

## สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญแผนภาพ	ฎ
สารบัญรูปภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของการศึกษา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.4 ขอบเขตการศึกษา	5
1.5 วิธีการศึกษา	6
1.6 นิยามศัพท์	22
บทที่ 2 ภาคหัตถกรรมพื้นบ้านของประเทศไทย	25
2.1 ประเภทและการกระจายของอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านของไทย	25
2.2 ตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านของไทย	31
2.3 เทคโนโลยีการผลิตของอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านของไทย	32
2.4 สินเชื่อสำหรับธุรกิจหัตถกรรมพื้นบ้านของไทย	47
2.5 ปัญหาและอุปสรรคของภาคหัตถกรรมพื้นบ้านของไทย	48
บทที่ 3 โครงสร้างธุรกิจและการบริหารจัดการ	51
3.1 การจัดการองค์กร	51
3.2 การบริหารการผลิต	62
3.3 การบริหารการตลาด	72
3.4 การบริหารการเงิน	94
3.5 ผลการวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะสำหรับประเภทผลิตภัณฑ์	101
บทที่ 4 พฤติกรรมการซื้อและทัศนคติของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้าน	115
4.1 ลักษณะของตัวอย่างผู้บริโภค	115
4.2 ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้าน	115
4.3 พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	118

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า	
4.4	สินค้าหัตถกรรมที่ผู้บริโภคนิยม	123
4.5	แหล่งข้อมูลข่าวสารในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้าน	123
4.6	วิธีเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน	125
4.7	ทัศนคติของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้าน	125
4.8	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าหัตถกรรม	131
4.9	สรุป	137
บทที่ 5	ผลการดำเนินงานของหน่วยประกอบการ	141
5.1	ภูมิปัญญาและทรัพยากรท้องถิ่น	141
5.2	ผลการดำเนินงานทางการเงิน	157
5.3	ผลกระทบต่อการจ้างงาน	175
บทที่ 6	แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาภาคหัตถกรรมและกลยุทธ์หลักสำหรับประเภทผลิตภัณฑ์	179
6.1	สถานการณ์ปัจจุบัน	179
6.2	การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและข้อจำกัด ( SWOT )	180
6.3	ยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาภาคหัตถกรรม	182
6.4	กลยุทธ์เฉพาะประเภทหัตถกรรม	185
บทที่ 7	บทสรุปและบทเรียนจากงานวิจัย	193
7.1	บทสรุป	193
7.2	บทเรียนจากกระบวนการวิจัยเพื่อพัฒนาแบบครบวงจร	196
	เอกสารอ้างอิง	201
	ภาคผนวก	209
	ภาคผนวก ก.	211
	ภาคผนวก ข.	215
	ภาคผนวก ค.	223

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	จำนวนผู้ผลิตหัตถกรรมพื้นบ้านในภาคเหนือตอนบน	8
1.2	จำนวนตัวอย่างในการศึกษา แยกตามรายผลิตภัณฑ์	8
1.3	พื้นที่ศึกษาหัตถกรรมแต่ละประเภท แยกตามรายจังหวัด	8
1.4	ตัวอย่างหน่วยประกอบการที่ศึกษา	9
1.5	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพของผู้ซื้อและประเภทผลิตภัณฑ์	11
1.6	จำนวนตัวอย่างของผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวและผู้บริโภค	11
2.1	ประเภทผลิตภัณฑ์และแหล่งผลิตหัตถกรรมพื้นบ้านของไทย	26
2.2	วัตถุดิบและแหล่งวัตถุดิบที่ใช้ในหัตถกรรมพื้นบ้านของไทย	29
2.3	มูลค่าการส่งออกสินค้าหัตถกรรมของไทยแยกตามตลาดส่งออกที่สำคัญ ปี 2541-2545	31
2.4	มูลค่าการส่งออกสินค้าหัตถกรรม 5 ชนิดของไทย ในช่วงปี 2540-2545	32
3.1	ลักษณะการประกอบการแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์	51
3.2	สาเหตุการเริ่มก่อตั้งหน่วยประกอบการ	52
3.3	วัตถุประสงค์การก่อตั้งหน่วยประกอบการ	53
3.4	อายุของหน่วยประกอบการ จำแนกตามลักษณะการประกอบการ	53
3.5	อายุของหน่วยประกอบการ จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์	54
3.6	รูปแบบโครงสร้างองค์กรของหน่วยประกอบการแบบกลุ่ม	55
3.7	การถือหุ้น	55
3.8	จำนวนสมาชิกของกลุ่มฯ และมูลนิธิ	56
3.9	การบริหารงานในองค์กรของหน่วยประกอบการแบบกลุ่ม	57
3.10	จำนวนกลุ่มกิจกรรมย่อย	57
3.11	บุคคลที่เป็นผู้นำของหน่วยประกอบการ	58
3.12	ลักษณะของผู้นำของผู้นำ	59
3.13	กลุ่มเครือข่าย	60
3.14	แผนการจัดการองค์กร	61
3.15	ปัญหาและอุปสรรคด้านการจัดการองค์กร	61
3.16	ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	62

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
3.17 การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์	63
3.18 วิธีการบริหารการผลิต	63
3.19 การวางแผนการผลิต	64
3.20 การคัดคุณภาพวัตถุดิบ	65
3.21 แหล่งวัตถุดิบ	65
3.22 แหล่งที่มาของแรงงาน	66
3.23 การได้มาซึ่งเครื่องมือและอุปกรณ์	67
3.24 องค์กรให้ความช่วยเหลือด้านเทคโนโลยี	67
3.25 ลักษณะสถานที่ผลิต	68
3.26 ความช่วยเหลือด้านการผลิตที่ได้รับ	69
3.27 แหล่งให้ความช่วยเหลือด้านการผลิต	69
3.28 ปัญหาและอุปสรรคด้านการผลิต	70
3.29 ความต้องการความช่วยเหลือด้านการผลิต	72
3.30 วิธีการบริหารการตลาด	73
3.31 แผนการตลาดในอนาคต	74
3.32 สาเหตุของการพัฒนาผลิตภัณฑ์	75
3.33 วิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์	76
3.34 ชนิดบรรจุภัณฑ์ที่ใช้	77
3.35 ฉลาก / ใบโฆษณา	77
3.36 ผู้กำหนดราคา	79
3.37 วิธีการกำหนดราคาของผู้ผลิต	80
3.38 การต่อรองราคา	80
3.39 การเปลี่ยนแปลงราคาในช่วงระยะ 3 ปี (ปี 2542 – 2544)	81
3.40 ลักษณะการขาย	88
3.41 การรับชำระเงิน	89
3.42 การรักษาลูกค้าเก่า	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
3.43 การแสวงหาลูกค้าใหม่	91
3.44 ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาด	92
3.45 ความต้องการความช่วยเหลือด้านการตลาด	93
3.46 การบริหารการเงิน	95
3.47 การจัดทำบัญชี	96
3.48 การจัดสรรเงินปันผล	96
3.49 สวัสดิการ	97
3.50 การกู้ยืม	98
3.51 แผนการเงิน	99
3.52 ปัญหาและอุปสรรคด้านการเงิน	100
3.53 ความช่วยเหลือด้านการเงินที่ต้องการ	101
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจากต่างจังหวัด จำแนกตามประเภทและมูลค่าสินค้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	120
4.2 ชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อครั้งล่าสุดของผู้บริโภคจากต่างจังหวัดซื้อครั้งล่าสุด	120
4.3 สัดส่วนของผู้บริโภคจากต่างจังหวัด จำแนกตามสัดส่วนการซื้อเพื่อฝาก	121
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัด จำแนกตามประเภทและมูลค่าสินค้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	122
4.5 ชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อครั้งล่าสุดของผู้บริโภคในจังหวัดซื้อครั้งล่าสุด	122
4.6 สัดส่วนของผู้บริโภคในจังหวัด จำแนกตามสัดส่วนการซื้อเพื่อฝาก	123
4.7 แหล่งข้อมูลในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ซื้อครั้งล่าสุดที่บ้าน	124
4.8 วิธีการเลือกซื้อสินค้าที่ซื้อครั้งล่าสุดของผู้บริโภคทั้งในและต่างจังหวัด	125
4.9 เหตุผลที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าที่ซื้อครั้งล่าสุดที่บ้าน	126
4.10 ปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกซื้อสินค้าชิ้นนั้นๆ	128
4.11 จุดเด่นของสินค้าที่ซื้อครั้งล่าสุดที่บ้านที่ซื้อ ในความคิดเห็นของผู้บริโภค	129
4.12 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคต่อการปรับปรุงสินค้าที่ซื้อครั้งล่าสุดที่บ้าน 5 ประเภท	131
4.13 การกระจายของระดับราคาของผู้ซื้อสินค้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	134
4.14 ผลการวิเคราะห์ Multinomial Logit Model สำหรับระดับราคาสินค้าที่ซื้อครั้งล่าสุด	136

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.15	ผลกระทบส่วนเปลี่ยน (marginal effect) สำหรับราคาระดับต่ำ ปานกลางและสูง	136
5.1	ยอดขายรวมเฉลี่ยจำแนกตามลักษณะการประกอบการและประเภทผลิตภัณฑ์	158
5.2	กำไรสุทธิเฉลี่ยเปรียบเทียบตามลักษณะการประกอบการและประเภทผลิตภัณฑ์	162
5.3	อัตรากำไรต่อยอดขายเปรียบเทียบตามลักษณะการประกอบการ และประเภทผลิตภัณฑ์	162
5.4	อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ของกิจการจำแนกตาม ลักษณะการประกอบการ และประเภทผลิตภัณฑ์	166
5.5	อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ของกิจการจำแนกตาม ลักษณะการประกอบการ และประเภทผลิตภัณฑ์	167
5.6	อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ของกิจการจำแนกตาม ลักษณะการประกอบการ และประเภทผลิตภัณฑ์	168
ก.1	ตัวแปรในการวิเคราะห์ Factor Analysis	211
ก.2	Total Variance Explained	212
ก.3	Rotator Matrix	213
ข.1	ANOVA เปรียบเทียบในกลุ่มผลิตภัณฑ์	215
ข.2	ANOVA เปรียบเทียบในลักษณะการประกอบการ	218
ข.3	ANOVA เปรียบเทียบในกลุ่มผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มชุมชน	220
ค.1	ผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาประเภทผ้าทอและผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ	223
ค.2	ผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาประเภทผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่และเส้นใยพืช	233
ค.3	ผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาประเภทกระดาษสาและผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา	242
ค.4	ผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาประเภทเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิค	248
ค.5	ผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาประเภทไม้แกะสลัก	253

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
2.1	ขั้นตอนการย้อมด้วยสีธรรมชาติ	35
2.2	ขั้นตอนการผลิตกระดาษสา	45
3.1	ช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอและผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ	82
3.2	ช่องทางการจัดจำหน่ายตุ๊กตาผ้า	83
3.3	ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เย็บปักถักร้อย	83
3.4	ช่องทางการจัดจำหน่ายจักสานฯ	84
3.5	ช่องทางการจัดจำหน่ายเครื่องปั้นฯ	85
3.6	ช่องทางการจัดจำหน่ายกระดาษสาฯ	86
3.7	ช่องทางการจัดจำหน่ายไม้แกะสลัก	86
3.8	ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของเล่นจากไม้	87
4.1	สัดส่วนค่าใช้จ่ายซื้อสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดในครอบครัว ปี 2545	116
4.2	สัดส่วนของผู้ซื้อและสัดส่วนค่าใช้จ่ายซื้อสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดของครอบครัว ในปี 2543 และ 2545	117
4.3	สัดส่วนของผู้ซื้อและสัดส่วนค่าใช้จ่ายซื้อผ้าทอฯ ต่อค่าใช้จ่ายเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของครอบครัว ในปี 2545	118
4.4	ความถี่ในการมา จ. เชียงใหม่ และลำปาง ของผู้บริโภครายต่างจังหวัด	119
4.5	สินค้าหัตถกรรมที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค	124
5.1	ยอดขายรวมจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์และลักษณะการประกอบการ	159
5.2	กำไรของกิจการจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์และลักษณะการประกอบการ	163
5.3	อัตรากำไรของกิจการจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์และลักษณะการประกอบการ	164
5.4	อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ของกิจการจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์และลักษณะการประกอบการ	169
5.5	อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ของกิจการจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์และลักษณะการประกอบการ	170
5.6	อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) ของกิจการจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์และลักษณะการประกอบการ	171
5.7	การกระจายตัวของตัวอย่างกรณีศึกษาตามขนาดของสมาชิกประเภทธุรกิจ แหล่งทุน รายได้ และอายุของกิจการ	174

**สารบัญแผนภาพ (ต่อ)**

แผนภาพที่	หน้า
5.8 การใช้แรงงานของงานหัตถกรรมพื้นบ้านในชุมชนต่อกิจการ	176
5.9 การจ้างงานของหัตถกรรมในชุมชนเปรียบเทียบกับมูลค่าของผลผลิต	177
5.1 รายได้ของกิจการหัตถกรรมในชุมชนต่อแรงงาน	178
5.11 รายได้ของกิจการหัตถกรรมในชุมชน	178

## สารบัญรูปภาพ

รูปภาพที่		หน้า
5.1	เครื่องกรอด้วยแบบเท้าเหยียบโดยใช้มอเตอร์ไฟฟ้า	143
5.2	มะกักรักทำจากท่อพลาสติก	143
5.3	ผ้าฝ้ายทอมือ อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่	144
5.4	ผ้าทอไทลื้อ บ้านทุ่งมอก จ.พะเยา	144
5.5	ผ้าฝ้ายทอมือ ต.แม่แรง อ.ป่าซาง จ.ลำพูน	144
5.6	ผ้าลายน้ำไหล จ.น่าน	144
5.7	ผ้าจก จ.แพร่	144
5.8	เตาอบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯบ่อแฮ้ว	146
5.9	เตาอบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯสงใต้	146
5.1	ผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวาของกลุ่มฯ ห้วยเคียนเหนือ	147
5.11	ผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวาของกลุ่มฯ ชั่วมุง	148
5.12	ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ของกลุ่มฯ ลานตาเกลี้ยง และกลุ่มฯ ชบา	148
5.13	เตาเผาของศูนย์สาธิตส่งเสริมศิลปหัตถกรรมเวียงกาหลง	150
5.14	วิธีการเผาของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านม่อนเขาแก้ว	150
5.15	เครื่องปั้นดินเผาบ้านม่อนเขาแก้ว	151
5.16	เครื่องปั้นดินเผาโป่งเทวี	151
5.17	เครื่องปั้นดินเผาหลอดลายเวียงกาหลง	151
5.18	เซรามิคของกิจการต้นดีเซรามิค	151
5.19	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกระดาษสาของกลุ่มฯ ไยสับประดากลุ่มฯ ดงป่าซาง และกิจการป่าบัวจันทร์	155
5.2	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกระดาษสาของกลุ่มฯ บ้านฮ่องกอก	155
5.21	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกระดาษสาของกลุ่มฯ บ้านไร่	155
5.22	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกระดาษสาของกลุ่มฯ บ้านผึ้ง	155