช่น เครื่องนุ่งห่ม รองเท้า กระเป๋า อานม้า เกราะ และอาวุธ ฯลฯ ส่วนในประเทศไทยพบหลักฐานว่าสมัยเชียงแสน สุโขทัย มีการนำหนังสัตว์มาทำรองเท้า กลอง และโล่ป้องกันอาวุธ จากนั้นสมัยกรุงศรีอยุธยา ได้มีการพัฒนาให้เป็นเครื่องใช้ในครัวเรือนรวมทั้งเกิดการแสดง “หนังตะลุง” ขึ้นในภาคใต้ของไทย การละเล่นพื้นบ้านที่ใช้ตัวแสดงเป็นหนังแกะสลัก ฉลุเป็นลวดลายด้วยหนังวัวหรือหนังควาย

จนสมัยรัตนโกสินทร์ การค้าขายกับต่างประเทศส่งผลให้ชาวต่างชาติ เช่น ยุโรป และสหรัฐอเมริกา นำหนังฟอกคุณภาพดีเข้ามา พร้อมผลิตภัณฑ์เครื่องหนังหลายชนิด ทำให้คนไทยเกิดความนิยมและใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังมากขึ้นมีการผลิตเครื่องหนังภายในประเทศตามมา โดยได้รับการถ่ายทอดความรู้และวิทยาการผลิตเครื่องหนังจากชาวยุโรปและสหรัฐอเมริกา ที่มาตั้งโรงงานผลิต เช่น กรรมวิธีการฟอกหนัง การทำรองเท้า เข็มขัด กระเป๋า เรือยมา

สำหรับหนังสัตว์ที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์เครื่องหนังในปัจจุบันมี 3 ประเภท ได้แก่ หนังประเภทคุณภาพสูง ได้แก่ หนังวัวและหนังควายฟอกฟาด วิธีการฟอกฟาดเหมาะสำหรับใช้ฟอกหนังที่มีความหนาหลายๆ และหนังที่ได้จะมีความหนาแข็งแรงคงทนสูง หนังประเภทใช้ผิว ได้แก่ หนังวัว หนังควาย หนังงู หนังจระเข้ หนังตะกวด หนังตุ๊กแก หนังหมู หนังปลากระเบน หนังนกกกระจอกเทศ ฯลฯ

หนังประเภทใช้ขน ได้แก่ หนังวัวชนิดมีขน กระต่าย ชะนี จิงโจ้ ฯลฯ นอกจากนี้ยังมี หนังเทียม ซึ่งได้จากวัตถุดิบอื่นที่ทำเลียนแบบหนังแท้ ทั้งนี้แหล่งที่มีวัตถุดิบที่ใช้ผลิตหนัง จะขึ้นอยู่กับสภาพพื้นที่ ที่เหมาะกับการเลี้ยงสัตว์ชนิดนั้น เช่น หนังปลากระเบน จะได้จากพื้นที่ติดทะเล เช่น จ.ระนอง จ.ตรัง ฯลฯ

จุดเด่นผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง

ปัจจุบันเครื่องหนังไทยมีหลายประเภท มีทั้งผลิตเพื่อใช้สอยเพื่อประดับสวมใส่เพื่อความบันเทิง ฯลฯ โดยวัตถุดิบที่ใช้แตกต่างกันออกไป แต่รูปแบบจากผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเครื่องหนังมี 2 ประเภท ตามลักษณะวิธีการผลิต คือ เครื่องหนังแกะสลักลวดลาย กับเครื่องหนังตัดเย็บและจักสาน แต่ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์จากหนังประเภทใด ทุกวันนี้ได้มีการพัฒนาขึ้นเพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาดแทบทั้งสิ้น

เครื่องหนังแกะสลักลวดลาย ซึ่งส่วนใหญ่ยังเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่รักษาและอนุรักษ์วิธีการผลิตมาจากบรรพบุรุษ ทั้งรูปหนังตุ๊ก รูปหนังใหญ่ ปัจจุบันช่างทำหนังเหล่านี้

เป็นช่างฝีมือดี ที่อาศัยความชำนาญเฉพาะด้านและความรักในงานหัตถกรรมยังพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องแม้ยุคสมัยจะเปลี่ยนไป ฉะนั้นเพื่อให้อาชีพช่างหนังตะลุงคงอยู่ จึงมีการเผยแพร่ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นำลวดลายของหนังตะลุงมาผลิตเป็นสินค้าที่เหมาะสมสำหรับคนยุคนี้ เช่น รูปแกะสลักลวดลายต่างๆ พัด พวงกุญแจ โคมไฟ ฯลฯ

หัตถกรรมจากหนังอีกประเภทที่ยังมีผู้ชำนาญเฉพาะด้านก็คือ กลอง เครื่องดนตรีที่ช่วยสร้างความบันเทิงให้โลก แต่รูปทรงจะแตกต่างกันตามวัฒนธรรมของแต่ละประเทศโดยแหล่งผลิตที่สำคัญและเหลืออยู่เพียงแห่งเดียวในประเทศไทย ที่ตำบลเอกราช อำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง ช่างกลองฝีมือเยี่ยมของที่นี่สามารถสร้างผลิตภัณฑ์กลองคุณภาพดี มีชื่อเสียงจนปัจจุบัน ไม่เพียงผลิตกลองจำหน่ายในประเทศ แต่ยังมีชาวต่างชาติหลายประเทศนำต้นแบบกลองมาให้ผลิตอย่างต่อเนื่อง

เครื่องหนังตัดเย็บและจักสานปัจจุบันมีทั้งการทำด้วยมือและอาศัยเครื่องจักรในระดับอุตสาหกรรม แต่ต้องใช้เทคโนโลยีจากต่างประเทศในกระบวนการผลิต ประกอบกับฝีมือช่างอันประณีตของไทย ทำให้วันนี้ไทยเป็นฐานการผลิตผลิตภัณฑ์จากเครื่องหนังชื่อดังหลายแห่งเพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้ทั้งเครื่องจักรและแรงงานฝีมือ ซึ่งทุกวันนี้ไทยมีศักยภาพค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับในภูมิภาคนี้ เช่น เครื่องหนังจากหนังจระเข้ของฟาร์มศรีราชา นับเป็นแหล่งผลิตเครื่องหนังจระเข้ครบวงจรแห่งเดียวในประเทศไทย ซึ่งมีแบรนด์เนมเป็นของตัวเอง

2.1.2.12 ดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ไทย

วิวัฒนาการของการทำดอกไม้ประดิษฐ์ในประเทศไทย เริ่มมีขึ้นตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 โดยสมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ ได้โปรดเกล้าให้นำครูชาวต่างชาติมาสอนวิธีทำดอกไม้ประดิษฐ์ที่โรงเรียนราชินี โดยใช้ผ้าแพรและกระดาษย่นเป็นวัสดุในการทำ ต่อมาเมื่อผู้คิดค้นดัดแปลงทำเป็นดอกไม้ไทยเพื่อเลียนแบบธรรมชาติ

ความเจริญก้าวหน้าของสังคมยุคปัจจุบัน ทำให้มนุษย์ห่างเหินจากธรรมชาติ..... ทุกวันนี้ดอกไม้ประดิษฐ์จึงเข้ามาทดแทนดอกไม้สดในการตกแต่งอาคารบ้านเรือน ประดับเสื้อผ้าสวยงามให้ความรู้สึกใกล้ชิดธรรมชาติ ที่สำคัญคือความคงทน งดงามอยู่ได้ตลอดทุกฤดูกาล ทำให้ดอกไม้ประดิษฐ์กลายเป็นสิ่งประดับเพิ่มความสดชื่นสวยงาม ให้กับชีวิตประจำวันของคนทั่วโลก งานดอกไม้ประดิษฐ์จึงเน้นความเหมือนดอกไม้จริงและใกล้เคียงธรรมชาติมากที่สุด

ทั้งนี้ วัตถุดิบประเภทพลาสติกและโพลีเอสเตอร์ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ส่วนผ้าฝ้าย ผ้าไหม เป็นวัตถุดิบที่ผลิตในประเทศ ขณะที่วัตถุดิบประเภทเส้นใยพืชก็หาได้ง่ายตามท้องถิ่นต่างๆ นอกจากนี้ยังมีดอกไม้แห้งเป็นวัตถุดิบจากพืชธรรมชาติโดยตรง คือ ใบไม้ กิ่งไม้

หรือแม้แต่ต้นไม้อื่นๆ ซึ่งมีทั้งปลูกขึ้นเองและเก็บมาจากป่า เช่น ฝักบัว ข้าวสาลี ข้าวโพด ข้าวฟ่าง ดอกกระดาด ดอกบัวตอง ลูกสน ฯลฯ

จุดเด่นผลิตภัณฑ์ดอกไม้และต้นไม้อะดิษฐ์ไทย

ความเปลี่ยนแปลงของสังคมที่มีพื้นที่ธรรมชาติลดลง โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ ส่งผลให้ดอกไม้ประดิษฐ์มีตลาดเพิ่มมากขึ้นทดแทนดอกไม้จากธรรมชาติ โดยดอกไม้ประดิษฐ์และดอกไม้ผ้าโพลีเอสเตอร์ส่วนใหญ่จะผลิตโดยใช้เครื่องจักรเป็นหลัก และอาศัยแรงงานคนเฉพาะการประกอบเป็นช่อดอกสำเร็จรูปเท่านั้น ส่วนใหญ่เป็นดอกไม้ที่รู้จักในต่างชาติ เช่น ดอกกุหลาบซึ่งเน้นตามคำสั่งซื้อตามความนิยมของแต่ละประเทศ

ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ของไทยได้กลับมาเน้นวัตถุดิบที่ได้จากธรรมชาติ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้ได้ดอกไม้ที่ประดิษฐ์ออกมามีความใกล้เคียงจากท้องถิ่นให้มีการพัฒนาเป็นดอกไม้ประดิษฐ์ เช่น ใบยางพารา ซึ่งมีมากในภาคใต้หรือผลิตภัณฑ์ดอกไม้แห้ง ซึ่งทั้งเป็นช่อดอกไม้แห้งสำเร็จรูปและบุหงารำไป โดยแหล่งผลิตที่สำคัญ ได้แก่ โครงการหลวง ฯลฯ ซึ่งมีการพัฒนาวัตถุดิบที่มีมาก ในท้องถิ่นภาคเหนือ ที่ให้ชาวไทยภูเขาปลูกทดแทนฝิ่น กับเป็นงานหัตถกรรมของคนไทยที่ได้รับความนิยมจากทั้งในและต่างประเทศ

ทั้งนี้จุดเด่นของดอกไม้แห้ง ก็คือความเป็นธรรมชาติ ที่ผสมผสานกับเทคโนโลยีการอบแห้ง ที่ผ่านการฆ่าเชื้อโรค ป้องกันเชื้อรา นำมาจัดกับวัตถุดิบอื่น เช่น กระเช้า กระดาด หรือวัสดุอื่นได้อย่างกลมกลืน นอกจากนี้ยังมีกรรมวิธียุคสมัยดั้งเดิมของไทย ด้วยกรรมวิธีที่ส่งสมมาจากบรรพบุรุษกลายเป็นสินค้าที่กลิ่นหอม เหมาะสำหรับใช้เป็นของที่ระลึก ใส่ตู้เสื้อผ้า รยยนต์ ในห้องนอนเพื่อให้บรรยากาศสดชื่น ซึ่งโดยทั่วไปดอกไม้แห้งที่นิยมทำบุหงารำไปมีดอกกุหลาบ ดอกบานไม่รู้โรย ดอกกระดาด ดอกรัก ใบปริกา ฯลฯ ทั้งนี้ดอกไม้แห้งและผลิตภัณฑ์เครื่องหอมประเภทบุหงารำไปเป็นอีกผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยม เพราะเสน่ห์ในตัวที่สามารถเพิ่มมูลค่าได้อีกจากบรรจุภัณฑ์ ก็สามารถดึงดูดตลาดต่างประเทศได้ไม่ยาก

2.1.2.13 หัตถกรรมกระดาดไทย

หัตถกรรมกระดาดไทย จัดเป็นงานหัตถกรรมจากธรรมชาติที่เกิดขึ้นด้วยการนำเส้นใยพืชชนิดต่างๆ ที่มีในท้องถิ่น ทั้งฟางข้าว หญ้าขจร ฆานอ้อย เปลือกไม้เนื้ออ่อน ประเภทไม้สน ไม้ไผ่ ไม้ยูคาลิปตัส ปอแก้ว ปอสา และป่าน มาผลิตเป็นเชือกเพื่อแปรสภาพให้เป็นกระดาดสำหรับนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ทั้งในรูปของการเขียน การพิมพ์ นำมาหีบห่อหรือการนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์

เป็นเวลากว่าศตวรรษที่บรรพบุรุษไทยริเริ่มคิดค้นกระดาษ จากการใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น เช่น เปลือกข่อย และต้นปอสา เราเรียกชื่อตามวัสดุที่ใช้ คือ การดาษข่อย และกระดาษสา ซึ่งกระดาษทั้งสองชนิดนี้ใช้กรรมวิธีพื้นบ้านแบบเดียวกันในการผลิต เริ่มตั้งแต่การทุบตีเยื่อ และร่อนให้เป็นแผ่นบางๆ ซึ่งเป็นกระบวนการทำกระดาษด้วยมือทั้งสิ้น

ทุกวันนี้กระดาษข่อย เหลือแหล่งผลิตอยู่น้อยมากเพราะวัตถุดิบหายากและอาจต้องสูญหายไป หากไม่มีการอนุรักษ์ ส่วนกระดาษสาทำขึ้นจากปอสา ซึ่งเป็นพืชประเภทเส้นใยอยู่ในตระกูล Moeaceae มีชื่อทางพฤกษศาสตร์ว่า *Beoussometia Papyrifera Vent* เป็นไม้พุ่มชุ่มชื้นที่สามารถขึ้นในทุกภาคของไทยและมีการเรียกชื่อที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น เช่น คนไทยในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เรียกปอสา ภาคตะวันตกเรียกว่า “หมอพี” หรือ “หมกพี” ในภาคใต้เรียกว่า “ปอฝ้าย” โดยแหล่งปอสาพบมากในภาคเหนือ เช่น จ.น่าน จ.ลำปาง จ.เชียงใหม่ จ.เชียงราย จ.พะเยา และ จ.สุโขทัย

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์กระดาษไทย

กระดาษสา เป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสำคัญของไทยมาหลายร้อยปี ตั้งแต่การทำสมุดไทย เพื่อใช้เป็นตำราเรียนพุทธศาสนา และใช้บันทึกตำรายาโบราณของไทย การทำกระดาษสาที่มีอายุการใช้งานนานนับร้อยปี จากผลิตภัณฑ์ประเภทร่มของพระครูคงค์ และได้พัฒนาเรื่อยมาจนเป็นร่มใช้ของคนทั่วไป แม้แต่หัตถกรรมเครื่องเล่นของไทยคือ ว่าว ก็ทำจากกระดาษสา มาร่วมกว่า 700 ปี ด้วยคุณสมบัติพิเศษ คือ ความเหนียวนุ่ม มีอายุการใช้งานนานนับร้อยปี โดยมีการฟุกร่อน แมลงจำพวก มด ปลวก ไม่มาทำลาย ทำให้กระดาษสา มีความทนทาน

วันนี้ผลิตภัณฑ์จากกระดาษสาจึงเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้าน จากอาชีพเสริม กลายเป็นอาชีพหลักพร้อมทั้งมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย เช่น ใช้เครื่องจักรตีเยื่อปอสาช่วยให้ผลิตกระดาษสาได้เร็วขึ้นและมีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับยุคสมัยมากขึ้น เช่น โคมไฟของจดหมาย กระดาษบันทึก กระดาษห่อของขวัญ และยังมีการนำมาผสมผสานกันเส้นใยประเภทอื่นเพื่อให้เป็นลวดลายจากธรรมชาติที่มีตลาดรองรับทั้งในและนอกต่างประเทศ

ขณะเดียวกันบางแห่งมีการปรับปรุง โดยนำเอาเส้นใยธรรมชาติชนิดอื่นมาผสมกับเยื่อกระดาษสา เพื่อเพิ่มความเหนียวและทน นอกจากนี้ไทยยังมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเส้นใยพืชหลายชนิดที่มีคุณสมบัติพิเศษเฉพาะด้าน เช่น กระดาษจากใยไหมมีคุณสมบัติกันตัวง่าย กระดาษใยมะพร้าวสามารถเก็บเสียงได้ดี กระดาษใยกล้วยช่วยให้กระดาษสา มีความขาวขึ้น และกระดาษผสมเยื่อสับปะรด จะช่วยเพิ่มเส้นใยและความเหนียวทนทานให้กับกระดาษสามากยิ่งขึ้น ซึ่งผลิตภัณฑ์กระดาษเช่นนี้ จะเป็นจุดเด่นของกระดาษไทยที่ช่วยสร้างตลาดกลุ่มใหม่ในอนาคต

2.1.2.14 เครื่องรัก เครื่องเงิน

การ “ลงรักปิดทอง” ถือเป็นเอกลักษณ์ไทยที่มีมาแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา เป็นของสูงที่ใช้ในพิธีทางพุทธศาสนาและสถาบันพระมหากษัตริย์ จึงไม่ปรากฏแพร่หลายในหมู่ราษฎร และเนื่องจากมีขั้นตอนการผลิตละเอียดซับซ้อน ต้องอาศัยฝีมือและความอดทนของช่างสูง ทำให้ราคาสูงจึงไม่ได้รับความนิยมจากคนทั่วไป ยกเว้นทางภาคเหนือของไทยที่มีการทำ “เครื่องรัก” ในหมู่สามัญชนซึ่งเรียกว่า “เครื่องเงิน” รูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเงินที่เก่าแก่ที่สุด คือ จุกเปิดคนโทน้ำสมัยทวารวดี

รัก หรือ ยางรัก เป็นวัตถุดิบสำคัญในการทำเครื่องรักหรือเครื่องเงิน เพราะคุณสมบัติพิเศษที่เหนียว ชุ่ม มีความมันวาวเมื่อแห้ง นับเป็นกาวจากธรรมชาติสีดำที่ได้จากการเจาะต้นรัก วัตถุดิบทดแทนกาวของบรรพบุรุษไทยในเขตภาคเหนือ แต่เดิมมีการนำยางรักมาทาเคลือบผิวไม้และไม้ไผ่ เพื่อให้พื้นผิวประสานกันอย่างสนิท ป้องกันซึม ความชื้น ทนต่อความร้อนและสารเคมีได้ดี จึงมีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หลายประเภท เช่น ขันน้ำ แอบยา เขี่ยนหมาก หีบใส่เสื้อผ้า ขันโตก ฯลฯ แต่ที่สำคัญยังมีการผลิตเป็นงานศิลปวัตถุ เช่น บริเวณบานประตู หน้าต่าง พระอุโบสถ และวิหารตามวัดหลายแห่ง

ยางรักไทยได้จากต้นรักใหญ่ที่มีมากทางภาคเหนือเพราะเป็นไม้ที่ชอบขึ้นบริเวณป่าโปร่งแสง พบมากในเขตอำเภอจอมทอง อำเภอเชียงดาว จ.เชียงใหม่ และ จ.แม่ฮ่องสอน นอกจากนี้ยังพบได้ในแถบเอเชียอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เวียดนาม ลาว และพม่า แต่ไทยเป็นหนึ่งในแหล่งผลิตเครื่องรักที่สำคัญ

จุดเด่นผลิตภัณฑ์เครื่องรัก เครื่องเงินไทย

รูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องรักหรือเครื่องเงิน โดยทั่วไปจุดเด่นของสินค้าแต่ละชนิดจะแบ่งตามกรรมวิธีการผลิต โดยปัจจุบันมีประมาณ 6 ประเภท คือ

เครื่องรักแบบโบราณ จะตกแต่งลวดลายภาชนะเฉพาะสีขาว ต่อจากนั้นจะประดับด้วยกระจกสีหรือเขียนสี ปิดทองลงบนลวดลายที่ขีดไว้ ปัจจุบันนิยมนำมาเป็นเครื่องตกแต่งบ้าน ปัจจุบันยังคงลวดลายไว้ แต่ปรับปรุงกรรมวิธีการผลิต โดยอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยให้ได้ผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่มากขึ้น เพื่อลดต้นทุนการผลิต สามารถจำหน่ายได้ทั้งในและต่างประเทศ

เครื่องรักลายขุด หรือเรียกว่าแบบเขียงตุ้ง ถือเป็นกรรมวิธีดั้งเดิมของการทำเครื่องรักในภาคเหนือ มีการตกแต่งลายด้วยการขุดแกะลงในพื้นรักสีดำ แล้วจึงเขียนลวดลายบนโครงที่ลงรักไว้แล้วด้วยน้ำยา ก่อนจึงเข็ดรักออกแล้วปิดทองนำไปรดน้ำ ทองส่วนเกินจะหลุดลอกเหลือเพียงลวดลายที่ต้องการเรียกว่าลายรดน้ำ ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์ของไทยอย่างแท้จริง เช่น ตู้พระอภิธรรม บานประตูโบสถ์ เครื่องประดับสมัยต่างๆ

ส่วนเครื่องรักลงรักปิดทองจะไม่มีกรเขียนลวดลายด้วยน้ำยาก่อน แต่จะปิดทองลงบนโครงเครื่องรักนั้นเลย ส่วนมากจะเป็นผลิตภัณฑ์พวกงานปั้น งานแกะสลัก เช่น พระพุทธรูป หน้าบัน

เครื่องรักประดับกระจก ในสมัยโบราณมักทำเป็นเครื่องประดับสวมหัวสำหรับตัวละครและหัวโขนต่างๆ ความงดงามอยู่ที่สีส้มของกระจกซึ่งสะท้อนแสงระยิบระยับ ปัจจุบันรูปแบบเครื่องรักประดับกระจกเปลี่ยนมาเป็นเครื่องประดับตกแต่งบ้านและของที่ระลึกต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องแขวนกรอบรูป กรอบกระจก ก่อถ่วงบรรจุภัณฑ์

เครื่องรักผสมเปลือกไข่ พัฒนามาจากเครื่องรักประดับมุก ซึ่งใช้เปลือกหอยมุกมาประดับเครื่องรัก เนื่องจากราคาที่สูงมากจึงนำเปลือกไข่มาใช้ทดแทนและได้รับความนิยมจากตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะชาวต่างประเทศไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ชิ้นเล็กหรือใหญ่จะได้รับความสนใจซื้อหากลับไปเป็นที่ระลึกอยู่เสมอ เช่น แจกัน กำไล ที่คาดผม เข็มกลัดคิดเสีย

เครื่องรักสี แต่เดิมมีเพียงสีขาวเท่านั้น เมื่อวิทยาการเจริญก้าวหน้าขึ้น จึงมีการนำสีวิทยาศาสตร์หรือผงโลหะผสมกับยางรักเพื่อให้เกิดสีต่างๆ นำมาประกอบกับลวดลายอันเป็นเอกลักษณ์ของไทย ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามเพิ่มขึ้นไปอีก นับเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถพัฒนาสู่สินค้าที่สอดคล้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของสังคมตะวันตกได้

2.1.2.15 อัญมณีและเครื่องประดับ

“อัญมณี” จัดเป็นงานหัตถกรรมจากแร่รัตนชาติที่มีมาแต่สมัยโบราณ ซึ่งเดิมมนุษย์รู้จักและนำมาใช้เป็นเครื่องรางของขลังป้องกันภัยอันตราย เป็นยารักษาโรคและใช้เป็นสัญลักษณ์ต่างๆ ในทางโหราศาสตร์ ตลอดจนทำเป็นเครื่องประดับเพื่อความสวยงามและแสดงความมีฐานะก่อเกิดเป็นคุณค่าและกลายเป็นสินค้าที่มีการแลกเปลี่ยนซื้อขายกันจนถึงปัจจุบัน

ประเทศไทยมีการค้าขายอัญมณีและเครื่องประดับตั้งแต่สมัยสุโขทัย นำเข้ามาจากประเทศอินเดีย พม่าและเขมร (กัมพูชา) จนกระทั่งปี พ.ศ. 2500 เริ่มมีการขุดพบแหล่งพลอยไพไลน (Sapphires) ขึ้นเป็นครั้งแรก โดยชนเผ่าเงี้ยวหรือไทยใหญ่ บริเวณบ้านบ่อแก้ว ต.ไทยฮ้อย อ.เด่นชัย จ.แพร่ พลอยแพร่ที่พบส่วนใหญ่มีสีน้ำเงินเข้มอมดำ หลังจากนั้นก็มี การพบพลอยทับทิมที่ จ.จันทบุรี และ จ.ตราด ทำให้โลกรู้จัก “ทับทิมสยาม” (Siarr, Ruby) รัตนชาติที่มีค่าสูงรองจากเพชรและมีราคาที่สูงที่สุดในกลุ่มแร่คอร์ันดัม หรือแร่ที่มีเนื้อสีโปรงแสง ความพร้อมของแหล่งแร่รัตนชาติช่วยให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าพลอยสีที่สำคัญ 1 ใน 5 ของโลกในเวลาต่อมา

ส่วน “เพชร” อัญมณีซึ่งมีค่าสูงที่สุดเมื่อเทียบกับอัญมณีที่มีอยู่ทั่วโลก ในประเทศไทยพบอยู่ตลอดแนวฝั่งทะเลอันดามัน ซึ่งมีการขุดพบมานับ 100 ปีแล้ว โดยเพชรที่พบจะติดขึ้นมาพร้อมกับเรือขุดแร่ดีบุก จนมีคำกล่าวในกลุ่มชาวประมงว่า ทรายใดที่มีเรือขุดทรายนั้นเรา

พบเพชรทะเลหรือที่ชาวบ้านเรียก “เพชรพังงา” เสมอ ที่ผ่านมายังไม่มีการสำรวจใดๆ และเพชรที่พบแต่ละครั้งมีปริมาณไม่มากนัก ขณะนี้นักวิจัยที่เกี่ยวข้องกำลังศึกษาและสำรวจอย่างจริงจัง เพราะอาจเป็นแหล่งเพชรที่สำคัญของประเทศในอนาคต และเพื่อให้ไทยคงความเป็นศูนย์กลางทุกด้านของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ภาครัฐจึงมีมาตรการเชิงรุกในการแสวงหาแหล่งวัตถุดิบแห่งใหม่ทั้งในและนอกประเทศ โดยความร่วมมือกันของกรมส่งเสริมการส่งออก กรมทรัพยากรธรณี กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงต่างประเทศ และกระทรวงการคลัง ได้เข้ามาช่วยเหลือภาคเอกชนอย่างใกล้ชิด เพราะเวลานี้ทับทิมและไพลินในทวีปเอเชียเริ่มมีปริมาณลดลงอย่างต่อเนื่องรวมทั้งไทย

จุดเด่นผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ

ความเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีที่สำคัญของโลก โดยเฉพาะชื่อเสียงของแหล่งซื้อขายอัญมณีภูมิภาค ที่รู้จักทั้งชาวไทยและต่างชาติ ซึ่งมีการซื้อขายกันมากกว่า 50 ปี คือ ตลาดค้าอัญมณี จ. จันทบุรี ประสบการณ์ ความชำนาญ และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับพลอยวันนี้เราจึงได้รับการยอมรับให้เป็นศูนย์กลางเผาหรือแต่ง พลอยอันดับหนึ่งของเอเชียและของโลกรวมทั้งเป็นแหล่งเจียรไนพลอยที่สำคัญของภูมิภาคอีกด้วย

การสร้างเชื่อมั่นให้ไทยอีกด้านที่สำคัญ คือ การจัดตั้งห้องปฏิบัติการตรวจสอบอัญมณีที่เป็นของชาติขึ้น โดยกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเห็นศักยภาพของอุตสาหกรรมนี้จึงร่วมกับกระทรวงอุตสาหกรรมเสนอให้จัดตั้ง “สถานวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ” (The Gem and Jewelry Institute of Thailand: GIT) ขึ้นเมื่อ ปี พ.ศ. 2541 ทำให้ไทยมีห้องปฏิบัติการตรวจสอบอัญมณีที่ทันสมัยมากที่สุดในภูมิภาค มีศูนย์ข้อมูล ศูนย์วิจัย ศูนย์ฝึกอบรมอัญมณีศาสตร์ สร้างบุคลากรอย่างจริงจัง ทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติเป็นครั้งแรก เพื่อเพิ่มบุคลากรด้านนี้โดยเฉพาะ พร้อมให้บริการตรวจสอบ วิเคราะห์ และออกใบรับรองอัญมณีแก่ผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไปตามมาตรฐานสากล

2.1.3 วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise)

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะ เป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือ ไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

ทุนของชุมชน ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม (กฎเกณฑ์ทางสังคมที่ร้อยรัดผู้คนให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชน เป็นพี่เป็นน้องไว้ใจกัน)

ลักษณะสำคัญของวิสาหกิจชุมชน มีองค์ประกอบอย่างน้อย 7 ประการ

1. ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ
2. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน โดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากร ทุน แรงงานในชุมชน เป็นหลัก
3. ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน
4. เป็นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานภูมิปัญญาสากล
5. มีการดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ
6. มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ
7. มีการพึ่งพาตนเองของครอบครัวและชุมชนเป็นเป้าหมาย เครื่องข่ายวิสาหกิจชุมชน หมายถึง คณะบุคคลที่รวมตัวกัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการทำกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงาน ของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

ประโยชน์ของวิสาหกิจชุมชน

1. การรวมตัวกันของเกษตรกรในการประกอบธุรกิจในระดับชุมชน มีความมั่นคง ได้รับการรับรองตามกฎหมาย
2. การส่งเสริมความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาความสามารถในการจัดการตรงตามความต้องการที่แท้จริง
3. ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้ มีความพร้อมที่จะพัฒนาสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคต

2.1.4 กลยุทธ์ทางการตลาด

การวางแผนการตลาดโดยใช้ 4p

การวางแผนการตลาดโดยใช้ 4p กลยุทธ์ทางการตลาดนั้นมีอยู่มากมาย แต่ที่เป็นที่รู้จัก และเป็นพื้นฐานที่สุดก็คือการใช้ 4p (Product, Price, Place, Promotion) ซึ่งหลักการใช้คือการวางแผนในแต่ละส่วนให้เข้ากัน และเป็นที่ต้องการของกลุ่ม เป้าหมายที่เราเลือกเอาไว้ให้มากที่สุด ในบางธุรกิจอาจจะไม่สามารถปรับเปลี่ยนทั้ง 4p ได้ทั้งหมดในระยะสั้นก็ไม่ใช่เพราะเราสามารถค่อยๆ ปรับกลยุทธ์จนได้ ส่วนผสมทางการตลาดได้เหมาะสมที่สุด (4p อาจจะเรียกว่า Marketing Mix) มีดังนี้ (ไทยเอสเอ็มอี เซ็นเตอร์. 2549 : 1-2)

2.1.4.1 Product ก็คือสินค้าหรือบริการที่เราจะเสนอให้กับลูกค้า แนวทางการกำหนดตัว Product ให้เหมาะสมก็ต้องดูว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการอะไร เช่น ต้องการน้ำผลไม้ที่สะอาด สด ในบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด โดยไม่สนรสชาติเราก็ต้องทำตามที่ลูกค้าต้องการ ไม่ใช่

ว่าเราชอบหวานก็จะพยายามใส่น้ำตาลเข้าไป แต่โดยทั่วไปแนวทางที่จะทำสินค้าให้ขายได้มีอยู่สองอย่าง คือ

- สินค้าที่มีความแตกต่าง โดยการสร้างความแตกต่างนั้น จะต้องเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จริงว่าต่างกันและลูกค้าตระหนักและชอบในแนวทางนี้ เช่น คุณสมบัติพิเศษ รูปลักษณ์ การใช้งาน ความปลอดภัย ความคงทน โดยกลุ่มลูกค้าที่เราจะจับก็จะเป็นลูกค้าที่ไม่มีการแข่งขันมาก (Niche Market)

- สินค้าที่มีราคาต่ำนั้น คือการยอมลดคุณภาพในบางด้านที่ไม่สำคัญลงไป เช่น สินค้าที่ผลิตจากจีน จะมีคุณภาพพอใช้งานได้ แต่ถูกมากๆ หรือสินค้าที่เลียนแบบแบรนด์ดังๆ ซุปเปอร์สโตร์ต่างๆ จริงๆ แล้วสำหรับนักธุรกิจมือใหม่ควรเลือกในแนวทางสร้างความแตกต่างมากกว่าการเป็นสินค้าราคาถูกเพราะหากเป็นด้านการผลิตแล้วรายใหญ่จะมีต้นทุนการผลิตที่ถูกกว่ารายย่อย แต่หากเป็นด้านบริการเราอาจจะเริ่มต้นที่ราคาถูกก่อนแล้วค่อยๆ หาดตลาดที่รายใหญ่ไม่สนใจ

2.1.4.2 Price ราคาเป็นสิ่งที่ค่อนข้างสำคัญในการตลาด แต่ไม่ใช่ว่า คิดอะไรไม่ออกก็ลดราคาอย่างเดียวเพราะการลดราคาสินค้า อาจจะไม่ช่วยให้การขายดีขึ้นได้ หากปัญหาอื่นๆ ยังไม่ได้รับการแก้ไขการตั้งราคาในที่นี้จะเป็นการตั้งราคาให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมายของเรา เช่น หากเราขายน้ำผลไม้ที่จุกจุก ราคาอาจต้องถูกหน่อย แต่หากขายที่สยามหากตั้งราคาถูกไป เช่น 10 บาท กลุ่มที่เป็นเป้าหมายอยากให้อาจจะไม่ซื้อ แต่คนที่ซื้ออาจจะเป็นคนอีกกลุ่มซึ่งมีน้อยกว่า และไม่คุ้มที่จะขายแบบนี้ในสยามยิ่งไปกว่านั้นหากราคาและรูปลักษณ์สินค้าไม่เข้ากัน ลูกค้าก็จะเกิดความข้องใจ และอาจจะกังวลที่จะซื้อ เพราะราคาคือตัวบ่งบอกภาพลักษณ์ของสินค้าที่สำคัญที่สุด อย่างไรก็ตามในด้านการทำธุรกิจขนาดย่อมแล้วราคาที่เรากำลังมองหาทำให้ได้คิดอะไรสักชิ้นขนาดนั้น แต่จะมองกันในเรื่องของตัวเลขซึ่งจะมีวิธีกำหนดราคาย่างต่างๆ ดังนี้

- กำหนดราคาตามลูกค้า คือการกำหนดราคาตามที่เราคิดว่า ลูกค้าจะเต็มใจจ่ายซึ่งอาจจะได้มาจากการทำสำรวจ หรือแบบสอบถาม

- กำหนดราคาตามตลาด คือ การกำหนดราคาตามคู่แข่งในตลาดซึ่งอาจจะต่ำมากจนเรามีกำไรน้อยดังนั้นหาก เราคิดที่จะกำหนดราคาตามตลาด เราจะต้องมานั่งคิดคำนวณย้อนกลับว่า ต้นทุนสินค้าควรเป็นเท่าไรเพื่อจะได้กำไรตามที่ตั้งเป้า แล้วมาหาทางลดต้นทุนลง

- กำหนดราคาตามต้นทุนบวกกำไร วิธีนี้เป็นการคำนวณว่าต้นทุนของเราอยู่ที่เท่าใด แล้วบวกค่าขนส่ง ค่าแรงของเรา บวกกำไรจึงได้มาซึ่งราคา แต่หากราคาที่ได้มาสูงมาก เราอาจจำเป็นต้องมีการทำประชาสัมพันธ์หรือปรับภาพลักษณ์ให้เข้ากับราคาดังนั้น

2.1.4.3 Place คือวิธีการนำสินค้าไปสู่่มือของลูกค้า หากเป็นสินค้าที่จะขายไปหลายๆ แห่ง วิธีการขายหรือการกระจายสินค้าจะมีความสำคัญมาก หลักของการเลือกวิธีการกระจายสินค้านั้นไม่ใช่ขายให้มากสถานที่ที่สุดจะดีเสมอ เพราะมันขึ้นอยู่กับว่า สินค้าของท่านคืออะไร และกลุ่มเป้าหมายท่านคือใคร เช่นของใช้ในระดับบน ควรจะจำกัดการขายไม่ให้มีมากเกินไป เพราะอาจจะทำให้เสียภาพลักษณ์ได้สิ่งที่เราควรจะคำนึงอีกอย่างของวิธีการกระจายสินค้าคือต้นทุนการกระจายสินค้า เช่น การขายสินค้าใน 7-eleven อาจจะกระจายได้ทั่วถึง แต่อาจจะมีต้นทุนที่สูงกว่าหากจะกล่าวถึงธุรกิจที่เป็นการขายหน้าร้าน Place ในที่นี้ก็คือ ท่าเด ซึ่งก็ควรเลือกที่ให้เหมาะสมกับสินค้าของเราเช่นกัน ตัวอย่างเช่น มานูญครองกับสยามเซ็นเตอร์ จะมีกลุ่มคนเดินที่ต่างออกไปและลักษณะสินค้าและราคาก็ไม่เหมือนกันด้วยทั้งๆ ที่ตั้งอยู่ใกล้กัน ถ้าใครขายที่ได้ก็ต้องพิจารณาตามลักษณะสินค้า

2.1.4.4 Promotion คือการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อบอกลูกค้าถึงลักษณะสินค้าของเรา เช่น โฆษณาในสื่อต่างๆ หรือการทำกิจกรรมที่ทำให้คนมาซื้อสินค้าของเรา เช่น การลดราคาประจำปี หากจะพูดในแง่ของธุรกิจขนาดย่อม การโฆษณาอาจจะเป็นสิ่งที่เกินความจำเป็นเพราะจะต้องใช้เงินจะมากหรือน้อยก็ขึ้นกับช่องทางที่เราจะใช้ที่ดีและอาจจะฟรีคือสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งมีผู้ใช้เพิ่มจำนวนขึ้นมากในแต่ละปี สื่ออื่นๆ ที่ราคาถูกก็จะเป็นพวกใบปลิว โปสเตอร์ หากเป็นสื่อท้องถิ่นก็จะมี รถแห่ วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิธีในการเลือกสื่อ นอกจากจะดูเรื่องค่าใช้จ่ายแล้ว ควรดูเรื่องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วย เช่น หากจะโฆษณาให้กลุ่มผู้ใหญ่โดยเลือกสื่ออินเทอร์เน็ต (เพราะใช้บริการได้ฟรี) ก็อาจจะเลือกเว็บไซต์ที่ผู้ใหญ่เล่นไม่ใช่เว็บไซต์ที่วัยรุ่นเข้ามาคุยกัน เป็นต้น

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าของที่ระลึกนั้นมีจำนวนไม่มากนัก งานวิจัยที่จะนำเสนอต่อไปนี้ มีจำนวนสามเรื่อง เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ เรื่อง การจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของศิลปหัตถกรรมในภูมิภาคตะวันตก โดย อาถิติ วัฒนสังสุทธิ์และคณะ (2548 : 2-3) ซึ่งทำการวิจัยในเรื่องการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของศิลปหัตถกรรมในภูมิภาคตะวันตกซึ่งครอบคลุม 8 จังหวัดภาคกลางตอนล่าง ได้แก่ นครปฐม ราชบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี สุพรรณบุรี สมุทรสาครและสมุทรสงคราม เป็นวิจัยและนวัตกรรมเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนฐาน ได้ผลการวิจัยที่สำคัญดังนี้ ในเรื่องของคุณลักษณะของประชากร ผู้ตอบเป็นผู้ที่ได้รับมอบหมายจากเจ้าของกิจการและส่วนใหญ่เป็น เพศชาย มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการผลิตน้อยกว่า 5 ปี ในส่วนของ

การผลิตสินค้าธุรกิจมีปริมาณการผลิตสินค้าเพิ่มมากขึ้น มีปริมาณสินค้าคงคลังเพิ่มขึ้นมียอดขายเพิ่มขึ้น มีกำไรสุทธิลดลง ใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดที่เน้นความแตกต่างด้านราคา (ขายถูกกว่า) และมีลูกค้าในประเทศ

ส่วนของปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานที่สำคัญที่สุด 3 ลำดับ คือ ปริมาณการผลิตไม่สม่ำเสมอ มีลูกค้าประจำน้อยและผลิตภัณฑ์มีกำไรต่อหน่วยต่ำเกินไป และที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจมากที่สุดในลักษณะเดียวกัน คือ ปริมาณการผลิตไม่สม่ำเสมอ ผลิตภัณฑ์ มีกำไรต่อหน่วยต่ำเกินไปและมีลูกค้าประจำน้อย ปัจจัยความเสี่ยงทางธุรกิจที่สำคัญมากที่สุด 3 ปัจจัย คือ ต้นทุนการผลิตสูง มีเงินลงทุนไม่เพียงพอและมีคู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้น และที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจมากที่สุดในลักษณะเดียวกันคือ ต้นทุนการผลิตสูง คู่แข่งรายใหม่มากขึ้น และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมในระบบ สำหรับความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ประกอบการ OTOP ในภูมิภาคตะวันตกต่อการเอื้อประโยชน์ของภาครัฐคือ ด้านการตลาด ด้านการจัดการแหล่งวัตถุดิบราคาถูกลงและด้านการเงิน ดังนั้น แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของงานศิลปหัตถกรรมในภูมิภาคตะวันตก ควรถูกสร้างขึ้นโดยการผสมผสานยุทธศาสตร์ระหว่างการเจาะตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การรวมตัวไปข้างหน้าและข้างหลัง

ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2539 : 1-15) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสำรวจความต้องการสินค้าหัตถกรรมในตลาดท่องเที่ยว โดยทำการศึกษาวิจัยรูปแบบและคุณภาพสินค้าหัตถกรรมไทย 10 ประเภทใหญ่ คือ (1) เหยื่อสิ่งทอประเภทผ้าไหม (2) เหยื่อสิ่งทอประเภทผ้าฝ้ายทอมือ (3) เครื่องแต่งกายประเภทผ้าไหม (4) เครื่องแต่งกายประเภทผ้าฝ้ายทอมือ (5) เครื่องแต่งกายประเภทเครื่องประดับอัญมณี ทอง เงิน (6) ของใช้ในบ้านและสำนักงานประเภทหวายและไม้ไผ่ (7) ของใช้ในบ้านและสำนักงานประเภทไม้ (หัตถกรรม) (8) ของตกแต่งบ้านและสำนักงาน (9) ของขวัญของที่ระลึก โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ในประเภทของการวิจัยแบบสำรวจ กลุ่มตัวอย่างมี 2 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 600 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีจำนวน 600 ตัวอย่าง ทำการสำรวจจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและเป็นแหล่งที่มีสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านจำหน่ายโดยมีผลการวิจัยมีดังนี้ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ มีความสนใจเลือกซื้อเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมเพื่อนำไปเป็นของขวัญหรือใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง โดยส่วนใหญ่มีการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมเพื่อเป็นของขวัญ สำหรับการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ และราคาเป็นอันดับ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเอกลักษณ์ไทยและการออกแบบเป็นอันดับ 11 ในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความต้องการมากในเรื่องของ

คุณภาพของสินค้า รูปแบบมีความสวยงาม ความคงทน และรูปแบบมีความหลากหลาย ของสินค้า หัตถกรรม แต่สำหรับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความต้องการในเรื่องของคุณภาพสินค้า และรูปแบบมีความสวยงาม สำหรับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจสินค้าหัตถกรรมไทยทุกประเภทในระดับดี ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจสินค้าหัตถกรรมไทยทุกประเภทในระดับปานกลาง สินค้าหัตถกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่พึงพอใจในสูงสุด คือ เครื่องแต่งกายประเภทเครื่องประดับอัญมณี ทอง เงิน โดยพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ในด้านต่างๆ ของสินค้าหัตถกรรมแต่ละประเภทที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจเรื่องของคุณภาพ สี สัน ประโยชน์ใช้สอย และการออกแบบ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยชาวต่างประเทศได้แสดงข้อคิดเห็นและความคาดหวังต่อสินค้าหัตถกรรมไทยว่าสินค้าแต่ละประเภทควรปรับปรุงลดทอนให้มีความทันสมัย คลาสสิก สี สัน สะอาดและราคาสินค้าไม่ควรแพงเกินไป ในส่วนของสินค้าหัตถกรรมประเภทของขั้วอยู่ที่ระลึก ของขั้วอยู่ที่ระลึกควรมีหลากหลาย ควรมีประโยชน์ใช้สอยมากกว่าที่จะเป็นของที่ระลึกเพียงอย่างเดียวลักษณะของสินค้าควรมีลักษณะสะอาด โดดเด่น เน้นเอกลักษณ์ไทย

การประมาณการความต้องการสินค้าหัตถกรรมในตลาดนักท่องเที่ยวในอนาคตนั้น ใช้ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า (Shopping) ในตลาดท่องเที่ยว จากรายงานสถิติ (Statistical Report) ตั้งแต่ปี 2521 – 2545 เป็นข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มาพยากรณ์ไปในอนาคตถึง ปี พ.ศ. 2550 ซึ่งค่าพยากรณ์ที่ได้พบว่าค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในแต่ละปี โดยค่าพยากรณ์ปี พ.ศ. 2546, 2547, 2548, 2549 และ 2550 ได้ค่า 101, 474.3572, 105,209.6078, 109,082.3522, 113,097.6515 และ 117,260.7532 ล้านบาท ตามลำดับ

สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำโครงการศึกษาวิจัยแนวทางการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า โดยเฉลี่ยทั้งประเทศถูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนไทย ภาคที่มีลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวคนไทยมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ตามลำดับ ภาคกลาง (กทม.) และภาคเหนือจะมีลูกค้าเป็นคนต่างชาติมากกว่าคนไทย ในด้านมูลค่าของสินค้าหัตถกรรมที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนซื้อ โดยเฉลี่ยต่อหนึ่งร้าน พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติซื้อสินค้าในมูลค่าที่สูงกว่า จึงทำให้เห็นถึงความสำคัญของตลาดนักท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศที่มีต่อสินค้าหัตถกรรมของไทย

เมื่อพิจารณาเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ มูลค่าซื้อสินค้าหัตถกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีมูลค่าซื้อสูงสุด คือ สินค้าประเภทอัญมณี เพชรพลอย รองลงมา คือ เครื่องไม้หวายและจักสาน

สินค้าที่มีมูลค่าต่ำสุด คือ งานประดิษฐ์ ผ้าและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า ซึ่งเป็นความแตกต่างที่เกิดจากมูลค่าของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทที่ต่างกัน

ในด้านของสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกา และแคนาดา ซื้อสินค้าหัตถกรรมในมูลค่าสูงสุด รองลงมาคือ ญี่ปุ่น

จากข้อมูล พบว่า ร้านค้าหัตถกรรมสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมากและความต้องการซื้อสินค้าหัตถกรรมก็มีค่อนข้างสูงและไม่จำกัด

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจสินค้าประเภทอัญมณี เพชรพลอยมากที่สุด และเป็นประเภทสินค้าหัตถกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุดในทุกระดับรายได้ โดยมีสินค้าประเภทผ้าและผลิตภัณฑ์ตามมาเป็นอันดับสอง ส่วนสินค้าที่ได้รับความสนใจค่อนข้างน้อย คือ สินค้าประเภทงานประดิษฐ์และอื่นๆ

ทัศนคติต่อสินค้าหัตถกรรมของนักท่องเที่ยว

โดยส่วนใหญ่พบว่านักท่องเที่ยวให้คะแนนสินค้าในระดับดีมากถึงพอใจในด้านรูปแบบซึ่งรวมถึงสีสันทันและการออกแบบ และคุณภาพ อยู่ในระดับดีถึงดีมาก ปัญหาของสินค้าหัตถกรรมที่สำคัญอยู่ที่การบรรจุหีบห่อ และการจัดส่งสินค้า ปัญหาสำคัญที่ตามมาคือ ปัญหาการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและการสื่อสารทำความเข้าใจ ปัญหาอุปสรรคทางด้านภาษา

ในด้านทัศนคติต่อราคา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับที่น่าพอใจ

จากการศึกษา จึงพบว่าการออกแบบของสินค้าหัตถกรรมเป็นจุดขายของตลาดสินค้าหัตถกรรม ปัญหาสำคัญของตลาดอยู่ที่การหีบห่อที่ไม่ได้มาตรฐาน การแก้ไขปัญหาจึงเป็นภารกิจที่ต้องมีการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ไม่มีการติดป้ายราคาของสินค้าทำให้ราคาสินค้าไม่มีมาตรฐาน ผู้ซื้อไม่ต้องการเสียเวลาในการต่อรองราคาภายใต้สภาพข้อจำกัดด้านภาษา

การตลาดสินค้าหัตถกรรมนักท่องเที่ยว จากทัศนะของร้านค้าสินค้าหัตถกรรมพบว่าปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ปัญหาการแข่งขันด้านราคาระหว่างร้านค้าด้วยกันเองรองลงมาคือ..... ปัญหาในการคิดค้นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ

ในด้านการได้มาซึ่งสินค้าหัตถกรรมของร้านค้า พบว่าส่วนใหญ่เป็นประเภทรับมาเพื่อขายต่อ รองลงมา คือ การว่าจ้างผู้อื่นผลิต

ความช่วยเหลือจากทางการที่ร้านค้าต้องการ ร้านค้าส่วนใหญ่ ต้องการความช่วยเหลือด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมาคือการให้มีร้านค้าปลอดภาษี และความช่วยเหลือในการพัฒนาการออกแบบสินค้าหัตถกรรม มีร้านค้าเพียงส่วนน้อยที่ต้องการความช่วยเหลือในการจัดหาตลาด สำหรับความช่วยเหลือในด้านอื่นๆ ประกอบด้วยความต้องการความช่วยเหลือ

ในด้านสินเชื่อ ในด้านการลดภาษี ในด้านการเข้ามาควบคุมการแข่งขันตัดราคากันเองของร้านค้า
และในการจัดหาสถานที่ขายที่เหมาะสม



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม” เป็นงานวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) โดยได้ทำการสำรวจรูปแบบสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม การจัดการและการดำเนินการผลิต รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ซึ่งในบทนี้จะกล่าวถึงขั้นตอนและวิธีการศึกษาวิจัยจะทำให้ทราบกรอบข้อมูลในการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

- 3.1 แหล่งของข้อมูล
- 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย



3.1 แหล่งของข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลจากผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ในจังหวัดมหาสารคาม

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลจากเอกสารและงานวิชาการต่างๆ เช่น หนังสืองานวิจัย วิทยานิพนธ์ วารสาร เป็นต้น ซึ่งรวบรวมและค้นคว้าได้จากเว็บไซต์ และห้องสมุดของสถาบันการศึกษาต่างๆ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.2 การเก็บและการรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยเรื่องการศึกษาการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม จะเป็นการวิจัยโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลของสถานประกอบการที่ผลิตสินค้าของที่ระลึก โดยใช้ข้อมูลสถานประกอบการที่ขึ้นทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ของสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (สลดช.) กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความชัดเจนและความสะดวกในการเก็บข้อมูล ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยมีทั้งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ

ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้รับโดยตรงจากพื้นที่ศึกษา ซึ่งทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open end question) และคำถามปลายปิด (Close end question) และมีประชากรกลุ่มเป้าหมาย (Population) คือสถานประกอบการที่ทำการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม จำนวนทั้งสิ้น 55 แห่ง ลักษณะของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ที่ตั้งสถานประกอบการ ลักษณะของการประกอบการและการพัฒนาของสินค้าของที่ระลึก รวมถึงปัญหาด้านต่างๆ พร้อมแนวทางการแก้ไขการประกอบการ ซึ่งเป็นข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากหน่วยงานราชการที่เป็นผู้รับผิดชอบในการเก็บรวบรวม จึงเป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือในความถูกต้องได้พอสมควร ข้อมูลดังกล่าวคือ

1. ข้อมูลจำนวนสถานประกอบการที่ขึ้นทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ของสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (สลดช.) กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

2. ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดมหาสารคาม

3. ข้อมูลวัฒนธรรมจังหวัดมหาสารคาม จากข้อมูลวัฒนธรรม 75 จังหวัดของกระทรวงวัฒนธรรม

ซึ่งดำเนินการเก็บข้อมูลดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น การผลิตสินค้า ตลอดจนองค์ความรู้ที่ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม มีการดำเนินการเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 2.1 ทำการศึกษาข้อมูลต่างๆ ก่อนดำเนินการเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูล โดยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคามที่ขึ้นทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ของสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (สลดช.) กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

- 2.2 ติดต่อขอความร่วมมือเพื่อเข้าไปเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการในจังหวัดมหาสารคาม และออกหนังสือเพื่อขออนุญาตเข้าเก็บข้อมูลในสถานประกอบการ

- 2.3 ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ทำการเก็บข้อมูลเป็นเวลา 2 เดือน ซึ่งมีผู้

ยินดีให้สัมภาษณ์และกรอกแบบสอบถามเป็นจำนวน 55 ราย และคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ที่สุด โดยกรอกข้อความครบถ้วนจำนวน 50 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่จะนำมาใช้ศึกษาครั้งนี้ คือ

ผู้ประกอบการที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกซึ่งขึ้นทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ของสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (สคช.) กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 55 ราย และคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ที่สุดจำนวน 50 ชุด ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้ประกอบการที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ

แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ (Questionnaire for Entrepreneur) ที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งจะเป็นการสัมภาษณ์ตัวต่อตัว (Face-to-Face Interview) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ (%) และเปรียบเทียบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธี Chi-Square

โดยแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการจะมีลักษณะผสมระหว่างคำถามปลายปิด (Closed End) และคำถามปลายเปิด (Open End) ซึ่งมีโครงสร้างของแบบสอบถามดังนี้ (โปรดดูจากภาคผนวก ก)

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ปีที่ก่อตั้ง จำนวนเงินทุน จำนวนแรงงาน ผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตและจำหน่าย และรูปแบบการดำเนินงานมีลักษณะผสมระหว่างคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิด

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นรูปแบบคำถามปลายเปิด

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการจัดการและการดำเนินการผลิตสินค้าของที่ระลึก โดยแบ่งออกเป็น 4 ข้อ ดังนี้

1. ลักษณะของผู้ประกอบการ
2. วัตถุดิบและเทคโนโลยีในการผลิต
3. ตลาดและการจำหน่ายสินค้า
4. นโยบายของรัฐ

ซึ่งคำถามมีลักษณะคำถามปลายเปิดเป็นผู้ประกอบการสามารถเลือกคำตอบได้หลายคำตอบ และรูปแบบคำถามปลายเปิดในข้อคำถามที่ต้องการความคิดเห็นของผู้ประกอบการ

ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการผลิต เป็นคำถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค รวมทั้งวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม โดยคำถามเป็นลักษณะคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ประกอบการได้แสดงความคิดเห็นได้

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล และหาค่าสถิติต่างๆ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS for Windows 11.5 ซึ่งมีรายละเอียดและขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม โดยการนำเสนอในรูปแบบของภาพถ่ายสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคามที่มีการทำการผลิตอยู่ในปัจจุบัน นำเสนอในรูปแบบของรูปภาพประกอบการบรรยาย
2. ศึกษาการจัดการและการดำเนินการผลิตของที่ระลึกที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดมหาสารคาม โดยในส่วนแรกวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป, ลักษณะผู้ประกอบการ, วัตถุดิบและเทคโนโลยี, ตลาดและการจำหน่ายสินค้าและนโยบายของรัฐ โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ (%) ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ตัวแปรที่มีความสำคัญกับปีที่ก่อตั้ง เงินลงทุน จำนวนแรงงาน และรูปแบบการดำเนินงาน ของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square แล้วนำเสนอในรูปแบบการบรรยายประกอบตาราง
3. ศึกษาปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะในการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ประกอบการและแบบสอบถามปลายเปิด ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์เนื้อหา และสรุปประเด็นสำคัญเสนอในรูปแบบการบรรยาย

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม โดยใช้สถิติร้อยละ (%)
2. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ โดยใช้ Chi-square
3. ใช้ชุดโปรแกรม SPSS for Windows 11.5

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าของที่ระลึก
ในจังหวัดมหาสารคาม ได้นำเสนอ ดังนี้

- 4.1 รูปแบบของผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก
- 4.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ
- 4.3 การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการและการดำเนินการผลิตสินค้าของที่ระลึก
- 4.4 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

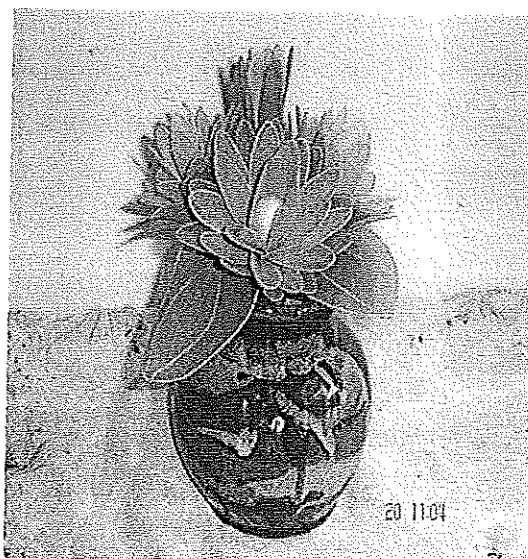
4.1 รูปแบบของผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึก

ผู้วิจัยได้สำรวจรูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกในปี 2550 จากสถานประกอบการที่ทำการผลิตสินค้าของที่ระลึก และขึ้นทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ในจังหวัดมหาสารคาม และได้คัดเลือกรูปแบบสินค้าที่มีเอกลักษณ์ของแต่ละสถานประกอบการ พบว่าสามารถแบ่งประเภทของสินค้าของที่ระลึกออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

4.1.1 ศิลปะประดิษฐ์จากผ้า พบว่า สถานประกอบการที่ทำการผลิตศิลปะประดิษฐ์จากผ้าส่วนใหญ่ทำการผลิต ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว ผ้าพันคอลายจิด เสื้อจากผ้าไหมและผ้าฝ้าย ดังรูปต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แสดงดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว



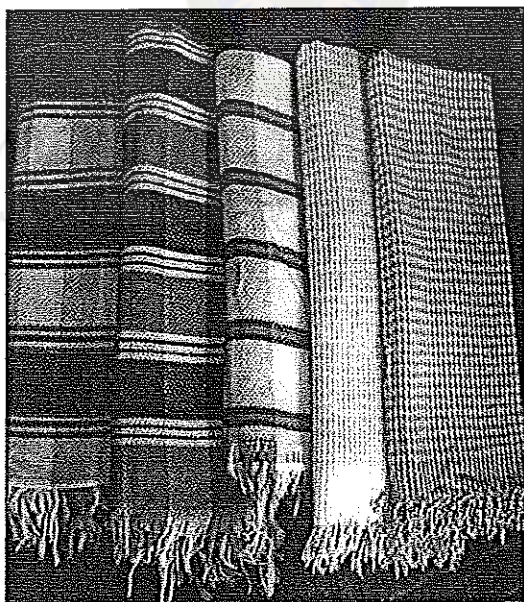
ภาพที่ 2 แสดงดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว



ภาพที่ 3 แสดงเสื้อสุภาพสตรีจากผ้าไหม



ภาพที่ 4 แสดงเสื้อบุรุษจากผ้าไหม



ภาพที่ 5 แสดงผ้าฝ้ายทอหลากหลาย



ภาพที่ 6 แสดงผ้าไหมทอกลายต่างๆ

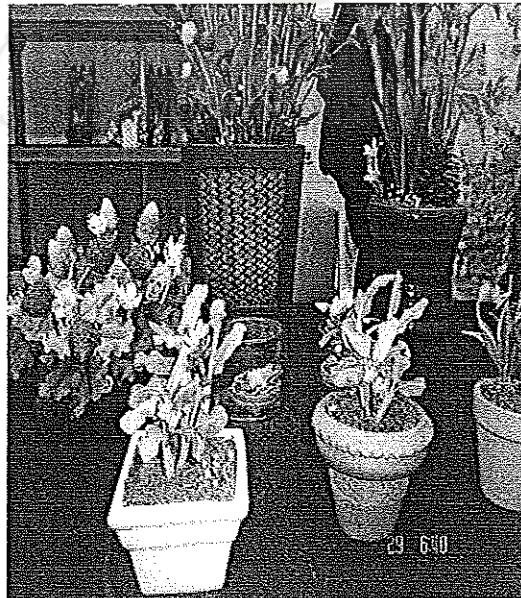


ภาพที่ 7 แสดงผ้าฝ้ายทอลายจิดและลายต่างๆ

4.1.2 ศิลปะประดิษฐ์จากดิน พบว่า สถานประกอบการที่ทำการผลิตศิลปะประดิษฐ์ จากดินทำ การผลิต ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น ดังรูปต่อไปนี้

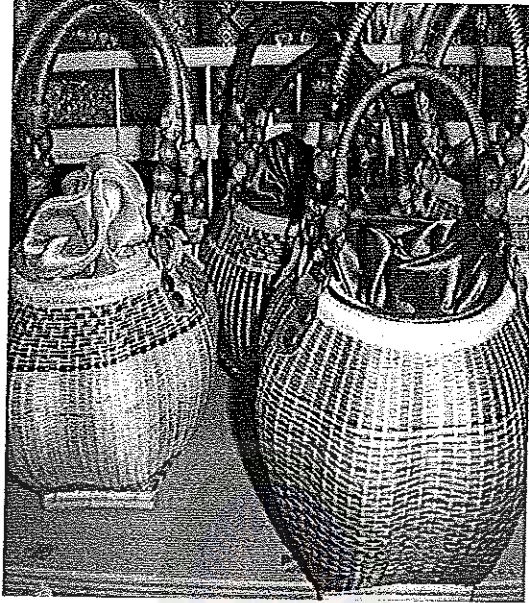


ภาพที่ 8 แสดงดอกกล้วยไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น

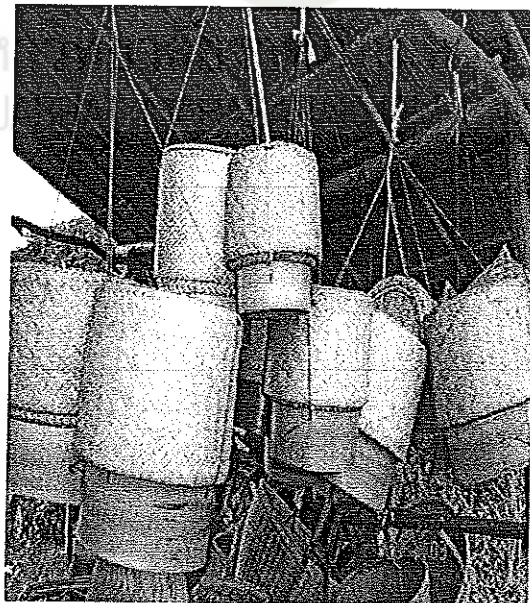


ภาพที่ 9 แสดงดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น

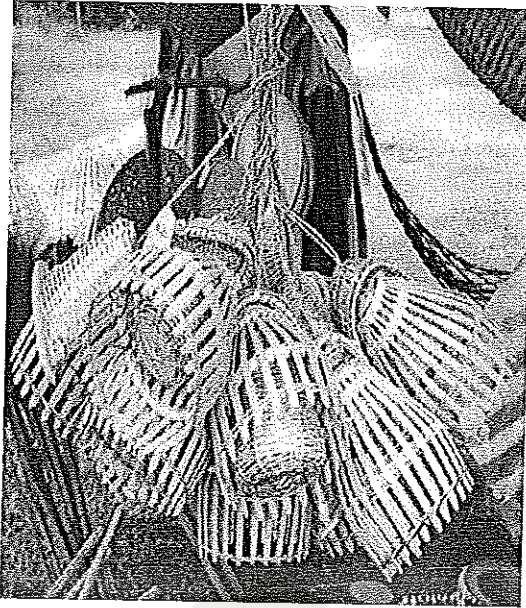
4.1.3 ศิลปะประดิษฐ์จากไม้ พบว่า สถานประกอบการที่ทำการผลิตศิลปะประดิษฐ์จากไม้ส่วนใหญ่ทำการผลิตสินค้าที่สานจากไม้ไผ่ ดังรูปต่อไปนี้



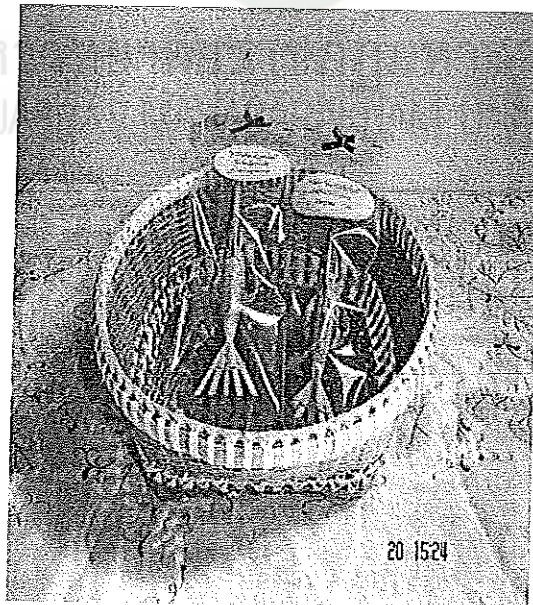
ภาพที่ 10 แสดงกระเป๋าถือสานจากไม้ไผ่



ภาพที่ 11 แสดงกระติบข้าวสานจากไม้ไผ่

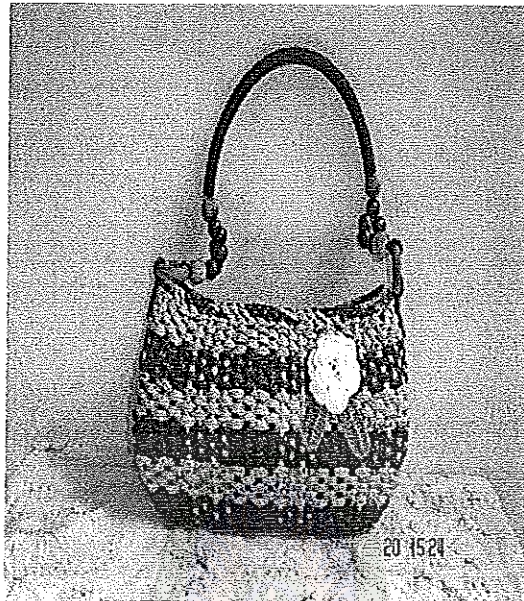


ภาพที่ 12 แสดงส้อมจับปลาแบบเขavn

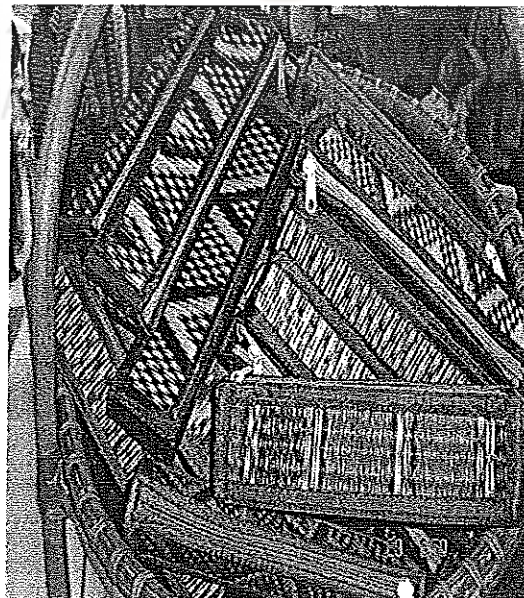


ภาพที่ 13 แสดงกึ่งสานจากไม้ไผ่

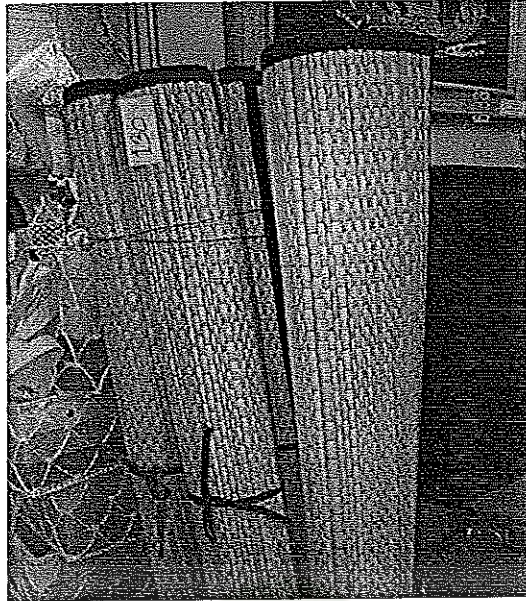
4.1.4 ศิลปะประดิษฐ์จากวัสดุอื่นๆ พบว่า สถานประกอบการที่ทำการผลิตศิลปะประดิษฐ์จากวัสดุอื่นๆ เช่น ผักตบชวา เป็นต้นดังรูปต่อไปนี้



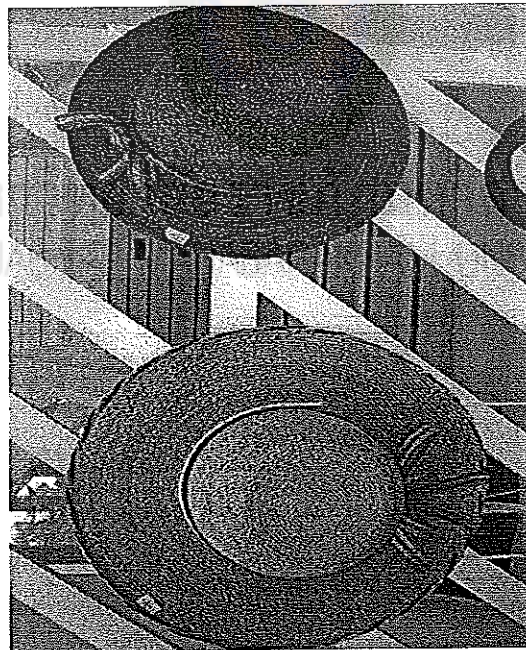
ภาพที่ 14 แสดงกระเป๋าสานจากผักตบชวา



ภาพที่ 15 แสดงกระเป๋าสานจากกก



ภาพที่ 16 แสดงเสื่อทอจากกก



ภาพที่ 17 แสดงหมวกสานจากกก

4.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการที่ทำการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามปีที่ก่อตั้ง เงินทุนเริ่มต้น จำนวนแรงงาน ประเภทของสินค้าและรูปแบบการดำเนินงาน มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ

| ปีที่ก่อตั้งกิจการ | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------|-------|--------|
| น้อยกว่า 5 ปี | 25 | 50 |
| 5-10 ปี | 20 | 40 |
| มากกว่า 10 ปี | 5 | 10 |
| รวม | 50 | 100.0 |
| เงินลงทุนเริ่มต้นในกิจการ | | |
| น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 26 | 52 |
| มากกว่า 10,000 บาท | 24 | 48 |
| รวม | 50 | 100.0 |
| จำนวนแรงงานในกิจการ | | |
| น้อยกว่า 20 คน | 37 | 74 |
| มากกว่า 20 คน | 23 | 26 |
| รวม | 50 | 100.0 |
| ประเภทของสินค้า | | |
| ศิลปประดิษฐ์จากผ้า | 31 | 62 |
| ศิลปประดิษฐ์จากดิน | 1 | 2 |
| ศิลปประดิษฐ์จากไม้ | 3 | 6 |
| ศิลปประดิษฐ์จากวัสดุอื่นๆ | 15 | 30 |
| รวม | 50 | 100.0 |
| รูปแบบการดำเนินงาน | | |
| กิจการในครัวเรือน | 18 | 36 |
| กิจการกลุ่ม | 30 | 60 |
| ธุรกิจขนาดย่อม | 2 | 4 |
| รวม | 50 | 100.0 |

จากตารางที่ 1 พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 50 ก่อตั้งกิจการน้อยกว่า 5 ปี ในส่วนของเงินลงทุนเริ่มต้นในการประกอบกิจการ พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 52 ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยพบว่ามีสถานประกอบการถึงร้อยละ 74 มีจำนวนแรงงานในกิจการน้อยกว่า 20 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแรงงานหญิงมากกว่าแรงงานชาย ผู้ประกอบการร้อยละ 62 ทำการผลิตสินค้าประเภทศิลปะประดิษฐ์จากผ้า เช่น ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว ผ้าพันคอลายฉลุ เสื้อจากผ้าไหมและผ้าฝ้าย โดยผู้ประกอบการร้อยละ 60 มีรูปแบบการดำเนินงานเป็นกิจการกลุ่ม

4.3 การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการและการดำเนินการผลิตสินค้าของที่ระลึก

4.3.1 การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

เป็นการศึกษาการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกตามประเภทของสินค้า 4 กลุ่ม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 การเรียนรู้ด้านการผลิตจำแนกตามประเภท

| การเรียนรู้ด้านการผลิต | จำนวน | อันดับ |
|---|-------|--------|
| 1. ศิลปะประดิษฐ์จากผ้า | | |
| สืบทอดความรู้จากบรรพบุรุษ ครอบครัว เรียนรู้จากญาติพี่น้อง | 25 | 1 |
| นำความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมมาผลิตสินค้า | 4 | 2 |
| เรียนรู้ด้วยตนเอง | 2 | 3 |
| 2. ศิลปะประดิษฐ์จากดิน | | |
| นำความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมมาผลิตสินค้า | 1 | 1 |
| สืบทอดความรู้จากบรรพบุรุษ ครอบครัว เรียนรู้จากญาติพี่น้อง | - | - |
| เรียนรู้ด้วยตนเอง | - | - |
| 3. ศิลปะประดิษฐ์จากไม้ | | |
| สืบทอดความรู้จากบรรพบุรุษ ครอบครัว เรียนรู้จากญาติพี่น้อง | 3 | 1 |
| เรียนรู้ด้วยตนเอง | - | - |
| นำความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมมาผลิตสินค้า | - | - |
| 4. ศิลปะประดิษฐ์จากวัสดุอื่นๆ | | |
| สืบทอดความรู้จากบรรพบุรุษ ครอบครัว เรียนรู้จากญาติพี่น้อง | 7 | 1 |
| นำความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมมาผลิตสินค้า | 6 | 2 |
| เรียนรู้ด้วยตนเอง | 2 | 3 |

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าของที่ระลึกประเภทศิลปะประดิษฐ์จากผ้า ศิลปะประดิษฐ์จากไม้ และศิลปะประดิษฐ์จากวัสดุอื่นๆ ส่วนมากมีการเรียนรู้จากการสืบทอดความรู้จากบรรพบุรุษ ครอบครัวหรือญาติพี่น้อง แล้วจึงนำความรู้ที่นำมาก่อตั้งเป็นกลุ่มผลิตสินค้าของที่ระลึกจำหน่าย ส่วนผู้ประกอบการที่ทำการผลิตสินค้าของที่ระลึกประเภทศิลปะประดิษฐ์จากดิน เรียนรู้การผลิตโดยการเข้ารับการอบรมแล้วนำมาผลิตสินค้าจำหน่ายในกิจการของตนเอง

ตารางที่ 3 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์

| การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ | จำนวน | อันดับ |
|---|-------|--------|
| 1. ศิลปะประดิษฐ์จากผ้า | | |
| เลียนแบบให้เหมือนของจริง และพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายทั้งรูปแบบและผลิตภัณฑ์ | 15 | 1 |
| เปลี่ยนวัตถุดิบสินค้าให้มีคุณภาพสูงขึ้น และพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายทั้งรูปแบบและลวดลาย | 9 | 2 |
| 2. ศิลปะประดิษฐ์จากดิน | | |
| เริ่มแรกผลิตตามรูปแบบที่เรียนมา ต่อมาจึงพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ใกล้เคียงกับของจริงตามธรรมชาติ | 1 | 1 |
| 3. ศิลปะประดิษฐ์จากไม้ | | |
| ผลิตตามต้นแบบที่มีอยู่ครั้งโบราณ ต่อมามีการพัฒนาสร้างสรรค์รูปแบบและลวดลายให้มีความหลากหลาย | 2 | 1 |
| เน้นรูปลักษณะที่แปลกและทันสมัย | 1 | 2 |
| 4. ศิลปะประดิษฐ์จากวัสดุอื่นๆ | | |
| พัฒนารูปแบบสินค้าให้หลากหลาย ทั้งรูปแบบและลวดลาย | 8 | 1 |

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบการพัฒนารูปแบบสินค้าของที่ระลึกประเภทศิลปะประดิษฐ์จากผ้า โดยเริ่มแรกทำเลียนแบบให้เหมือนของจริง และพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายทั้งรูปแบบและผลิตภัณฑ์ ต่อมาพยายามเปลี่ยนวัตถุดิบสินค้าให้มีคุณภาพสูงขึ้น และพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายทั้งรูปแบบและลวดลาย ส่วนผู้ประกอบการที่ทำการผลิตสินค้าของที่ระลึกประเภทศิลปะประดิษฐ์จากดินเริ่มแรกผลิตตามรูปแบบที่เรียนมา ต่อมาจึงพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ใกล้เคียงกับของจริงตามธรรมชาติ ผู้ประกอบการที่ทำการผลิตสินค้าของที่ระลึก

ประเภทศิลปะประดิษฐ์จากไม้จะผลิตตามต้นแบบที่มีอยู่ครั้งโบราณ ต่อมามีการพัฒนาสร้างสรรค์รูปแบบและลวดลายให้มีความหลากหลาย และเน้นรูปลักษณะที่แปลกและทันสมัย สำหรับผู้ประกอบการที่ทำการผลิตสินค้าของที่ระลึกประเภทศิลปะประดิษฐ์จากวัสดุอื่นๆ พัฒนารูปแบบสินค้าให้หลากหลาย ทั้งรูปแบบและลวดลาย

4.3.2 การจัดการและการดำเนินการผลิต

เป็นการศึกษาในเรื่องลักษณะของผู้ประกอบการ วัตถุประสงค์และเทคโนโลยีการผลิต ตลาดและการจำหน่ายสินค้า และนโยบายของหน่วยงานรัฐ

ตารางที่ 4 ลักษณะของผู้ประกอบการ

| การประกอบอาชีพ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------|-------|--------|
| อาชีพหลัก | - | - |
| อาชีพเสริม | 50 | 100 |
| รวม | 50 | 100 |
| อาชีพเสริม | จำนวน | ร้อยละ |
| ไม่มี | - | - |
| มี | - | - |
| รวม | - | - |
| การวางแผนการดำเนินงาน | จำนวน | ร้อยละ |
| วางแผนหรือตัดสินใจคนเดียว | - | - |
| วางแผนร่วมกันในครอบครัว | 18 | 36 |
| วางแผนร่วมกันในกลุ่ม | 32 | 64 |
| รวม | 50 | 100 |
| พื้นที่ของผู้ประกอบการ | จำนวน | ร้อยละ |
| ภายในจังหวัด | 50 | 100 |
| ต่างจังหวัด | - | - |
| รวม | 50 | 100 |
| ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ | จำนวน | ร้อยละ |
| ประถมศึกษา | 30 | 60 |
| มัธยมศึกษา | 15 | 30 |
| ปริญญาตรีหรือสูงกว่า | - | - |

ตารางที่ 4 ลักษณะของผู้ประกอบการ (ต่อ)

| | | |
|---|--------------|---------------|
| อื่นๆ | 5 | 10 |
| รวม | 50 | 100 |
| อาชีพเดิมของผู้ประกอบการ | จำนวน | ร้อยละ |
| ประกอบกิจการที่ดำเนินการอยู่ปัจจุบัน โดยสืบทอดจากครอบครัว | 5 | 10 |
| การเป็นลูกจ้างในโรงงานประเภทเดียวกัน | - | - |
| ค้าขาย | - | - |
| ข้าราชการ | - | - |
| พนักงานบริษัทเอกชน | - | - |
| แม่บ้าน เกษตรและอื่นๆ | 45 | 90 |
| รวม | 50 | 100 |
| การพัฒนาความรู้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | จำนวน | ร้อยละ |
| การอบรมสัมมนา | 40 | 80 |
| การอ่านข้อมูลข่าวสาร | 38 | 76 |
| ศึกษาต่อในระบบ | 5 | 10 |
| อื่นๆ | - | - |
| รวม | 83 | 166 |
| แผนการปรับปรุงหรือขยายกิจการ | จำนวน | ร้อยละ |
| ไม่มีแผนการปรับปรุงหรือขยายกิจการ | 10 | 20 |
| มีแผนการปรับปรุงหรือขยายกิจการ | 40 | 80 |
| รวม | 50 | 100 |

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ประกอบการร้อยละ 100 ทำการผลิตสินค้าของที่ระลึกเป็นอาชีพเสริม โดยมีอาชีพหลักคือการทำงาน โดยผู้ประกอบการร้อยละ 64 มีการวางแผนหรือตัดสินใจในการดำเนินงานในกิจการร่วมกันเป็นกลุ่ม ในส่วนพื้นที่ของผู้ประกอบการพบว่าผู้ประกอบการร้อยละ 100 เป็นคนในจังหวัดมหาสารคาม สำหรับระดับการศึกษาของประกอบการนั้น พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 60 จบการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา โดยพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 90 ประกอบอาชีพ เช่น เกษตร แม่บ้าน และอาชีพอิสระ เป็นหลักและ ผู้ประกอบการร้อยละ 80 มีการพัฒนาความรู้โดยการเข้ารับการอบรมสัมมนา ในส่วนการวางแผน

หรือปรับปรุงกิจการนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 80 มีแผนการปรับปรุงหรือขยายกิจการในอนาคต

4.3.2 วัตถุดิบและเทคโนโลยีการผลิต

เป็นการศึกษาในเรื่องของแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต แนวโน้มของราคาวัตถุดิบ ความรู้ด้านการผลิต การผลิตสินค้า เทคโนโลยีการผลิตและช่วงเวลาในการผลิต

ตารางที่ 5 วัตถุดิบและเทคโนโลยีการผลิต

| แหล่งที่มาของวัตถุดิบ(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| ภายในจังหวัด | 45 | 90 |
| ภายในประเทศ | 50 | 100 |
| รวม | 95 | 190 |
| แนวโน้มของราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต | จำนวน | ร้อยละ |
| ลดลง | 4 | 8 |
| ทรงตัว | 17 | 34 |
| เพิ่มขึ้น | 29 | 58 |
| รวม | 50 | 100 |
| ความรู้ด้านการผลิตของผู้ประกอบการ | จำนวน | ร้อยละ |
| จากพ่อแม่หรือครอบครัว | 35 | 70 |
| จากการฝึกอบรม ศึกษาด้วยตนเองและจากผู้เชี่ยวชาญ | 11 | 22 |
| ว่าจ้างกิจการอื่นทำการผลิต(ใช้ตราสินค้าของตนเอง) | 1 | 2 |
| ไม่มีการว่าจ้างหรือรับจ้าง | 3 | 6 |
| รวม | 50 | 100 |
| การผลิตสินค้าของผู้ประกอบการ | จำนวน | ร้อยละ |
| ว่าจ้างกิจการอื่นทำการผลิต(ใช้ตราสินค้าของตนเอง) | 8 | 16 |
| ไม่มีการว่าจ้างหรือรับจ้าง | 35 | 70 |
| รับจ้างกิจการอื่นทำการผลิต (ใช้ตราสินค้าของผู้ว่าจ้าง) | 5 | 10 |
| อื่น | 2 | 4 |
| รวม | 50 | 100 |

ตารางที่ 5 วัตถุประสงค์และเทคโนโลยีการผลิต (ต่อ)

| เทคโนโลยีในการผลิตสินค้า | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------------|-------|--------|
| ใช้แรงงานคนเพียงอย่างเดียว | 42 | 84 |
| ใช้แรงงานคนและเครื่องจักร | 8 | 16 |
| รวม | | |
| ปริมาณการผลิตสินค้า | จำนวน | ร้อยละ |
| ผลิตสินค้าเท่าเดิม | 17 | 34 |
| ผลิตสินค้าเพิ่มขึ้นจากเดิม | 23 | 56 |
| ผลิตลดลง | 10 | 20 |
| รวม | 50 | 100 |
| ช่วงเวลาในการผลิตสินค้า | จำนวน | ร้อยละ |
| ตามคำสั่งซื้อและความต้องการของตลาด | 8 | 16 |
| ตามปริมาณวัตถุดิบในแต่ละช่วง | 18 | 36 |
| สม่ำเสมอทั้งปี-ตลอดทั้งปี | 21 | 42 |
| อื่นๆ | 3 | 6 |
| รวม | 50 | 100 |

จากตารางที่ 5 พบว่าแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในกิจการทั้งหมดมาจากแหล่งผลิต และแหล่งจำหน่ายสินค้าภายในประเทศ สำหรับแนวโน้มของราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ผู้ประกอบการร้อยละ 58 เห็นว่าราคาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้ามีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 70 ได้ความรู้ด้านการผลิตจากการสืบทอดความรู้จากบรรพบุรุษ ครอบครัว เรียนรู้จากญาติพี่น้อง ในส่วนของการผลิตสินค้า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 70 ทำการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในกิจการของตนเอง พบว่าสถานประกอบการร้อยละ 84 ใช้แรงงานคนในการผลิตสินค้า จากการทำผลิตสินค้ามาจนถึงปัจจุบัน สถานประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 56 ผลิตสินค้าเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา โดยพบว่าสถานประกอบการร้อยละ 42 ผลิตสินค้าสม่ำเสมอตลอดทั้งปี

4.3.3 ตลาดและการจำหน่ายสินค้า

ทำการศึกษาในเรื่องวิธีการจำหน่ายสินค้า กลุ่มผู้ซื้อสินค้า พื้นที่จำหน่ายสินค้า วิธีการหาตลาด แนวโน้มราคาสินค้า ต้นทุนในการผลิต เครื่องหมายการค้า คำแนะนำจากลูกค้า

การประชาสัมพันธ์สินค้า การพัฒนาสินค้า ตลอดจนเรื่องของการซื้อขายและกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับกิจการ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6 ตลาดและการจำหน่ายสินค้า

| วิธีการจำหน่ายสินค้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| จำหน่ายด้วยตนเอง | 45 | 90 |
| จำหน่ายโดยตัวแทนจำหน่าย | 8 | 16 |
| จำหน่ายโดยการฝากขาย | 5 | 10 |
| อื่น ๆ | 4 | 8 |
| รวม | 62 | 124 |
| กลุ่มผู้ซื้อสินค้าของที่ระลึก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | จำนวน | ร้อยละ |
| 1. ประชาชนทั่วไป | 47 | 94 |
| 2. ร้านค้า | 33 | 66 |
| 3. โรงงาน | 8 | 16 |
| 4. อื่น ๆ | 5 | 10 |
| รวม | 93 | 186 |
| พื้นที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | จำนวน | ร้อยละ |
| 1. จำหน่ายภายในจังหวัด | 46 | 92 |
| 2. จำหน่ายภายในประเทศ | 34 | 68 |
| 3. จำหน่ายในต่างประเทศ | 9 | 18 |
| รวม | 89 | 100 |
| วิธีการหาตลาดจำหน่ายสินค้า | จำนวน | ร้อยละ |
| จำหน่ายด้วยตนเอง | 43 | 86 |
| ติดต่อผ่านคนกลาง | 4 | 8 |
| หน่วยงานราชการให้การส่งเสริม | 3 | 6 |
| รวม | 50 | 100 |

ตารางที่ 6 ตลาดและการจำหน่ายสินค้า (ต่อ)

| แนวโน้มราคาสินค้าของที่ระลึก | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ลดลง | 2 | 4 |
| ทรงตัว | 7 | 14 |
| เพิ่มขึ้น | 41 | 82 |
| รวม | 50 | 100 |
| ต้นทุนในการผลิตสินค้าของที่ระลึก | จำนวน | ร้อยละ |
| ร้อยละ 40-60 | 38 | 76 |
| ร้อยละ 61-80 | 12 | 24 |
| รวม | 50 | 100 |
| ลักษณะการได้รับคำแนะนำจากผู้จำหน่ายสินค้าหรือลูกค้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | จำนวน | ร้อยละ |
| ได้รับคำแนะนำจากลูกค้าเมื่อขายสินค้าให้ในช่วงแรก | 18 | 36 |
| ได้รับคำแนะนำแล้วแต่โอกาส | 6 | 12 |
| ได้รับคำแนะนำอย่างสม่ำเสมอตั้งแต่เริ่มจนถึงปัจจุบัน | 22 | 44 |
| อื่น ๆ | 4 | 8 |
| รวม | 50 | 100 |
| การประชาสัมพันธ์สินค้า(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | จำนวน | ร้อยละ |
| โฆษณาในเว็บไซต์ | 4 | 8 |
| โฆษณาในโทรทัศน์ | 3 | 6 |
| งานแสดงสินค้าต่าง ๆ | 48 | 96 |
| อื่น ๆ | 26 | 52 |
| รวม | 81 | 162 |
| การพัฒนาสินค้าของผู้ประกอบการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | จำนวน | ร้อยละ |
| การปรับปรุงสินค้าโดยการลองผิดลองถูกกันในกิจการ | 31 | 62 |
| ทำการรวบรวมข้อมูลจากผู้ซื้อ | 38 | 76 |
| การปรับปรุงสินค้าโดยการหาผู้แนะนำหรือสอนในกิจการ | 22 | 44 |
| รวม | 91 | 182 |

ตารางที่ 6 ตลาดและการจำหน่ายสินค้า (ต่อ)

| เครือข่ายหรือกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับกิจการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| 1. ไม่มีเครือข่ายหรือการรวมกลุ่ม | 24 | 48 |
| 2. การรวมกลุ่มกันขาย | 36 | 72 |
| 3. การแลกเปลี่ยนเทคนิคการผลิต | 14 | 28 |
| 4. อื่น ๆ | 11 | 22 |
| รวม | 85 | 170 |

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 90 จำหน่ายสินค้าด้วยตนเอง มีกลุ่มผู้ซื้อสินค้าที่เป็นประชาชนทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94 โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 92 จำหน่ายสินค้าภายในจังหวัดมหาสารคาม เมื่อเริ่มดำเนินกิจการนั้น สถานประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 86 มีวิธีการหาตลาดเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าด้วยตนเอง ทางด้านแนวโน้มของราคาสินค้าเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาพบว่าผู้ประกอบการร้อยละ 82 จำหน่ายสินค้าในราคาที่สูงขึ้น โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 76 มีต้นทุนในการผลิตสินค้าส่วนใหญ่อยู่ที่ร้อยละ 40-60 ของราคาจำหน่าย ในการจำหน่ายสินค้านั้นพบว่าผู้ประกอบการร้อยละ 44 ได้รับคำแนะนำในเรื่องของรูปแบบและคุณภาพของสินค้าอย่างสม่ำเสมอตั้งแต่เริ่มจนถึงปัจจุบัน ส่วนของการประชาสัมพันธ์สินค้าของที่ระลึก พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 96 มีการโฆษณาสินค้าตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ การปรับปรุงพัฒนาสินค้าของผู้ประกอบการร้อยละ 76 จะทำการรวบรวมข้อมูลการปรับปรุงสินค้าจากผู้ซื้อ ผู้ประกอบการร้อยละ 72 จะเข้าร่วมกลุ่มหรือเครือข่ายเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในเรื่องของการจำหน่าย การผลิตและคำสั่งซื้อสินค้า

4.3.4 นโยบายของหน่วยงานรัฐ

นโยบายของรัฐบาลเป็นปัจจัยความสำคัญอย่างหนึ่งในการช่วยให้สถานประกอบการสามารถดำรงอยู่ได้ ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาในเรื่องของความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐ และความต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐของผู้ประกอบการ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7 นโยบายของหน่วยงานของรัฐ

| การช่วยเหลือของหน่วยงานรัฐในกิจการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| 1. ให้การอบรมในด้านเทคนิคการผลิต | 38 | 76 |
| 2. ช่วยในเรื่องขั้นตอนการขออนุญาตประกอบกิจการ | 33 | 66 |
| 3. ให้บริการด้านสินเชื่อและเงินทุน | 31 | 62 |
| อื่น ๆ | 28 | 56 |
| รวม | 130 | 260 |
| การช่วยเหลือของหน่วยงานรัฐในกิจการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | จำนวน | ร้อยละ |
| 1. แก้ไขลดขั้นตอนการขออนุญาตเกี่ยวกับสินค้า | 25 | 50 |
| 2. ขยายการให้สินเชื่อและเงินทุน | 36 | 72 |
| 3. การฝึกอบรมด้านเทคนิคการผลิตสินค้าให้ตรงตามรูปแบบและมาตรฐานตามความต้องการของตลาด | 33 | 66 |
| รวม | 94 | 188 |

จากตารางที่ 7 พบว่า ในส่วนของการช่วยเหลือของหน่วยงานรัฐ ผู้ประกอบการร้อยละ 76 ได้รับการช่วยเหลือในเรื่องการอบรมในด้านเทคนิคการผลิตจากรัฐ ส่วนในเรื่องของการช่วยเหลือของหน่วยงานรัฐนั้น ผู้ประกอบการร้อยละ 72 ต้องการให้หน่วยงานของรัฐช่วยในเรื่องขยายการให้สินเชื่อและเงินทุน

4.3.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับการจัดการและการดำเนินการผลิตของผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม โดยใช้การวิเคราะห์ Chi-Square

4.3.5.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับลักษณะผู้ประกอบการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินงานกับการวางแผนการดำเนินงาน

| | | การวางแผนการดำเนินงาน | | | รวม |
|--------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|---------------|
| | | วางแผนเพียงคนเดียว | วางแผนร่วมกับครอบครัว | วางแผนร่วมกันในกลุ่ม | |
| รูปแบบการดำเนินงาน | กิจการในครัวเรือน | 0 0% | 5 10.0% | 12 24.0% | 17.0 34.0% |
| | กลุ่ม | 0 0% | 14 28% | 17 34% | 31 62% |
| | กิจการที่จดทะเบียนกับรัฐ | 0 0% | 0 0% | 2 4% | 2 4% |
| | รวม | 0 0% | 19 38% | 31 62% | 50 100.0% |

$$X^2 = 2.433$$

จากตารางที่ 8 พบว่า รูปแบบการดำเนินงานกับการวางแผนการดำเนินงานในการผลิตสินค้าที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคามไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .05 กล่าวคือ สถานประกอบการที่เป็นกิจการกลุ่มมีแนวโน้มการวางแผนหรือตัดสินใจร่วมกันในกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมาคือ สถานประกอบการที่เป็นกิจการในครัวเรือน มีการวางแผนร่วมกันในกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 24

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนปีที่ก่อตั้งกิจการกับการผลิตสินค้าของผู้ประกอบการ

| | | การผลิตสินค้าของผู้ประกอบการ | | | | รวม |
|----|---------------|------------------------------|---------------------------------|----------|---------|--------------|
| | | ว่าจ้าง | ไม่มีการ ว่าจ้าง/ รับจ้าง | รับจ้าง | อื่น ๆ | |
| ปี | น้อยกว่า 5 ปี | 3 6% | 20 40% | 2 4% | 0 0% | 25 50% |
| | 5-10 ปี | 4 8% | 11 22% | 3 6% | 2 4% | 20 40% |
| | มากกว่า 10 ปี | 1 2% | 1 8% | 0 0% | 0 0% | 5 10% |
| | รวม | 8 16% | 35 70% | 5 10% | 2 4% | 50 100.0% |

$$X^2 = 5.671$$

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

จากตารางที่ 9 พบว่า จำนวนปีที่ก่อตั้งกิจการกับการผลิตสินค้าของผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .05 กล่าวคือ ผู้ประกอบที่ก่อตั้งกิจการน้อยกว่า 5 ปี มีแนวโน้มที่จะทำการผลิตสินค้าของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในกิจการของตนเองมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ ผู้ประกอบที่ก่อตั้งกิจการ 5-10 ปี มีแนวโน้มที่จะทำการผลิตสินค้าของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในกิจการของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 22

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนปีที่ก่อตั้งกิจการกับปริมาณการผลิตสินค้า

| | | ปริมาณการผลิตสินค้า | | | รวม |
|--------------|---------------|---------------------|------------|-----------|--------------|
| | | ทรงตัว | เพิ่มขึ้น | ลดลง | |
| ปีที่ก่อตั้ง | น้อยกว่า 5 ปี | 0 0% | 24 48% | 1 2% | 25 50% |
| | 5-10 ปี | 7 14% | 12 24% | 1 2% | 20 40% |
| | มากกว่า 10 ปี | 0 11.3% | 5 13.8% | 0 5.0% | 5 30.0% |
| | รวม | 7 14% | 41 82% | 2 4% | 50 100.0% |

$$X^2 = 12.726$$

จากตารางที่ 10 พบว่า จำนวนปีที่ก่อตั้งกิจการกับปริมาณการผลิตสินค้าของที่ระลึก ในจังหวัดมหาสารคามมีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .05 กล่าวคือผู้ประกอบการที่ ก่อตั้งกิจการน้อยกว่า 5 ปี มีแนวโน้มทำการผลิตสินค้าของที่ระลึกเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา คิดเป็น ร้อยละ 48 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการที่ก่อตั้งกิจการ 5-10 ปี มีแนวโน้มที่จะทำการผลิตสินค้า ของที่ระลึกเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 24

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินงานกับวิธีการหาตลาดจำหน่ายสินค้า

| | | วิธีการหาตลาดจำหน่ายสินค้า | | | | |
|--------------------|-------------------|----------------------------|------------------|------------------------------|---------|--------------|
| | | จำหน่ายด้วยตนเอง | ติดต่อผ่านคนกลาง | หน่วยงานราชการให้การส่งเสริม | อื่นๆ | รวม |
| รูปแบบการดำเนินงาน | กิจการในครัวเรือน | 17 34% | 0 0% | 0 0% | 0 0% | 17 34% |
| | กลุ่ม | 16 32% | 8 16% | 4 8% | 3 6% | 31 62% |
| | ธุรกิจขนาดย่อม | 0 0% | 0 0% | 1 2% | 1 2% | 2 4% |
| | รวม | 33 66% | 8 16% | 5 10% | 4 8% | 50 100.0% |
| | | | | | | |

$$X^2 = 21.213$$

จากตารางที่ 11 พบว่า รูปแบบการดำเนินงานกับวิธีการหาตลาดจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคามมีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .05 กล่าวคือ ผู้ประกอบการที่เป็นกิจการในครัวเรือน มีแนวโน้มหาตลาดในการจำหน่ายสินค้าด้วยตนเองคิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการที่เป็นกิจการกลุ่มจำนวนร้อยละ 32 มีแนวโน้มหาตลาดในการจำหน่ายสินค้าด้วยตนเอง

ตารางที่ 12 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินงานกับต้นทุนในการผลิตสินค้าของที่ระลึก

| | | ต้นทุนในการผลิตสินค้า | | รวม |
|--------------------|-------------------|-----------------------|--------------|--------------|
| | | ร้อยละ 40-60 | ร้อยละ 61-80 | |
| รูปแบบการดำเนินงาน | กิจการในครัวเรือน | 11 22% | 6 12% | 17 34% |
| | กลุ่ม | 25 50% | 6 12% | 31 62% |
| | ธุรกิจขนาดย่อม | 2 4% | 0 0% | 2 4% |
| | รวม | 38 76% | 12 24% | 50 100.0% |

$$X^2 = 2.187$$

จากตารางที่ 12 พบว่า รูปแบบการดำเนินงานกับต้นทุนในการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคามไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .05 กล่าวคือ ผู้ประกอบการที่เป็นกิจการแบบกลุ่มมีต้นทุนในการผลิตสินค้าอยู่ที่ร้อยละ 40-60 คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการที่เป็นกิจการในครัวเรือนจำนวนร้อยละ 22 มีต้นทุนในการผลิตสินค้าอยู่ที่ร้อยละ 40-60

4.4 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการประสบปัญหาหลายด้านที่สำคัญได้แก่ แรงงาน, เงินทุน และการตลาด เป็นต้น รายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 13 ปัญหาในการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม

| ประเด็นปัญหา | วิธีการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการ |
|--|--|
| ด้านแรงงาน 1. แรงงาน ไม่เพียงพอในการผลิตสินค้า 2. ขาดแคลนแรงงานฝีมือที่มีทักษะในกระบวนการผลิต 3. แรงงานขาดความเอาใจใส่และรับผิดชอบต่องาน | 1. เพิ่มค่าแรงในการผลิต หรือรับคำสั่งซื้อตามกำลังการผลิต 2. ฝึกฝีมือแรงงานเพิ่มขึ้น โดยการอบรมหรือผลิตสินค้าด้วยตนเองมากขึ้น |
| เงินทุน 1. ขาดแคลนเงินลงทุนหมุนเวียนในการประกอบการ 2. ขาดแหล่งเงินทุน | 1. ทำการกู้ยืมเงินจากญาติพี่น้องหรือเพื่อน พยายามหาตลาดเพิ่มเพื่อจำหน่ายสินค้านำเงินมาหมุนเวียนใช้ในกิจการ 2. หาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ |
| วัตถุดิบ 1. วัตถุดิบราคาสูงขึ้น | 1. เลือกแหล่งวัตถุดิบที่ต้นทุนไม่สูงนัก หรือเลือกซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพใกล้เคียงกันแต่ราคาถูกกว่า |
| การตลาด 1. ช่องทางการจำหน่ายสินค้าน้อย | 1. พยายามติดต่อให้หน่วยงานของรัฐช่วยในการหาช่องทางการตลาด |

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสินค้าของที่ระลึกที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นจากผู้ประกอบการในจังหวัดมหาสารคามเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาสินค้าของที่ระลึกให้ตรงกับความต้องการของตลาด จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานประกอบการ

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคามพบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 50 ก่อตั้งกิจการน้อยกว่า 5 ปี ในส่วนของเงินลงทุนเริ่มต้นในการประกอบกิจการ พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 52 ใช้เงินทุนเริ่มต้นน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยพบว่ามีสถานประกอบการถึงร้อยละ 74 มีจำนวนแรงงานในกิจการน้อยกว่า 20 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแรงงานหญิงมากกว่าแรงงานชาย ผู้ประกอบการร้อยละ 62 ทำการผลิตสินค้าประเภทศิลปะประดิษฐ์จากผ้า เช่น ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว ผ้าพันคอลายจิดเสื่อจากผ้าไหมและผ้าฝ้าย โดยผู้ประกอบการร้อยละ 60 มีรูปแบบการดำเนินงานเป็นกิจการกลุ่ม

5.1.2 การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้า

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าของที่ระลึกประเภทศิลปะประดิษฐ์จากผ้า ศิลปะประดิษฐ์จากไม้ และศิลปะประดิษฐ์จากวัสดุอื่นๆ ส่วนมากจะมีการเรียนรู้จากการสืบทอดความรู้จากบรรพบุรุษ ครอบครัวหรือญาติพี่น้อง แล้วจึงนำความรู้ที่นั่นมาก่อตั้งเป็นกลุ่มผลิตสินค้าของที่ระลึกจำหน่าย ส่วนผู้ประกอบการที่ทำการผลิตสินค้าของที่ระลึกประเภทศิลปะประดิษฐ์จากดิน เรียนรู้การผลิตโดยการเข้ารับการอบรมแล้วนำมาผลิตสินค้าจำหน่ายในกิจการของตนเอง และผู้ประกอบการพัฒนารูปแบบสินค้าของที่ระลึกประเภทศิลปะประดิษฐ์จากผ้า โดยเริ่มแรกทำเลียนแบบให้เหมือนของจริง และพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายทั้งรูปแบบและผลิตภัณฑ์ ต่อมาพยายามเปลี่ยนวัตถุดิบสินค้าให้มีคุณภาพสูงขึ้น และพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายทั้งรูปแบบและลวดลาย ส่วนผู้ประกอบการที่ทำการผลิตสินค้าของที่ระลึกประเภทศิลปะประดิษฐ์จากดินเริ่มแรกผลิตตามรูปแบบที่เรียนมา ต่อมาจึงพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ใกล้เคียงกับของจริงตามธรรมชาติ ผู้ประกอบการที่ทำการผลิตสินค้าของที่ระลึกประเภทศิลปะประดิษฐ์จากไม้จะผลิตตามต้นแบบที่มีอยู่ครั้งโบราณ ต่อมามีการพัฒนาสร้างสรรค์รูปแบบและ

ลวดลายให้มีความหลากหลาย และเน้นรูปลักษณะที่แปลกและทันสมัย สำหรับผู้ประกอบการที่ทำการผลิตสินค้าของที่ระลึกประเภทศิลปะประดิษฐ์จากวัสดุอื่นๆ พัฒนารูปแบบสินค้าให้หลากหลายทั้งรูปแบบและลวดลาย

5.1.3 การจัดการและการดำเนินการผลิต

5.1.3.1 ลักษณะผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการร้อยละ 100 ทำการผลิตสินค้าของที่ระลึกเป็นอาชีพเสริม โดยมีอาชีพหลักคือการทำงาน โดยผู้ประกอบการร้อยละ 64 มีการวางแผนหรือตัดสินใจในการดำเนินงานในกิจการร่วมกันเป็นกลุ่ม ในส่วนพื้นที่เพจของผู้ประกอบการพบว่าผู้ประกอบการร้อยละ 100 เป็นคนในจังหวัดมหาสารคาม สำหรับระดับการศึกษาของผู้ประกอบการนั้น พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 60 จบการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา โดยพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 90 ประกอบอาชีพ เช่น เกษตร แม่บ้าน และอาชีพอิสระเป็นหลักและผู้ประกอบการร้อยละ 80 มีการพัฒนาความรู้โดยการเข้ารับการอบรมสัมมนา ในส่วนการวางแผนหรือปรับปรุงกิจการนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 80 มีแผนการปรับปรุงหรือขยายกิจการในอนาคต

5.1.3.2 วัตถุดิบและเทคโนโลยีในการผลิต พบว่าแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในกิจการทั้งหมดมาจากแหล่งผลิตและแหล่งจำหน่ายสินค้าภายในประเทศ สำหรับแนวโน้มของราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผู้ประกอบการร้อยละ 58 เห็นว่าราคาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้านั้นมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 70 ได้ความรู้ด้านการผลิตจากการสืบทอดความรู้จากบรรพบุรุษ ครอบครัว เรียนรู้จากญาติพี่น้อง ในส่วนของการผลิตสินค้า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 70 ทำการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในกิจการของตนเอง พบว่าสถานประกอบการร้อยละ 84 ใช้แรงงานคนในการผลิตสินค้าจากการทำผลิตสินค้านานจนถึงปัจจุบัน สถานประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 56 ผลิตสินค้าเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา โดยพบว่าสถานประกอบการร้อยละ 42 ทำการผลิตสินค้าสม่ำเสมอตลอดทั้งปี

5.1.3.3 ตลาดและการจำหน่ายสินค้า พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 90 จำหน่ายสินค้าด้วยตนเอง มีกลุ่มผู้ซื้อสินค้าที่เป็นประชาชนทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94 โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 92 จำหน่ายสินค้าภายในจังหวัดมหาสารคาม เมื่อเริ่มดำเนินการนั้นสถานประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 86 มีวิธีการหาตลาดเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าด้วยตนเองทางด้านแนวโน้มของราคาสินค้าเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาพบว่าผู้ประกอบการร้อยละ 82 จำหน่ายสินค้าในราคาที่สูงขึ้น โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 76 มีต้นทุนในการผลิตสินค้าส่วนใหญ่อยู่ที่ร้อยละ 40-60 ของราคาจำหน่าย ในการจำหน่ายสินค้านั้นพบว่าผู้ประกอบการร้อยละ 44 ได้รับความแนะนำในเรื่องของรูปแบบและคุณภาพของสินค้าอย่างสม่ำเสมอตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน ส่วน

ของการประชาสัมพันธ์สินค้าของที่ระลึก พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 96 มีการโฆษณาสินค้าตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ การปรับปรุงพัฒนาสินค้าของผู้ประกอบการร้อยละ 76 จะทำการรวบรวมข้อมูลการปรับปรุงสินค้าจากผู้ซื้อ ผู้ประกอบการร้อยละ 72 จะเข้าร่วมกลุ่มหรือเครือข่ายเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในเรื่องของการจำหน่าย การผลิตและคำสั่งซื้อสินค้า

5.1.3.4 นโยบายของหน่วยงานรัฐพบว่า ในส่วนของการช่วยเหลือของหน่วยงานรัฐ ผู้ประกอบการร้อยละ 76 ได้รับการช่วยเหลือในเรื่องการอบรมในด้านเทคนิคการผลิตจากรัฐ ส่วนในเรื่องของการช่วยเหลือของหน่วยงานรัฐนั้น ผู้ประกอบการร้อยละ 72 ต้องการให้หน่วยงานของรัฐช่วยในเรื่องขยายการให้สินเชื่อและเงินทุน

5.1.4 จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับลักษณะผู้ประกอบการของผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า

5.1.4.1 ทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินงานกับการวางแผนการดำเนินงาน พบว่า รูปแบบการดำเนินงานกับการวางแผนการดำเนินงานในการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคามไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .05 โดยสถานประกอบการที่เป็นกิจการกลุ่มมีแนวโน้มการวางแผนหรือตัดสินใจร่วมกันในกลุ่มมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34

5.1.4.2 ด้านจำนวนปีที่ก่อตั้งกิจการกับการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคามไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .05 โดยผู้ประกอบการที่ก่อตั้งกิจการน้อยกว่า 5 ปี มีแนวโน้มที่จะทำการผลิตสินค้าของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในกิจการของตนเองมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40

5.1.4.3 จำนวนปีที่ก่อตั้งกิจการกับปริมาณการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคามมีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .05 พบว่า ผู้ประกอบการที่ก่อตั้งกิจการน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 48 มีแนวโน้มทำการผลิตสินค้าของที่ระลึกเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา

5.1.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการกับการตลาดและการจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการ

5.1.5.1 ด้านรูปแบบการดำเนินงานกับวิธีการหาตลาดจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคามมีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .05 พบว่า ผู้ประกอบการที่เป็นกิจการในครัวเรือน มีแนวโน้มหาตลาดในการจำหน่ายสินค้าด้วยตนเองมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34

5.1.5.2 ด้านรูปแบบการดำเนินงานกับต้นทุนในการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคามไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .05 พบว่าผู้ประกอบการที่เป็นกิจการแบบกลุ่มมีต้นทุนในการผลิตสินค้าอยู่ที่ร้อยละ 40-60 มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50

5.1.6 ปัญหา อุปสรรค และแนวโน้ม

พบว่าผู้ประกอบการประสบปัญหาในหลายๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของแรงงาน, เงินทุน, วัตถุดิบและการตลาด เป็นต้น สามารถสรุปประเด็นปัญหาการแก้ไขและข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

5.1.6.1 ด้านแรงงาน ปัญหาการขาดแคลนแรงงานทั้งจำนวนแรงงานไม่เพียงพอในการผลิตสินค้า ขาดแคลนแรงงานฝีมือที่มีทักษะในกระบวนการผลิต และแรงงานขาดความเอาใจใส่ และรับผิดชอบต่องาน ปัญหาเหล่านี้ อาจทำให้การผลิตหยุดชะงักลงได้หากผู้ประกอบการไม่ได้เตรียมแผนการแก้ไขไว้ล่วงหน้า การแก้ไขปัญหาด้านแรงงานนี้ ผู้ประกอบการได้ทดลองแก้ไขปัญหาด้วยตนเองด้วยวิธีการเพิ่มค่าแรงในการผลิตหรือรับคำสั่งซื้อตามกำลังการผลิตที่มี นอกจากนี้ ยังมีการฝึกฝีมือแรงงานเพิ่มขึ้น โดยการอบรมให้แก่ลูกหลานหรือผู้ที่สนใจ

5.1.6.2 เงินทุน ปัญหาในเรื่องการขาดเงินลงทุนหมุนเวียนในการประกอบกิจการ เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงในการผลิตสินค้าทำให้สินค้าที่ผลิตออกมาจำหน่ายได้ยากขึ้น จึงส่งผลกระทบต่อเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ และปัญหาการขาดแหล่งเงินทุนซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ เพื่อนำมาช่วยให้กิจการสามารถดำเนินการต่อไปได้ การแก้ไขปัญหของผู้ประกอบการเองนั้นพยายามหาแหล่งเงินทุน โดยมีการกู้ยืมเงินจากญาติพี่น้องหรือเพื่อน บางรายแก้ไขปัญห โดยการใช้เงินมัดจำของลูกค้า หรือพยายามหาตลาดเพิ่มเพื่อจำหน่ายสินค้านำเงินมาหมุนเวียนใช้ในกิจการ

5.1.6.3 วัตถุดิบ ปัญหาเรื่องราคาของวัตถุดิบ การที่วัตถุดิบมีราคาสูงขึ้นทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าสูงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาจำหน่ายสินค้า ทำให้ผู้ประกอบการต้องเพิ่มราคาสินค้า ทำให้การแข่งขันกับคู่แข่งเป็นไปได้ยากยิ่งขึ้น การแก้ไขปัญหานี้ ผู้ประกอบการทำโดยเลือกแหล่งวัตถุดิบที่ต้นทุนไม่สูงนัก หรือเลือกซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ใกล้เคียงกันแต่ราคาถูกกว่า

5.1.6.4 การตลาด ปัญหาด้านช่องทางการตลาดพบว่าผู้ประกอบการเกิดปัญหา การขาดตลาดรองรับสินค้าที่ผลิตเนื่องจาก ภาวะเศรษฐกิจ ทำให้กำลังการซื้อของผู้บริโภคลดลง ประกอบกับคู่แข่งทางการค้าเพิ่มมากขึ้น การแก้ไขปัญหของผู้ประกอบการ คือ พยายามติดต่อให้หน่วยงานของรัฐช่วยทางด้านหาช่องทางการตลาด

5.2 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่าแรงงานฝีมือมีบทบาทสำคัญในการผลิต เพราะสินค้าของที่ระลึกส่วนใหญ่เป็นงานช่างและงานฝีมือ ซึ่งต้องการแรงงานฝีมือที่ทักษะเชิงช่าง มีความคิดสร้างสรรค์ และมีใจรักกับงาน ประกอบกับงานสินค้าของที่ระลึกหลายชิ้นเป็นสินค้าภูมิปัญญาที่ทรงคุณค่าและนับวันจะมีผู้รู้ทำการผลิตน้อยลงทุกที จึงน่าที่จะมีการพัฒนาฝีมือแรงงานหรือฝึกอบรมฝีมือแรงงานเพื่อเพิ่มบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรทางด้านสร้างสรรค์ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือบุคลากรที่รู้จักประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาในการประดิษฐ์ของใช้ของที่ระลึก เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ดั้งเดิมของบรรพบุรุษไว้ให้คงอยู่ต่อไป ซึ่งในเรื่องนี้หน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ เป็นต้นว่า กรมการพัฒนาชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนองค์กรเอกชน และองค์กรพัฒนาต่าง ๆ ควรจัดให้มีการฝึกอบรมอาชีพที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้มากขึ้น โดยจัดในรูปแบบต่าง ๆ เช่น อบรมระยะสั้น การส่งเสริมและพัฒนาอาชีพที่ชาวบ้านทำอยู่แล้ว การช่วยเหลือด้านเทคนิคใหม่ ๆ ช่วยเหลือด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ การจัดการ ตลอดจนให้ความรู้และข้อมูลที่ทันสมัย ทำให้มีโลกทัศน์กว้างขวางขึ้นและเห็นแนวทางในการพัฒนาอาชีพของตน

2. ผู้ประกอบการควรทำการผลิตสินค้าที่มีรูปแบบที่สวยงาม แปลกใหม่ หลากหลายและดึงดูดใจลูกค้า เน้นคุณภาพของสินค้าให้มีความคงทน เหมาะแก่ประโยชน์การใช้สอย รวมทั้งราคาของสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพ ไม่แพงจนเกินไป นอกจากนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์สินค้าให้ลูกค้ารู้จัก และเป็นการสร้างตราสินค้าให้ติดตลาด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเรื่องการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าของที่ระลึกโดยขยายพื้นที่ที่ทำการศึกษาให้กว้างขึ้น เพื่อให้มองภาพของการผลิตสินค้าของที่ระลึกและปัญหาได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการผลิตสินค้าของที่ระลึกในเชิงลึก เช่น ปัจจัยด้านการตลาดว่ามีช่องทางการจำหน่ายสินค้าอย่างไร และแนวโน้มการตลาดของสินค้าจะเป็นอย่างไร ปัจจัยด้านแรงงาน ในเรื่องการพัฒนาฝีมือแรงงาน เป็นต้น



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบสอบถามเลขที่.....

ผู้สัมภาษณ์.....

วันที่ทำ...../...../.....

แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ

เพื่อใช้ประกอบการวิจัยเรื่อง

* การศึกษาการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม *

กรุณาเติมคำหรือข้อความลงในช่องว่างและขีดเครื่องหมาย (/) ลงในคำตอบที่ท่านเลือก

1) ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ (นาย/นาง/นางสาว) นามสกุล.....

อายุ ปี

2. ชื่อสถานประกอบการ / ร้านค้าจำหน่าย

เลขที่ ถนน

ตำบล อำเภอ

จังหวัด มหาสารคาม โทรศัพท์

โทรสาร มือถือ

3. ปีที่ก่อตั้งกิจการ พ.ศ.

4. เงินทุนจดทะเบียน/เงินทุนเริ่มต้น บาท

5. จำนวนคนงาน ทั้งหมด คน เฉลี่ย/เดือน แบ่งเป็นชาย..... คน หญิง

6. สินค้าที่ท่านผลิตได้มีอะไรบ้าง (โปรดระบุสินค้าที่ท่านผลิตและจำหน่าย ที่ทำรายได้

สูงสุด เพียงผลิตภัณฑ์เดียว)

7. รูปแบบการดำเนินงานในกิจการของท่าน

() 7.1 กิจการในครัวเรือน

() 7.2 กลุ่ม เช่น กลุ่มชาวบ้าน/สตรี/อาชีพ

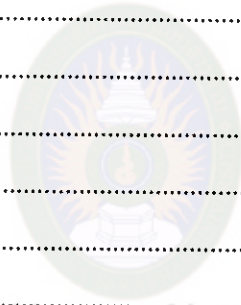
() 7.3 ธุรกิจขนาดย่อม

() ห้างหุ้นส่วน (บุคคลธรรมดา) () ห้างหุ้นส่วนจำกัด () บริษัทจำกัด

() 7.4 อื่น ๆ ระบุ

2) การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าของที่ระลึก

8. สินค้าของที่ระลึกของท่านมีจุดเริ่มต้น(การเริ่มต้นทำการผลิต เรียนรู้ด้านการผลิตจากที่ไหน) และแนวความคิดจากอะไร มีการพัฒนารูปแบบสินค้าของที่ระลึกจากอดีตจนถึงปัจจุบันอย่างไร



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

3) การจัดการและการดำเนินงาน

กรุณาเติมคำหรือข้อความลงในช่องว่างและขีดเครื่องหมาย (/) ลงในคำตอบที่ท่านเลือก

3.1 ลักษณะผู้ประกอบการ

9. ลักษณะของสถานประกอบการ

- () 9.1 อาชีพหลัก () 9.2 อาชีพเสริม

หากเป็นอาชีพหลัก อาชีพเสริมของท่านมีหรือไม่

- () 9.3 ไม่มี () 9.4 มี คืออาชีพอะไร.....

10. การวางแผนดำเนินงานท่านวางแผนหรือตัดสินใจด้วยตนเองคนเดียวหรือร่วมกัน

หลายคน

- () 10.1 วางแผนหรือตัดสินใจคนเดียว () 10.2 วางแผนร่วมมือในครอบครัว

- () 10.3 วางแผนร่วมกันในกลุ่ม () 10.4 อื่น ๆ ระบุ

11. ผู้ประกอบการเป็นคนพื้นที่หรือพื้นที่ใด

- () 11.1 ภายในจังหวัด (โปรดระบุอำเภอ)

- () 11.2 ต่างจังหวัด (โปรดระบุจังหวัด)

- () 11.3 ต่างประเทศ (โปรดระบุประเทศ)

12. ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ

- () 12.1 ประถมศึกษา () 12.2 มัธยมศึกษาตอนปลาย () 12.3ปริญญาตรีหรือสูงกว่า

- () 12.4 อื่น ๆ โปรดระบุ

13. อาชีพเดิมก่อนมาเป็นเจ้าของกิจการ ณ ปัจจุบัน คือ

- () 13.1 ประกอบกิจการที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน โดยสืบทอดมาจากพ่อแม่หรือครอบครัว

- () 13.2 การเป็นลูกจ้างในโรงงานประเภทเดียวกัน () 13.3 ค้าขาย

- () 13.4 อื่น ๆ ระบุ

14. การพัฒนาความรู้ (ด้านการผลิตและการจัดการ) ของผู้ประกอบการ (ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 14.1 การอบรมสัมมนา () 14.2 การอ่านข้อมูลข่าวสาร () 14.3 ศึกษาต่อในระบบ

- () 14.4 อื่น ๆ ระบุ

15. ท่านมีแผนการปรับปรุงหรือขยายกิจการในอนาคตหรือไม่

- () 15.1 ไม่มี

- () 15.2 มี คือ

3.2 วัตถุดิบและเทคโนโลยีการผลิต

16. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตท่าน คือ

16.1

16.2

16.3

16.4

17. ท่านสั่งซื้อวัตถุดิบหรือสินค้าที่ซื้อมาผลิตต่อเนื่องจากพื้นที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 17.1 ภายในจังหวัด

() 17.2 ภายในประเทศ

() 17.3 จากต่างประเทศ

18. แนวโน้มของราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตของท่านจากปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันเป็นอย่างไร

() 18.1 ลดลง% () 18.2 ทรงตัว () 18.3 เพิ่มขึ้น%

19. ท่านได้ความรู้ด้านการผลิตจากที่ใด

() 19.1 จากพ่อแม่หรือครอบครัว

() 19.2 จากการศึกษาในโรงเรียนวิทยาลัยหรือมหาวิทยาลัย

() 19.3 จากการเป็นลูกจ้างกิจการ

() 19.4 อื่น ๆ ระบุ

20. ในการผลิตสินค้าของท่านมีการว่าจ้างหรือรับจ้างผู้อื่น ๆ บ้างหรือไม่

() 20.1 ว่าจ้างกิจการอื่นทำการผลิต (ใช้ตราสินค้าของตนเอง)

() 20.2 ไม่มีการว่าจ้างหรือรับจ้าง

() 20.3 รับจ้างกิจการอื่นทำการผลิต (ใช้ตราสินค้าของผู้ว่าจ้าง)

() 20.4 อื่น ๆ ระบุ

21. ท่านใช้เทคโนโลยีใดในการผลิตสินค้าของท่าน

() 21.1 ใช้แรงงานคนเพียงอย่างเดียว () 21.2 ใช้เครื่องจักรเพียงอย่างเดียว

() 21.3 ใช้แรงงานและเครื่องจักร () 21.4 อื่น ๆ ระบุ

22. การผลิตสินค้าของท่านในช่วงที่ผ่านมาเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร

() 22.1 ผลิตสินค้าเท่าเดิม () 22.2 ปีปัจจุบันผลิตเพิ่มขึ้นจากเดิม ร้อยละ.....

() 22.3 ปีปัจจุบันผลิตลดลง ร้อยละ

31. ลักษณะการได้รับคำแนะนำจากผู้จำหน่ายสินค้าหรือลูกค้า (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)

- () 31.1 ได้รับคำแนะนำจากลูกค้าเมื่อขายสินค้าให้ในช่วงแรก
- () 31.2 ได้รับคำแนะนำแล้วแต่โอกาส
- () 31.3 ได้รับคำแนะนำอย่างสม่ำเสมอตั้งแต่เริ่มจนถึงปัจจุบัน
- () 31.4 อื่น ๆ โปรดระบุ

32. ท่านมีการประชาสัมพันธ์สินค้าอย่างไร (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)

- () 32.1 โฆษณาในเว็บไซต์
- () 32.2 โฆษณาในโทรทัศน์
- () 32.3 งานแสดงสินค้าต่าง ๆ
- () 32.4 อื่น ๆ ระบุ

33. ท่านพัฒนาสินค้าอย่างไร (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)

- () 33.1 การปรับปรุงสินค้าโดยการลองผิดลองถูกกันภายในกิจการ
- () 33.2 ทำการรวบรวมข้อมูลจากผู้ซื้อ
- () 33.3 การปรับปรุงสินค้าโดยการหาผู้แนะนำหรือสอนในกิจการ
- () 33.4 อื่น ๆ ระบุ

34. เครื่องขายหรือกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กันกับกิจการของท่านมีประโยชน์อย่างไร (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)

- () 34.1 ไม่มีเครื่องขายหรือการรวมกลุ่ม
- () 34.2 การรวมกลุ่มกันขาย
- () 34.3 การแลกเปลี่ยนเทคนิคการผลิต
- () 34.4 อื่น ๆ ระบุ

34. นโยบายของหน่วยงานรัฐ

35. รัฐมีบทบาทในการช่วยเหลือกิจการของท่านอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 35.1 ให้การอบรมทางด้านเทคนิคการผลิต
- () 35.2 ช่วยในเรื่องขั้นตอนการขออนุญาตประกอบกิจการ
- () 35.3 ให้บริการด้านสินเชื่อและเงินทุน
- () 35.4 อื่น ๆ คือ.....

36. ท่านต้องการให้หน่วยงานของรัฐช่วยเหลือในด้านใดบ้าง (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)

- () 36.1 การลดขั้นตอนการขออนุญาตเกี่ยวกับสินค้า
- () 36.2 ขยายการให้สินเชื่อและเงินลงทุน
- () 36.3 การฝึกอบรมด้านเทคนิคการผลิตสินค้าให้ตรงตามรูปแบบและมาตรฐานความต้องการของตลาด
- () 36.4 อื่น ๆ ระบุ

4) ปัญหาและอุปสรรคในการผลิต

37. ในปัจจุบัน ท่านพบปัญหาใดในการดำเนินงานกิจการของท่าน (เช่น ปัญหาด้านวัตถุดิบ, แรงงาน, ตลาด, การจัดการ และกระบวนการผลิต)

37.1 ปัญหา

37.2 ปัญหา

37.3 ปัญหา

37.4 ปัญหา

38. จากปัญหาที่ท่านพบในข้อ 37 ท่านมีแนวทางในการแก้ปัญหาอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ภาคผนวก ข

หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ที่ ศธ. 1540.0๗ /ด 014

สถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ตำบลตลาด อำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม ๔๔๐๐๐

๒๕ พฤษภาคม ๒๕๕๑

เรื่อง ขออนุญาตเก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน ผู้ประกอบการ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถาม 1 ชุดพร้อมซองติดแสตมป์

ด้วย นางสาวสุนทรียา ไชยปัญญา อาจารย์ สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ได้รับทุนสนับสนุนการทำวิจัยจากสถาบันวิจัยและพัฒนา เรื่อง “การศึกษาการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดมหาสารคาม” การทำวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

๑. เพื่อศึกษาการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการและการดำเนินการผลิตสินค้าของที่ระลึก
๒. เพื่อศึกษารูปแบบสินค้าของที่ระลึกมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดมหาสารคาม
๓. เพื่อศึกษาถึงปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการผลิตสินค้าของที่ระลึกที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดมหาสารคาม

ดังนั้นเพื่อให้การวิจัยเป็นไปได้อย่างเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขออนุญาตให้อาจารย์สุนทรียา ไชยปัญญา ได้ศึกษาและเก็บข้อมูลในรายละเอียดตามแบบสอบถามที่แนบมาพร้อมนี้ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน ในการให้ข้อมูลในครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.รังสรรค์ สิงห์เลิศ)

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ประวัติโดยย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล

นางสาวสุนทรียา ไชยปัญญา

ตำแหน่ง หน่วยงานที่สังกัด

อาจารย์อัตราจ้าง คณะวิทยาการจัดการ

ที่อยู่

บ้านเลขที่ 65/1 ต. แกดำ อ.แกดำ จ.มหาสารคาม 44190

ประวัติการศึกษา

ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต(MBA)

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ (การบัญชี)

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ประวัติการทำวิจัย

เรื่อง “ การวิเคราะห์ห้วงการเงินของสหกรณ์โคนม

โคกก่อ จังหวัดมหาสารคาม”



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY