

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของการศึกษา

ในขณะที่เริ่มทำโครงการวิจัยนี้ ประเทศไทยกำลังประสบปัญหาทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงปี 2540-2541 ซึ่งเศรษฐกิจขยายตัวเพียงร้อยละ -0.4 และ -8.0 ตามลำดับ และในขณะนั้นธนาคารแห่งประเทศไทยได้คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจในปี 2543 และ 2544 มีการขยายตัวร้อยละ 4.5-5.0 และ 4.0-5.5 ตามลำดับ แต่ในความเป็นจริงแล้ว ภาวะเศรษฐกิจกลับขยายตัวช้ากว่าที่ธนาคารแห่งประเทศไทยคาดการณ์ไว้ ดังจะเห็นได้จากเศรษฐกิจไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 2.5 ในไตรมาสสุดท้ายของปี 2544 เป็นร้อยละ 3.9 เท่านั้นในไตรมาสแรกของปี 2545 และเร่งขึ้นเป็นร้อยละ 5.1 และ 5.8 ในไตรมาสที่ 2 และ 3 ตามลำดับ (<http://www.bot.or.th>) นอกจากนี้เมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคเกษตรกรรม ณ ราคาคงที่ (ปี 2531) (GDP) ในปี 2540 มีการขยายตัวเพียงร้อยละ 0.4 และขยายตัวลดลงในปี 2541 โดยอยู่ที่ร้อยละ -1.4 ส่วนปี 2543 นั้น ธนาคารแห่งประเทศไทยได้คาดว่า GDP ของภาคเกษตรกรรมจะขยายตัวเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 2.1 เท่านั้น

จากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำที่ประเทศไทยเผชิญอยู่ในขณะนั้น คาดว่าจะส่งผลให้ประชาชนในประเทศว่างงานเป็นจำนวนมาก และปรากฏว่าในปี 2542 มีจำนวนผู้ว่างงานถึง 1.38 ล้านคน และเพิ่มขึ้นเป็น 1.42 ล้านคน ในปี 2543 (<http://www.nesdb.go.th>) อันเป็นผลจากการเลิกจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมและบริการ ผู้ว่างงานบางส่วนจึงคืนถิ่นยังถิ่นฐานเดิม และหันไปประกอบอาชีพทางด้านเกษตรกรรมและอาชีพอิสระต่าง ๆ ภายในท้องถิ่น

ทั้งนี้เพื่อเร่งรัดพัฒนาและช่วยเหลือประชากรกลุ่มผู้ด้อยโอกาสและผู้ยากจน ซึ่งได้รับผลกระทบจากวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ การพัฒนาชนบทในช่วงท้ายของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 (2540-2544) จึงได้ปรับเปลี่ยนโดยมุ่งเน้นที่จะเสริมขีดความสามารถของคนและชุมชนให้มีความเข้มแข็ง และให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และการดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างเต็มที่ ขณะเดียวกันก็มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจให้กระจายตัวไปในระดับพื้นที่ เพื่อให้ประชาชนได้รับประโยชน์จากการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างทั่วถึง (<http://www.nesdb.go.th>)

แผนงานประการหนึ่งของรัฐเกี่ยวกับการพัฒนาชนบทในช่วงท้ายของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 (2540-2544) สืบเนื่องมาจากถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับปัจจุบัน ได้แก่ การส่งเสริมการมีงานทำในชนบทเพื่อรองรับแรงงานกลับท้องถิ่น โดยจัดทำแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจชนบท เพื่อบรรเทาปัญหาเฉพาะหน้าจากแรงงานกลับคืนถิ่น เพื่อเสริมสร้างรายได้และการมีงานทำให้แก่คนชนบท และเป็นการสร้างเสริมความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชนบทอย่างมั่นคงในระยะยาว โดยกิจการต้องอยู่บนพื้นฐานของการคิดริเริ่มและการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อเป็นฐานรองรับการมีงานทำอย่างมั่นคง โดยเน้นการส่งเสริมเศรษฐกิจในระดับครัวเรือนและชุมชน ประกอบด้วยการพัฒนาการ

เกษตร การพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดเล็กและอุตสาหกรรมชุมชน รวมทั้งส่งเสริมการเชื่อมโยงอย่างเกื้อกูลและสนับสนุนซึ่งกันและกันระหว่างผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก กับธุรกิจขนาดใหญ่ สูตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อสร้างเสริมกระบวนการสร้างรายได้ให้กับประชาชนอย่างเป็นระบบ (<http://www.thairakthai.or.th>)

อุตสาหกรรมหัตถกรรมนับเป็นการผลิตนอกภาคเกษตรกรรมสาขาหนึ่งที่มีความสำคัญของไทย เนื่องจากสามารถรองรับแรงงานได้ถึง 5.24 ล้านคน ในปี 2543 (สำรวจรอบที่ 1 (ก.พ.) โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ) หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.59 ของแรงงานนอกภาคเกษตรกรรมทั้งหมด และการจ้างงานในสาขาอุตสาหกรรมหัตถกรรมได้เพิ่มขึ้นจากปี 2541 ร้อยละ 14.46 (<http://www.nesdb.go.th>) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสาขาการผลิตดังกล่าวสามารถเป็นที่พึ่งพิงของกำลังแรงงานได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้สินค้าหัตถกรรมยังเป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศและทำรายได้ให้แก่ประเทศ ตัวอย่างเช่น ในปี 2543 ประเทศไทยส่งออกไม้แกะสลักเป็นมูลค่า 902 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์จักสานมีมูลค่าส่งออก 247 ล้านบาท (กรมศุลกากร, 2544 และสำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2544) ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมหัตถกรรมในระดับชุมชน จึงเป็นหนทางหนึ่งที่สามารถแก้ไขหรือบรรเทาปัญหาดังกล่าวข้างต้นได้ และยังสอดคล้องกับแผนพัฒนาชนบทซึ่งเน้นหนักในเรื่องของธุรกิจชุมชน ในอันที่จะยกระดับรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน นอกจากนี้การส่งเสริมอุตสาหกรรมหัตถกรรมในชุมชนจะมีส่วนช่วยอนุรักษ์และสืบสานศิลปวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อความแข็งแกร่งของชุมชน

แม้ในระดับมหภาคจะเป็นที่ประจักษ์ชัดถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมหัตถกรรมในชุมชนแล้วก็ตาม แต่ยังมีคำถามว่าทำอย่างไรจึงจะเพิ่มบทบาทและเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมหัตถกรรมในชุมชนที่มีต่อระบบเศรษฐกิจให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับเศรษฐกิจชุมชน และเพิ่มความเข้มแข็งให้กับสถาบันครอบครัว การที่จะตอบคำถามดังกล่าว และสามารถให้ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ได้อย่างเป็นรูปธรรมนั้น จำเป็นต้องทำการศึกษาสถานภาพของอุตสาหกรรมหัตถกรรมในชุมชน โดยเจาะลึกถึงโครงสร้างการผลิต เทคโนโลยี (ซึ่งหมายถึงการวิเคราะห์เทคโนโลยีการผลิตจากภูมิปัญญาชาวบ้าน และเทคโนโลยีที่ไม่ได้มาจากภูมิปัญญาชาวบ้าน ช่องว่างของเทคโนโลยีการผลิตที่ขาดหายไป งานวิจัยที่ต้องการด้านเทคโนโลยีการผลิตเพื่อเพิ่มคุณภาพความสม่ำเสมอ หรือมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ความแน่นอนของปริมาณการผลิต และการลดต้นทุนการผลิต เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี) ตลอดจนการจัดการด้านการตลาด การเงิน และการจัดการองค์กรของกลุ่มหัตถกรรม รวมถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ของผู้ประกอบการทั้งรายเดี่ยวและรายกลุ่ม ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการเพิ่มประสิทธิภาพ ขีดความสามารถในการแข่งขันและความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้าน ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะถูกนำมาใช้เพื่อพัฒนาการผลิตของผู้ประกอบการ และการจัดทำแผนการปรับปรุงโครงสร้างการผลิต การตลาด การเงิน และการจัดองค์กรที่เหมาะสม นอกจากนี้ ยังมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาการตลาดเพื่อทราบถึงพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านของผู้ซื้อซึ่งจะช่วยให้เกิดความเข้าใจตลาดหัตถกรรมพื้นบ้านได้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งการศึกษาการทำตลาดของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านแต่ละประเภทอย่างละเอียดจะช่วยให้สามารถแนะนำสู่ทางการขยายตลาดของหัตถกรรมพื้นบ้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ต่อฝ่ายต่าง ๆ รวมทั้งผู้ประกอบการ ผู้วางนโยบาย

ฝ่ายส่งเสริม และผู้สนับสนุนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และทำให้สามารถจัดทำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาด เพื่อความสะดวกในการติดต่อซื้อขายระหว่างผู้ผลิตกับผู้ซื้อ ผู้ผลิตกับนักการตลาด ผู้ผลิตกับสถาบันการเงิน ผู้ผลิตกับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการผลิตต่าง ๆ รวมถึงการร่วมมือกับหน่วยงานในภาครัฐเพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมหัตถกรรมในชุมชน

อย่างไรก็ตามเพื่อให้ได้ภาพในระดับมหภาค (macro) เพิ่มขึ้น และทำให้สามารถตอบคำถามทั้งสองระดับ คือ ระดับจุลภาค (micro) และระดับมหภาค (macro) ได้ดีขึ้น การศึกษานี้จะมีการเลือกตัวอย่างโดยรวมเงื่อนไขเรื่องทุนทางสังคม (social capital) เข้าไปพิจารณาด้วย โดยมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่มีทุนทางสังคมมาก กลุ่มที่มีทุนทางสังคมปานกลาง กลุ่มที่มีทุนทางสังคมน้อย และกลุ่มที่ไม่มีทุนทางสังคม ซึ่งน่าจะเป็นสมมติฐาน (hypothesis) ที่จะอธิบายความสำเร็จหรือความล้มเหลวของกลุ่มได้ปัจจัยหนึ่ง ซึ่งอาจนำไปสู่ข้อเสนอแนะหรือนโยบาย (policy implication) ได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษานี้มีเป้าหมายสำคัญ คือ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ชีดความสามารถในการแข่งขัน และความเข้มแข็งทางด้านการผลิต การตลาด การเงิน และการจัดองค์กรของอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้าน อันจะส่งผลต่อเนื่องไปถึงการยกระดับรายได้ การบรรเทาปัญหาการว่างงาน กระจายรายได้ไปสู่ชนบทของประเทศ และเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านเศรษฐกิจแก่ชุมชนและสถาบันครอบครัว

เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายดังกล่าวนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เฉพาะดังต่อไปนี้

1. เพื่อทราบถึงสถานภาพปัจจุบันและพัฒนาการของอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้าน โดยเจาะลึกถึงผู้ประกอบการแต่ละราย (ทั้งรายเดี่ยวและรายกลุ่ม) ในประเด็นต่าง ๆ อาทิ โครงสร้างการผลิต โครงสร้างการตลาด โครงสร้างทางการเงิน การระดมทุน ลักษณะการประกอบการ หรือการดำเนินธุรกิจ รูปแบบการจัดองค์กร เทคโนโลยีการผลิต/แปรรูป การเงิน และศักยภาพในการขยายธุรกิจและขยายตลาด รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ของอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งหมายรวมไปถึงเทคโนโลยีที่มาจากภูมิปัญญาชาวบ้านด้วย
2. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้ผลิตและผู้ซื้อในสินค้าเป้าหมายแต่ละชนิดที่ได้กล่าวไว้ในขอบเขตของการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการทำการตลาดสำหรับสินค้าแต่ละชนิดดังกล่าว
3. เพื่อทำแผนการปรับปรุงโครงสร้างการผลิต การตลาด การเงิน และการจัดองค์กรที่เหมาะสมให้แก่ผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มหรือแต่ละรายให้มีความเข้มแข็ง สามารถแข่งขันและสร้างรายได้ได้อย่างยั่งยืน

4. เพื่อจัดทำ Website สำหรับใช้ในการส่งเสริมการขายให้แก่อุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้าน และเพื่อเป็นฐานข้อมูลให้กับผู้ประกอบการในด้านเทคโนโลยี สถาบันการเงิน และการตลาด
5. เพื่อจัดประชุมระดมความคิดและหาความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการและองค์กรท้องถิ่น ในการพัฒนาอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านโดยเน้นให้อุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านเป็น ธุรกิจชุมชน
6. เพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Plan) หรือ / และ แผนกลยุทธ์เฉพาะประเภทผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้เป็นแนวนโยบายสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป
7. เพื่ออบรมผู้ประกอบการในการดำเนินการผลิต การตลาด การเงิน และการจัดองค์กร ในส่วนของผู้ประกอบการที่ยังมีความอ่อนแอตามผลการวิจัยที่ได้ศึกษามา เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการดังกล่าว
8. เพื่ออบรมหน่วยปฏิบัติในท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักส่งเสริมให้เข้าใจถึงวิวิธเคราะห์ โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ต่าง ๆ ตั้งแต่การผลิต การเงิน ไปจนกระทั่งถึงการตลาด เพื่อให้ผู้ปฏิบัติดังกล่าวสามารถนำไปวิเคราะห์เพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชนให้ขยายตัวต่อไป
9. เพื่อทดสอบแนวคิด "การวิจัยเพื่อพัฒนาแบบครบวงจร"

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษานี้คาดว่าจะได้รับประโยชน์ (output) ดังต่อไปนี้

1. ได้แนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต แนวทางการปรับปรุงโครงสร้างการผลิต แผนการดำเนินงาน และรูปแบบการจัดองค์กรที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านแต่ละราย (ทั้งรายเดี่ยวและรายกลุ่ม) เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันให้มากขึ้น
2. ได้แนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพการตลาด ลู่ทางการขยายตลาด ซึ่งรวมการปรับปรุงตัวผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการตลาด และแนวทางการกระตุ้นให้พ่อค้าคนกลางผู้รวบรวมผลิตภัณฑ์เข้ามาซื้อขายในตลาด (เพิ่มแหล่งกระจายสินค้า) เพิ่มขึ้น
3. ได้แนวทางที่เป็นไปได้ในการขอสินเชื่อของผู้ประกอบการจากสถาบันการเงินผู้ให้สินเชื่อ ในกรณีที่ผู้ประกอบการต้องการขยายกิจการ หรือพบปัญหาอุปสรรคที่ขัดขวางการทำธุรกิจอันเนื่องมาจากปัญหาเงินทุน ซึ่งแนวทางที่เป็นไปได้ดังกล่าวคาดว่าจะเป็นที่น่าเชื่อถือทั้งฝ่ายผู้ประกอบการและสถาบันการเงินผู้ให้สินเชื่อ ทั้งนี้เพราะคณะวิจัยจะเป็นคณะที่เป็นกลาง ข้อมูลและแนวทางที่เสนอแนะจึงคาดว่าจะได้รับความเชื่อถือจากทุกฝ่าย อีกทั้งสถาบันการเงินจะสะดวกใจในการให้การสนับสนุนทางการเงินต่อไป อันจะทำให้อุตสาหกรรมหัตถกรรมขยายตัวออกไปได้อย่างมั่นคง

4. ทำให้สามารถอำนวยความสะดวกทางด้านข้อมูลข่าวสารการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการและผู้ซื้อ โดยการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้าน และการจัดทำข้อมูลสารสนเทศเพื่อประโยชน์ในการซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการและผู้ซื้อ
5. ได้ Website สำหรับขยายสู่ทางทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการ และ Website เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลทางด้านผู้เชี่ยวชาญเทคโนโลยีการผลิต ผู้เชี่ยวชาญการตลาด สถาบันการเงินให้กู้ยืม และแหล่งระบายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการ
6. ผู้ประกอบการแต่ละราย (ทั้งรายเดี่ยวและรายกลุ่ม) จะได้รับแผนการปรับปรุงโครงสร้างทางด้านการผลิต การตลาด การเงิน และการจัดองค์กร ซึ่งมาจากการร่วมกันทำแผนที่ผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญสาขาต่างๆ อันจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการเพิ่มประสิทธิภาพของผู้ประกอบการแต่ละรายต่อไป
7. ผู้ประกอบการจะได้รับการอบรมในด้านการผลิต การตลาด การเงิน และการจัดองค์กร เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ธุรกิจของตน
8. จะได้ยุทธศาสตร์การพัฒนาและแผนกลยุทธ์เฉพาะประเภทผลิตภัณฑ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการตลาด ซึ่งหมายรวมถึงการขยายตัวของธุรกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้าน ทั้งนี้เพื่อที่หน่วยงานของรัฐและองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้องจะสามารถนำไปปรับใช้ในด้านนโยบายต่อไปทั้งในระดับมหภาคและจุลภาค
9. จะได้ธุรกิจอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นธุรกิจที่มีลักษณะเป็นธุรกิจชุมชนมากขึ้น และเข้มแข็งขึ้น
10. ช่วยสร้างบุคลากรของมหาวิทยาลัยให้มีความเชี่ยวชาญในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้าน
11. ได้แนวทางในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ชาวบ้านปรับตัวฉันทรรวมเชิงสังคมให้ชาวบ้านเข้ามาทำธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจชุมชนให้มากขึ้น
12. โครงการนี้ช่วยจ้างงานบัณฑิตในสาขาต่าง ๆ (10 คน : บัณฑิต 8 คน และผู้มีประสบการณ์ 2 คน)

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษการปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านในครั้งนี้ มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. เป็นการศึกษาอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านแบบเจาะลึกเป็นรายผู้ประกอบการและรายผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพื่อทราบสภาพการผลิตและการตลาด รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่แท้จริง และชัดเจนของผู้ประกอบการแต่ละราย และผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด
2. เป็นการศึกษาอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านในรายละเอียดเฉพาะพื้นที่เป้าหมายในภาคเหนือตอนบน ทั้งนี้เพื่อศึกษาเชิงลึกเป็นรายกลุ่มผู้ประกอบการและรายสินค้าเพื่อให้ได้มาซึ่ง

ข้อเท็จจริง ปัญหา และอุปสรรคของการดำเนินงานเป็นราย ๆ ไป อันจะเป็นประโยชน์ในการ
 ทำแผนปรับโครงสร้างการผลิต การตลาด การเงิน และการจัดองค์กรของผู้ประกอบการแต่ละ
 รายหรือแต่ละกลุ่ม

1.5 วิธีการศึกษา

1.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้จะมุ่งเน้นการเก็บข้อมูลภาคสนามเป็นสำคัญ โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกจาก
 ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้าน ประกอบกับวิธีการสังเกตการณ์ โดยเยี่ยมสัมภาษณ์ผู้ประกอบ
 การหลายครั้ง (multiple visits) และสอบถามข้อมูลจากผู้ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านในภาคเหนือตอนบน
 ส่วนข้อมูลทุติยภูมินั้นจะเกี่ยวข้องกับข้อมูลเบื้องต้นด้านการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้น
 บ้าน อาทิเช่น แหล่งผลิต เทคโนโลยีการผลิต วิธีการผลิต มาตรฐานผลิตภัณฑ์ แหล่งเงินทุน ปริมาณการ
 อุปโภค เป็นต้น ซึ่งจะได้จากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1
 ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผา สมาคมหัตถกรรมไทย สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.)
 กรมการพัฒนาชุมชน และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

1.5.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง และพื้นที่ศึกษา

พื้นที่ในการศึกษา

พื้นที่ที่เลือกทำการศึกษา ได้แก่ จังหวัดในภาคเหนือตอนบน ซึ่งมีจำนวนผู้ผลิตหัตถกรรมรวม
 ทั้งสิ้นถึง 1,403 ราย (ตารางที่ 1.1)

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้าน

เลือกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านที่จะศึกษาโดยพิจารณาจากพื้นฐานของภูมิปัญญาชาว
 บ้านในท้องถิ่น และยึดรูปแบบการจัดประเภทตามแบบของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
 ทั้งหมด 5 ประเภท ได้แก่:

(1) เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิค (2) ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า (3) กระจาดสานและผลิตภัณฑ์
 จากกระจาดสาน (4) ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ หวาย และเส้นใยพืช และ (5) ไม้แกะสลักและผลิตภัณฑ์จากไม้

จำนวนตัวอย่างของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทจะถูกกำหนดให้มีทั้งรายกลุ่มและรายเดี่ยว โดย
 จะให้น้ำหนักกับจำนวนของผู้ประกอบการรายกลุ่มมากกว่าโดยเปรียบเทียบ ทั้งนี้เพื่อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
 ของการศึกษาที่ต้องการศึกษารูขุมชน (ตารางที่ 1.2) สำหรับธุรกิจเซรามิคและเครื่องปั้นดินเผา และธุรกิจไม้
 แกะสลักและผลิตภัณฑ์จากไม้นั้น ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายเดี่ยวซึ่งมีขนาดใหญ่ (ระดับโรงงาน) ดังนั้นสัดส่วน
 ส่วนจำนวนตัวอย่างที่เลือกทำการศึกษาต่อจำนวนผู้ผลิตทั้งหมด จึงน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ

ผู้ประกอบการ

ตัวอย่างผู้ประกอบการที่ได้รับการเลือกเพื่อศึกษาในเชิงกรณีศึกษานั้น มีทั้งสิ้น 40 ราย (ทั้งผู้ประกอบการรายกลุ่มและรายเดี่ยว) ซึ่งจะเน้นถึงผู้ประกอบการธุรกิจระดับชุมชนประเภทกลุ่มเป็นหลัก โดยตัวอย่างผู้ประกอบการรายกลุ่มมีจำนวน 35 ราย (ร้อยละ 87.5 ของตัวอย่างทั้งหมด) ส่วนตัวอย่างผู้ประกอบการรายเดี่ยวมีทั้งสิ้น 5 ราย (ตารางที่ 1.3 และ 1.4) โดยมุ่งเน้นไปที่ธุรกิจชุมชนที่สามารถเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาได้

สำหรับการคัดเลือกตัวอย่างจะพิจารณาจาก

1. กรณีผู้ประกอบการรายกลุ่ม -:

ผู้ประกอบการต้องผ่านเกณฑ์การพิจารณาต่อไปนี้ อย่างน้อย 1 ข้อ

1. เป็นผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียง หรือได้รับรางวัลหมู่บ้านอุตสาหกรรมดีเด่น
2. เป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรม
3. เป็นผู้ประกอบการที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 หรือศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผา ให้คำแนะนำว่ามีศักยภาพทั้งทางด้านการผลิตและการตลาด และมีลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ตลาดให้ความสนใจ
4. กิจกรรมของผู้ประกอบการตั้งอยู่ในจังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตที่สำคัญ
5. กิจกรรมของผู้ประกอบการ มีความต้องการความช่วยเหลือในการปรับปรุงโครงสร้างของกิจการ

2. กรณีผู้ประกอบการรายเดี่ยว -:

ผู้ประกอบการต้องผ่านเกณฑ์การพิจารณาต่อไปนี้ อย่างน้อย 1 ข้อ

1. เป็นผู้ประกอบการที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 ให้คำแนะนำว่ามีศักยภาพ และมีลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ตลาดให้ความสนใจ
2. กิจกรรมของผู้ประกอบการตั้งอยู่ในจังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตที่สำคัญ
ทั้งนี้อยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ว่าธุรกิจดังกล่าวมีศักยภาพที่จะพัฒนาได้ (ดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้น)

ตารางที่ 1.1 จำนวนผู้ผลิตหัตถกรรมพื้นบ้านในภาคเหนือตอนบน

ประเภทผลิตภัณฑ์	จำนวนผู้ผลิตในภาคเหนือตอนบน (ราย)									
	แม่ฮ่องสอน	เชียงราย	เชียงใหม่	ลำพูน	ลำปาง	พะเยา	แพร่	น่าน	ตาก	รวม
เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิค	-	9	82	1	163	7	1	2	1	266
ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	18	55	212	67	18	25	65	32	6	498
กระดาษสาและผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา	5	9	83	8	21	2	13	7	-	148
ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ หวาย และเส้นใยพืช	11	8	35	18	18	28	16	30	9	173
อัญมณี	2	16	41	1	-	1	-	7	1	69
ไม้แกะสลักและผลิตภัณฑ์จากไม้	-	3	103	22	5	1	15	2	-	151
เครื่องเงิน	-	-	22	-	-	-	-	-	-	22
อื่น ๆ	2	4	42	1	15	-	11	-	1	76
รวม	38	104	620	118	240	64	121	80	18	1,403

ที่มา : สรุปจากข้อมูลของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1, 2542

ตารางที่ 1.2 จำนวนตัวอย่างในการศึกษา แยกตามรายผลิตภัณฑ์

ประเภท	จำนวนผู้ผลิต (ราย)	จำนวนตัวอย่าง (ราย)		
		กลุ่ม	รายเดี่ยว	รวม
เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิค	266	3	1	4
ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	498	14	2	16
กระดาษสาและผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา	148	5	1	6
ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ หวาย และเส้นใยพืช	173	11	1	12
ไม้แกะสลักและผลิตภัณฑ์จากไม้	151	2	0	2
รวม	1,236	35	5	40

ตารางที่ 1.3 พื้นที่ศึกษาหัตถกรรมแต่ละประเภท แยกตามรายจังหวัด

ประเภทผลิตภัณฑ์	จังหวัด	จำนวนตัวอย่าง (ราย)		
		กลุ่ม	รายเดี่ยว	รวม
เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิค	ลำปาง	1	-	1
	เชียงราย	2	-	2
	เชียงใหม่	-	1	1
	รวม	3	1	4

ตารางที่ 1.3 (ต่อ)

ประเภทผลิตภัณฑ์	จังหวัด	จำนวนตัวอย่าง (ราย)		
		กลุ่ม	รายเดียว	รวม
ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	เชียงราย	1	-	1
	พะเยา	2	-	2
	แพร่	2	-	2
	น่าน	2	-	2
	เชียงใหม่	5	2	7
	ลำพูน	2	-	2
	รวม	14	2	16
กระดาษสา และผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา	ลำปาง	3	-	3
	เชียงใหม่	2	1	3
	รวม	5	1	6
ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ หวาย และเส้นใยพืช	เชียงใหม่	2	1	3
	ลำปาง	1	-	1
	ตาก	2	-	2
	พะเยา	6	-	6
	รวม	11	1	12
ไม้แกะสลัก และผลิตภัณฑ์จากไม้	เชียงใหม่	2	0	2
รวมทั้งหมด		35	5	40

ตารางที่ 1.4 ตัวอย่างหน่วยประกอบการที่ศึกษา

หน่วยประกอบการ	ประเภทผลิตภัณฑ์	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด
กิจการป่าบัวจันทร์กระดาษสา	กระดาษสาและผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา	ต้นเปา	สันกำแพง	เชียงใหม่
กลุ่มอาชีพสตรีผลิตภัณฑ์กระดาษสาบ้านไร่	กระดาษสาและผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา	ทุ่งด้อม	สันป่าตอง	เชียงใหม่
กลุ่มแม่บ้านเยาวชนพัฒนาหัตถกรรมบ้านดงป่าซาง	กระดาษสาและผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา	มะขุนหวาน	สันป่าตอง	เชียงใหม่
กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์แม่บ้านบ้านผึ้ง	กระดาษสาและผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา	ศาลา	เกาะคา	ลำปาง
กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาษสาบ้านฮ้อยกอก	กระดาษสาและผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา	บ่อแฮ้ว	เมือง	ลำปาง
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกระดาษใยสับปะรด	กระดาษสาและผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา	บ้านเสด็จ	เมือง	ลำปาง
ศูนย์สาธิตส่งเสริมศิลปหัตถกรรมเวียงกาหลง (กองงานอุตสาหกรรมเวียงกาหลง)	เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิค	แม่เจดีย์	เวียงป่าเป้า	เชียงราย

ตารางที่ 1.4 (ต่อ)

หน่วยประกอบการ	ประเภทผลิตภัณฑ์	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด
กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านโป่งเทวี	เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิค	บ้านโป่ง	เวียงป่าเป้า	เชียงราย
กิจการต้นดีเซรามิค	เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิค	ดอนแก้ว	แมริม	เชียงใหม่
กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาอ่อนเขาแก้ว	เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิค	พิชัย	เมือง	ลำปาง
กิจการถวัลย์ไม้ไผ่จักสาน	ผลิตภัณฑ์จักสาน	ป่าบง	สารภี	เชียงใหม่
กลุ่มจักสานเพื่อการผลิตบ้านป่าบงหลวง	ผลิตภัณฑ์จักสาน	ป่าบง	สารภี	เชียงใหม่
กลุ่มหัตถกรรมผักตบชวาตำบลขัวมุง	ผลิตภัณฑ์จักสาน	ขัวมุง	สารภี	เชียงใหม่
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านชบา	ผลิตภัณฑ์จักสาน	ตลุกกลางทุ่ง	เมือง	ตาก
กลุ่มจักสานลานตาเกลี้ยง	ผลิตภัณฑ์จักสาน	น้ำร้อน	เมือง	ตาก
กลุ่มจักสานหญ้าแฝกบ้านก้อขาว	ผลิตภัณฑ์จักสาน	ทุ่งกล้วย	กิ่ง อ.ภูเขา	พะเยา
กลุ่มหัตถกรรมผักตบชวาบ้านสันป่าม่วง	ผลิตภัณฑ์จักสาน	สันป่าม่วง	เมือง	พะเยา
กลุ่มผลิตภัณฑ์ผักตบชวาบ้านป่อแฮ้ว	ผลิตภัณฑ์จักสาน	แม่ใส	เมือง	พะเยา
กลุ่มผลิตภัณฑ์ผักตบชวาบ้านสาางใต้	ผลิตภัณฑ์จักสาน	บ้านสาาง	เมือง	พะเยา
กลุ่มจักสานบ้านต้าเหล่า	ผลิตภัณฑ์จักสาน	ท่าจำปี	เมือง	พะเยา
กลุ่มจักสานบ้านห้วยเคียนเหนือ	ผลิตภัณฑ์จักสาน	บ้านต้า	เมือง	พะเยา
กลุ่มจักสานบ้านห้วยเป้ง	ผลิตภัณฑ์จักสาน	บ้านคำ	เมือง	ลำปาง
กลุ่มทอผ้าบ้านโป่งเทวี	ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	บ้านโป่ง	เวียงป่าเป้า	เชียงราย
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรวังปิ่น	ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	สบเตี้ยะ	จอมทอง	เชียงใหม่
กิจการทอผ้าบ้านโอดค้ลุม	ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	สบเตี้ยะ	จอมทอง	เชียงใหม่
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่โป่ง (นพรัตน์สิ่งทอ)	ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	แม่โป่ง	ดอยสะเก็ด	เชียงใหม่
กลุ่มทอผ้าบ้านป่าไผ่	ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	แม่โป่ง	ดอยสะเก็ด	เชียงใหม่
กลุ่มผลิตภัณฑ์เย็บปักถักร้อยบ้านท่าข้าม	ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	สบเป็ง	แม่แตง	เชียงใหม่
กิจการบ้านตุ๊กตา	ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	บ้านแม่	สันป่าตอง	เชียงใหม่
กลุ่มแม่บ้านทอผ้าบ้านหนองโป่ง	ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	ท่ากว้าง	สารภี	เชียงใหม่
กลุ่มทอผ้าบ้านเฮี้ย	ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	ศิลาแดง	ปัว	น่าน
กลุ่มสตรีผ้าทอบ้านนาคำ	ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	ศิลาเพชร	ปัว	น่าน
กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านทุ่งมอก	ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	เชียงบาน	เชียงคำ	พะเยา
กลุ่มทอผ้าบ้านวังขอนแดง	ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	ห้วยลาน	ดอกคำใต้	พะเยา
กลุ่มทอผ้าบ้านค้ำปินใจ	ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	แม่พุง	วังชิ้น	แพร่
กลุ่มทอผ้าจากบ้านแม่ป่าก	ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	แม่ป่าก	วังชิ้น	แพร่
กลุ่มบ้านสันกอดู (กลุ่มทอผ้าเครือข่ายกลุ่มสังจะออมทรัพย์)	ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	แม่แรง	ป่าซาง	ลำพูน
กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านดอนหลวง	ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	แม่แรง	ป่าซาง	ลำพูน
ชมรมหัตถกรรมพื้นบ้านป่าขาม	ไม้แกะสลักและผลิตภัณฑ์จากไม้	หนองหาร	สันทราย	เชียงใหม่
สหกรณ์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์ไม้สันป่าตอง	ไม้แกะสลักและผลิตภัณฑ์จากไม้	บ้านแม่	สันป่าตอง	เชียงใหม่

ผู้ซื้อ

เนื่องจากเป้าหมายของการวิจัย คือ การพัฒนาอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้าน ให้สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ในตลาดที่กว้างไกลขึ้น และตอบสนองความต้องการของทั้งคนในพื้นที่ และคนต่างพื้นที่ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว โครงการฯ ได้วางแผนที่จะเก็บข้อมูลโดยแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ 5 ประเภท ๆ ละ 60 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง แต่เมื่อได้ดำเนินการเก็บข้อมูลแล้ว โครงการได้เพิ่มจำนวนตัวอย่างขึ้นเป็น 700 ตัวอย่าง และเมื่อสิ้นสุดการเก็บข้อมูลแล้วปรากฏว่าได้ตัวอย่างเพิ่มเป็น 723 ตัวอย่าง จึงจะนำตัวอย่างที่ได้ทั้งหมดมาใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป โดยสามารถแยกตัวอย่างออกเป็นผู้ซื้อที่เป็นคนในจังหวัด 327 ตัวอย่าง และคนต่างจังหวัด 396 ตัวอย่าง ซึ่งผู้ที่มาจากต่างจังหวัดส่วนใหญ่ (ร้อยละ 92.17) เป็นนักท่องเที่ยว ส่วนอีกร้อยละ 7.83 มาเพื่อทำธุระและเยี่ยมญาติ เมื่อแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์จะได้เป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์จักสาน 96 ตัวอย่าง ไม้แกะสลักและผลิตภัณฑ์จากไม้ 138 ตัวอย่าง เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิค 161 ตัวอย่าง กระจาดสานและผลิตภัณฑ์จากกระจาดสาน 130 ตัวอย่าง และผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า 198 ตัวอย่าง (ตารางที่ 1.5) ตัวอย่างทั้งหมดในการศึกษานี้ จัดเป็นนักท่องเที่ยว และผู้บริโภคในสัดส่วนเท่าๆ กัน คือ ร้อยละ 50.48 และ 49.52 ตามลำดับ (ตารางที่ 1.6)

ตารางที่ 1.5 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพของผู้ซื้อและประเภทผลิตภัณฑ์

หน่วย : ราย

สถานภาพ	จักสานฯ	ไม้แกะสลักฯ	เครื่องปั้นฯ	กระจาดสานฯ	ผ้าทอฯ	รวม
คนในจังหวัด	63 (65.63)	32 (23.19)	85 (52.80)	58 (44.62)	89 (44.95)	327 (45.23)
คนต่างจังหวัด	33 (34.38)	106 (76.81)	76 (47.20)	72 (55.38)	109 (55.05)	396 (54.77)
รวม	96 (100.00)	138 (100.00)	161 (100.00)	130 (100.00)	198 (100.00)	723 (100.00)

หมายเหตุ : ตัวเลขใน () คือ ค่าร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 1.6 จำนวนตัวอย่างของผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวและผู้บริโภค

หน่วย : ราย

สถานภาพ	นักท่องเที่ยว	ผู้บริโภค	รวม
คนในจังหวัด	-	327 (100.00)	327 (100.00)
คนต่างจังหวัด	365 (92.17)	31 (7.83)	396 (100.00)
รวม	365 (50.48)	358 (49.52)	723 (100.00)

หมายเหตุ : ตัวเลขใน () คือ ค่าร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจ

การเลือกตัวอย่างผู้ซื้อใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (specific sampling) โดยเลือกจากผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำปาง และผู้บริโภคที่มาจากต่างจังหวัด ซึ่งซื้อสินค้าจากแหล่งจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และลำปาง โดยเจาะจงเลือกสัมภาษณ์เฉพาะผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรม ณ ขณะเวลานั้นอย่างน้อย 1 ใน 5 ประเภทสินค้าหลักของผู้ซื้อและอยู่ในกลุ่มสินค้าหัตถกรรมเป้าหมายของโครงการ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ตัวอย่างผู้ซื้อที่สามารถตอบคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในสินค้าชนิดนั้นได้อย่างชัดเจน และสามารถให้ข้อมูลราคาได้อย่างถูกต้องแม่นยำ โดยไม่ต้องอาศัยการประมาณจากความทรงจำ การสัมภาษณ์ในพื้นที่ทำให้ผู้สอบถามมีโอกาสได้เห็นตัวสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อและได้ถ่ายรูปไว้เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์อีกด้วย ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ความพอใจของผู้ซื้อและโดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคากับคุณภาพสินค้า

ในการเก็บข้อมูลนั้นได้ใช้แบบสอบถามซึ่งได้จัดเตรียมไว้แล้ว ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลอยู่ระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2545 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ 2546 สถานที่เก็บข้อมูล ได้แก่ ศูนย์การค้า แหล่งจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม เช่น บ้านถวาย บ่อสร้าง ตลาดวโรรส และตลาดไนท์บาซาร์ ตลาดนัด เช่น กาดโค้งโค้ง และถนนคนเดิน ท่าแพ งานเทศกาลต่างๆ เช่น งานฤดูหนาวจังหวัดเชียงใหม่ และงานของดีเมืองลำปาง สถานที่ท่องเที่ยว สถานีรถไฟ และท่าอากาศยาน

1.5.3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านในภาคเหนือตอนบนนี้ ครอบคลุมทั้งในส่วนของผู้ประกอบการ และผู้ซื้อ โดยทางด้านผู้ประกอบการนั้นจะประกอบด้วยการศึกษาโครงสร้างการจ้ดองค์กรและการบริหารงานของผู้ประกอบการทั้งรายเดี่ยวและรายกลุ่ม โครงสร้างการผลิต โครงสร้างการตลาด และโครงสร้างทางการเงิน ส่วนทางด้านผู้ซื้อนั้นประกอบด้วยการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และความพอใจของผู้ซื้อในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว ซึ่งในการศึกษาแต่ละด้านจะมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1) การศึกษาโครงสร้างของผู้ประกอบการ

ในการศึกษาโครงสร้างแต่ละด้านของ**ผู้ประกอบการ** มีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

โครงสร้างการจ้ดองค์กรและการบริหารงาน

การศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างการจ้ดองค์กรและการบริหารงาน จะใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแต่ละรายเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของกิจการ วัตถุประสงค์การจัดตั้ง และลักษณะของธุรกิจ (รายกลุ่ม หรือรายเดี่ยว) และสำหรับธุรกิจประเภทกลุ่ม การศึกษาครอบคลุมรูปแบบการจ้ดองค์กร ขนาดของธุรกิจโดยพิจารณาจากจำนวนสมาชิก ลักษณะการกระจายการถือหุ้น และความสอดคล้องกันระหว่างหน้าที่ตามตำแหน่งงานกับงานที่ปฏิบัติจริง

โครงสร้างการผลิต

สำหรับการศึกษเกี่ยวกับโครงสร้างการผลิตนั้น จะประกอบด้วยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การตัดคุณภาพของวัตถุดิบ การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีการผลิต ต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิต และความต้องการความช่วยเหลือด้านการผลิต รวมถึงศักยภาพของผลิตภัณฑ์ อันประกอบด้วย ศักยภาพในการทำกำไรต่อหน่วย ศักยภาพทางด้านยอดขาย และศักยภาพทางด้านยอดขายรวมและกำไรรวม

1. ชนิดและสัดส่วนของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เพื่อแสดงถึงความหลากหลายของผลิตภัณฑ์
2. การตัดคุณภาพของวัตถุดิบ การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และเทคโนโลยีการผลิต จะศึกษาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์จากผู้ประกอบการแต่ละราย ว่ามีวิธีการและขั้นตอนการปฏิบัติอย่างไร และนำมาประมวลผลร่วมกันเพื่อหาข้อสรุปที่ชัดเจน
3. ต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิต

การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิตจะใช้วิธีการคำนวณดังนี้

 - 3.1 ต้นทุนรวมต่อครั้งการผลิต

$$\text{ต้นทุนรวมต่อครั้ง} = \text{ต้นทุนผันแปรต่อครั้ง} + \text{ต้นทุนคงที่ต่อครั้ง}$$
 - 3.2 ต้นทุนต่อหน่วย

$$\text{ต้นทุนต่อหน่วย} = \text{ต้นทุนรวมต่อครั้ง} / \text{ปริมาณการผลิตต่อครั้ง}$$
 - 3.3 ผลตอบแทนสุทธิต่อครั้งการผลิต

$$\text{ผลตอบแทนสุทธิต่อครั้งการผลิต} = \text{รายได้รวมต่อครั้ง} - \text{ต้นทุนรวมต่อครั้ง}$$
 - 3.4 ผลตอบแทนสุทธิต่อหน่วย

$$\text{ผลตอบแทนสุทธิต่อหน่วย} = \text{ผลตอบแทนสุทธิต่อครั้ง} / \text{ปริมาณการผลิตต่อครั้ง}$$
 - 3.5 ผลตอบแทนเหนือต้นทุนผันแปรต่อครั้ง

$$\text{ผลตอบแทนเหนือต้นทุนผันแปรต่อครั้ง} = \text{รายได้รวมต่อครั้ง} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อครั้ง}$$
4. ความต้องการความช่วยเหลือด้านการผลิต จะศึกษาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแต่ละราย และนำมาประมวลผลร่วมกันเพื่อหาข้อสรุปที่แน่ชัดในระดับอุตสาหกรรม
5. ศักยภาพในการทำกำไรต่อหน่วย

การศึกษากำไรต่อหน่วย ประกอบด้วย อัตรากำไรต่อราคาขาย และอัตรากำไรต่อต้นทุน

 - 5.1 อัตรากำไรต่อราคาขาย

$$\text{อัตรากำไรต่อราคาขาย} = (\text{กำไรต่อหน่วย} / \text{ราคาขายต่อหน่วย}) \times 100$$
 - 5.2 อัตรากำไรต่อต้นทุน

$$\text{อัตรากำไรต่อต้นทุน} = (\text{กำไรต่อหน่วย} / \text{ต้นทุนต่อหน่วย}) \times 100$$
6. ศักยภาพทางด้านยอดขาย

การศึกษาศักยภาพทางด้านยอดขายนั้น พิจารณาจากยอดขายเฉลี่ยต่อรายต่อปี
 ยอดขายเฉลี่ยต่อรายต่อปี = ยอดขายรวมตลอดปีของผู้ประกอบการทุกราย / จำนวน
 ผู้ประกอบการ

7. ศักยภาพทางด้านยอดขายรวมและกำไรรวม

การศึกษาศักยภาพทางด้านยอดขายรวมและกำไรรวมประกอบด้วย ยอดขายผลิตภัณฑ์หลักเฉลี่ยต่อรายต่อปี อัตรายอดขายผลิตภัณฑ์หลักต่อยอดขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมรวม อัตรากำไรจากหัตถกรรมต่อยอดขายทั้งหมดของกิจการ ยอดขายรวมเฉลี่ยต่อรายต่อปี และยอดขายผลิตภัณฑ์อื่นทุกชนิดที่ไม่ใช่หัตถกรรมเฉลี่ยต่อรายต่อปี ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์หลัก หมายถึงผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่มีศักยภาพมากที่สุดของผู้ประกอบการ และมีการผลิตเป็นระยะเวลาานพอสมควร

7.1 ยอดขายผลิตภัณฑ์หลักเฉลี่ยต่อรายต่อปี
 ยอดขายผลิตภัณฑ์หลักเฉลี่ยต่อรายต่อปี
 = ยอดขายผลิตภัณฑ์หลักตลอดปีของผู้ประกอบการทุกราย / จำนวนผู้ประกอบการ

7.2 อัตรายอดขายผลิตภัณฑ์หลักต่อยอดขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมรวม
 อัตรายอดขายผลิตภัณฑ์หลักต่อยอดขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมรวม
 = (ยอดขายผลิตภัณฑ์หลักต่อปี / ยอดขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมรวมต่อปี) × 100

7.3 อัตรากำไรจากหัตถกรรมต่อยอดขายทั้งหมดของกิจการ
 อัตรากำไรจากหัตถกรรมต่อยอดขายทั้งหมดของกิจการ
 = (กำไรจากหัตถกรรมต่อปี / ยอดขายทั้งหมดของกิจการต่อปี) × 100

7.4 ยอดขายรวมเฉลี่ยต่อรายต่อปี
 ยอดขายรวมเฉลี่ยต่อรายต่อปี = ยอดขายรวมทั้งปีของผู้ประกอบการทุกราย /
 จำนวนผู้ประกอบการ

7.5 ยอดขายผลิตภัณฑ์อื่นทุกชนิดที่ไม่ใช่หัตถกรรมเฉลี่ยต่อรายต่อปี
 ยอดขายผลิตภัณฑ์อื่นทุกชนิดที่ไม่ใช่หัตถกรรมเฉลี่ยต่อรายต่อปี
 = ยอดขายผลิตภัณฑ์อื่นทุกชนิดที่ไม่ใช่หัตถกรรมรวมทั้งปีของผู้ประกอบการทุก
 ราย / จำนวนผู้ประกอบการ

โครงสร้างทางการเงิน

การศึกษาถึงโครงสร้างการเงินนั้น ประกอบด้วยการศึกษาเกี่ยวกับ การตัดสินใจในด้านการบริหารการเงิน การจัดทำบัญชี การกู้ยืมเงิน การวางแผนการใช้เงินทุน และศักยภาพทางการเงิน

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับ การตัดสินใจในด้านการบริหารการเงิน การจัดทำบัญชี การกู้ยืมเงิน และการวางแผนการใช้เงินทุนนั้น จะใช้วิธีสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแต่ละราย แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงพรรณนา และสรุปเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับใช้พิจารณาประกอบกับข้อมูลด้านศักยภาพทางการเงิน

การศึกษาศักยภาพทางการเงินนั้น จะมีการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน ดังนี้

1. **อัตราส่วนแสดงสภาพคล่อง (Liquidity Ratio)** ซึ่งชี้ให้เห็นถึงสภาพคล่องระยะสั้นของธุรกิจ ประกอบด้วยอัตราส่วนดังต่อไปนี้
 - 1.1 อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (หรืออัตราส่วนเดินสะพัด) (current ratio)

$$= \text{สินทรัพย์หมุนเวียน} / \text{หนี้สินหมุนเวียน}$$

$$= CA / CL \quad (\text{เท่า})$$
 - 1.2 อัตราส่วนสภาพคล่องระยะสั้น (หรืออัตราส่วนทุนหมุนเวียน หรืออัตราส่วนจับปล้น) (Acid Test Ratio หรือ Quick Ratio)

$$= (\text{สินทรัพย์หมุนเวียน} - \text{สินค้าคงคลัง}) / CL = \text{สินทรัพย์สภาพคล่อง} / CL \quad (\text{เท่า})$$
 - 1.3 อัตราส่วนสภาพคล่องของกระแสเงินสด (Cash Flow Liquidity Ratio)

$$= (\text{เงินสด} + \text{หลักทรัพย์} + \text{กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน}) / CL \quad (\text{เท่า})$$
 - 1.4 ทุนหมุนเวียนสุทธิ (Working Capital) = CA – CL (บาท)
2. **อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Activity / efficiency Ratio)**
 อัตราส่วนต่อไปนี้ชี้ให้เห็นประสิทธิภาพและสภาพคล่องระยะยาวของธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย:
 - 2.1 อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้การค้า (Accounts Receivable Turnover Ratio)

$$= \text{ยอดขายเชื่อ} / \text{ลูกหนี้การค้าถัวเฉลี่ย} \quad (\text{ครั้ง หรือ รอบ})$$
 - 2.2 ระยะเวลาเฉลี่ยในการเก็บหนี้ (Average Collection Period)

$$= 365 \text{ วัน} / \text{อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้การค้า} \quad (\text{วัน})$$
 - 2.3 อัตราการหมุนเวียนเจ้าหนี้การค้า

$$= \text{ยอดซื้อเชื่อ} / \text{เจ้าหนี้การค้าถัวเฉลี่ย} \quad (\text{ครั้ง หรือ รอบ})$$
 - 2.4 ระยะเวลาเฉลี่ยในการชำระหนี้

$$= 365 / \text{อัตราการหมุนเวียนเจ้าหนี้การค้า} \quad (\text{วัน})$$
 - 2.5 อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงคลัง (Inventory Turnover Ratio)

$$= \text{ต้นทุนสินค้าขาย} / \text{สินค้าคงคลังเฉลี่ย} \quad (\text{ครั้ง หรือ รอบ})$$
 - 2.6 อายุสินค้า หรือระยะเวลาที่เก็บสินค้าไว้ก่อนขาย (Inventory Turnover in days)

$$= 365 \text{ วัน} / \text{อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงคลัง} \quad (\text{วัน})$$
 - 2.7 1 รอบธุรกิจ (Operating Cycle)

$$= \text{ระยะเวลาเฉลี่ยในการเก็บหนี้} + \text{อายุสินค้า} \quad (\text{วัน})$$
 - 2.8 อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ทั้งหมด (Total Asset Turnover Ratio)

$$= \text{ยอดขาย} / \text{สินทรัพย์ทั้งหมด} \quad (\text{ครั้ง หรือ เท่า})$$

$$= S / \text{Total Asset หรือ } S / (CA+FA)$$

$$2.9 \text{ อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (Fixed Assets Turnover Ratio)}$$

$$= \text{ยอดขาย} / \text{สินทรัพย์ถาวรสุทธิ} \quad (\text{ครั้ง หรือ เท่า})$$

$$= S / FA$$

3. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการกู้ยืม หรือความเสี่ยงในการกู้ยืม (Debt Ratio or Leverage Ratio)

$$3.1 \text{ อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ทั้งหมด (Debt Ratio)}$$

$$= (\text{หนี้สินทั้งหมด} / \text{สินทรัพย์ทั้งหมด}) \times 100\%$$

$$3.2 \text{ หนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E)}$$

$$= \text{หนี้สิน} / \text{ส่วนของผู้ถือหุ้น} \quad (\text{เท่า})$$

$$3.3 \text{ อัตราส่วนหนี้ระยะยาวต่อเงินลงทุนรวม (Long - Term Debt/Total Capitalization)}$$

$$= \text{หนี้ระยะยาว} / (\text{หนี้ระยะยาว} + \text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}) \quad (\text{เท่า})$$

$$3.4 \text{ อัตราส่วนแสดงความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Times Interest Earning or Interest Coverage Ratio)}$$

$$= \text{กำไรจากการดำเนินงาน} / \text{ดอกเบี้ยจ่าย} = EBIT / I \quad (\text{เท่า})$$

$$3.5 \text{ อัตราส่วนแสดงความสามารถในการจ่ายค่าใช้จ่ายประจำ (Fix Charge Coverage Ratio)}$$

$$= (EBIT + \text{ค่าเช่า}) / (I + \text{ค่าเช่า}) \quad (\text{เท่า})$$

$$3.6 \text{ Degree of Financial Leverage}$$

$$= EBIT / (EBIT - I) = EBIT / EBT \quad (\text{เท่า})$$

4. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)

$$4.1 \text{ อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย (Net Profit Margin)}$$

$$= (\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษี} / \text{ยอดขาย}) \times 100\%$$

$$= (EAT / S) \times 100\%$$

$$4.2 \text{ อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นต่อยอดขาย (Gross Profit Margin)}$$

$$= (GP / S) \times 100\%$$

$$4.3 \text{ อัตราการจ่ายเงินปันผล (Dividend Payout Ratio)}$$

$$= (\text{เงินปันผลต่อหุ้น} / \text{กำไรสุทธิต่อหุ้น}) \times 100\%$$

5. อัตราส่วนทางการเงินที่แสดงถึง อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) และผลตอบแทนแก่ผู้ลงทุน (Return to Investors)

$$5.1 \text{ อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (Return on Investment: ROI)}$$

$$= (\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษี} / \text{สินทรัพย์รวม}) \times 100\%$$

$$= (EAT / \text{Total Assets}) \times 100\%$$

$$= ((EAT/S) \times (S/TA)) \times 100\%$$

5.2 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Total Assets: ROA)

$$= \text{(กำไรจากการดำเนินงาน / สินทรัพย์รวม)} \times 100\%$$

$$= \text{(EBIT / Total Assets)} \times 100\%$$

5.3 อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity : ROE)

$$= \text{(กำไรสุทธิหลังหักภาษี / ส่วนของผู้ถือหุ้น)} \times 100\%$$

$$= \text{(EAT / Equity)} \times 100\%$$

5.4 กำไรต่อหุ้น (Earning per Share)

$$= \text{ผลตอบแทนแก่หุ้นสามัญ} / \text{จำนวนหุ้นสามัญทั้งหมด} \quad \text{(บาท/หุ้น)}$$

5.5 ราคาตลาดต่อหุ้นต่อกำไรต่อหุ้น หรืออัตราส่วนราคาหุ้นต่อผลกำไร

$$\text{(Price to Earning Ratio)}$$

$$= \text{ราคาตลาดต่อหุ้น} / \text{กำไรสุทธิต่อหุ้น} \quad \text{(เท่า)}$$

5.6 อัตราผลตอบแทนของเงินปันผล (Dividend Yield)

$$= \text{(เงินปันผลต่อหุ้น / ราคาตลาดต่อหุ้น)} \times 100\%$$

โครงสร้างทางการตลาดของผู้ประกอบการ

การศึกษาโครงสร้างการตลาดของผู้ประกอบการ เป็นการศึกษาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และยอดขายโดยเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในแต่ละช่องทางตลาด โดยสัมภาษณ์ผู้ประกอบการถึงกระบวนการตลาดของผลิตภัณฑ์ทุกชนิดที่ผู้ประกอบการทำการผลิต ข้อมูลส่วนนี้สามารถนำมาประมวลเพื่อสรุปเป็นแนวทางการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดต่อไป

2) การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และความพอใจของผู้ซื้อในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว

สำหรับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และความพอใจของผู้ซื้อในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว มีแนวคิดพื้นฐานการตลาดที่จะนำไปสู่ความเข้าใจตลาด คือ การตอบคำถามหลักต่อไปนี้ 1) ใครอยู่ในตลาด 2) ตลาดซื้ออะไร 3) ซื้อเมื่อไรและทำไม 4) ใครมีส่วนร่วมในกระบวนการซื้อ 5) ปัจจัยสำคัญอะไรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และ 6) ผู้ซื้อตัดสินใจอย่างไร

เนื่องจากได้กำหนดตลาดเป้าหมายไว้แล้ว คือ ผู้ซื้อในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว ซึ่งมุ่งเน้นที่จะให้เป็นตัวแทนของตลาดระดับกลาง ขึ้นไปถึงตลาดบน การศึกษานี้จึงพยายามตอบคำถาม ข้อ 2 3 และ 5 ซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของการศึกษาดังนี้ คือ ตลาดซื้ออะไร ตลาดซื้อเมื่อไร และทำไม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

Hawkins et al. (1983: 412) กล่าวว่า ผู้ซื้อที่มีทัศนคติต่อสินค้าหลายประการประกอบกัน ซึ่งข้อความรู้จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนั้นการวัดองค์ประกอบของทัศนคติแต่ละอย่างของผู้ซื้อจึงมีความสำคัญ ซึ่งองค์ประกอบของทัศนคติสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

- (1) ความเชื่อเกี่ยวกับลักษณะของผลิตภัณฑ์

- (2) ความรู้สึกที่มีต่อลักษณะของผลิตภัณฑ์
- (3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม เพื่อวัดการกระทำหรือความตั้งใจ

ผู้ซื้อตัวอย่างจะถูกถามเกี่ยวกับทัศนคติเหล่านี้ โดยตอบตามระดับของการเห็นด้วยที่สุดจนถึงไม่เห็นด้วยที่สุด แบบ Likert Scaling (โดยมี 5 ระดับ) ผู้ซื้อจะได้รับการสอบถามถึงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อ จะใช้ logit model หรือ probit model ในการวิเคราะห์ โดยมีแบบจำลองดังนี้

การสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจในการซื้อ

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-X'_i \beta}} \quad (\text{logit}) \quad (1a)$$

$$F\left(-\frac{X'_i \beta}{\sigma}\right) = \int_{-\infty}^{-\frac{X'_i \beta}{\sigma}} \frac{1}{(2\pi)^{1/2}} \exp\left(-\frac{t^2}{2}\right) dt \quad (1b)$$

โดยที่ P_i = ความน่าจะเป็นในการซื้อของค่าสังเกตหรือผู้บริโภค i
 X'_i = a ($1 \times k$) vector ของตัวแปรอิสระหรือตัวแปรอธิบาย (รวม a constant ด้วย) ที่อธิบายความน่าจะเป็นในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ซึ่งตัวแปรอธิบายเหล่านี้จะระบุภายหลัง หลังจากได้ทำ preliminary survey เพื่อจะได้ตัวแปรที่แม่นยำ

β = a ($k \times 1$) vector ของตัว parameters

F = cumulative distribution function สำหรับ u

ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการซื้อเกี่ยวกับตัวแปรอธิบายต่าง ๆ จะถูกวิเคราะห์ดังนี้

$$Y_i = \beta_1 + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_k X_{ki} + u_i \quad (2)$$

โดยที่ Y_i = ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของผู้บริโภคหรือค่าสังเกตที่ i

X_{ji} = ตัวแปรอธิบายตัวที่ j ของค่าสังเกตที่ i $j = 2, \dots, k$

β_j = พารามิเตอร์ของ X_j $j = 2, \dots, k$

β_1 = ค่าคงที่

u = disturbance term

เนื่องจากสมการ (2) จะมีลักษณะ

$$\begin{aligned} Y_i &= \beta_1 + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_k X_{ki} + u_i && \text{if RHS} > 0 \\ Y_i &= 0 && \text{otherwise} \end{aligned} \quad (3)$$

แบบจำลองนี้ คือ Tobit model เราจึงจะใช้ Tobit model ซึ่งจะได้ว่า

$$E(Y_i | Y_i > 0) = \underline{X}'_i \underline{\beta} + E(u_i | u_i > -\underline{X}'_i \underline{\beta}) = \underline{X}'_i \underline{\beta} + \sigma \frac{\phi_i}{\Phi_i} \quad (4)$$

โดยที่ ϕ_i และ Φ_i คือ density function และ distribution function ของ standard normal ณ ค่า $\underline{X}'_i \underline{\beta} / \sigma$

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้าน นอกจากจะใช้สถิติเชิงพรรณนาในการอธิบายแล้ว ยังจะใช้แบบจำลองเชิงเศรษฐมิติดังต่อไปนี้ด้วย

การสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างราคาของผลิตภัณฑ์กับคุณภาพ

Ladd และ Suvannunt (1976) ได้พัฒนาแบบจำลอง hedonic price ด้วยข้อสมมุติ (assumptions) ที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์สินค้าอาหาร ในแบบจำลองนี้จำนวนของคุณลักษณะ (characteristic) ชนิดหนึ่งที่ได้รับจากสินค้าชนิดหนึ่งนั้นมีค่าคงที่ (fixed) สำหรับผู้บริโภค (แต่จะมีค่าเปลี่ยนแปลงได้แล้วแต่ผู้ผลิต) ซึ่งเป็นผู้กำหนดปริมาณสินค้าที่จะบริโภค ที่กล่าวมานี้สมเหตุสมผลสำหรับอาหารเพราะว่าจำนวนของสารอาหาร (nutrients) หรือคุณลักษณะทางรสชาติที่อยู่ในสินค้าอาหารไม่สามารถที่จะกำหนดโดยผู้บริโภคได้ ยิ่งกว่านั้น hedonic prices ในแบบจำลอง Ladd และ Suvannunt (1976) ไม่ได้มีข้อบังคับว่าจะต้องไม่มีค่าเป็นลบ (non - negative) เหมือนอย่างที่ปรากฏในแบบจำลองของ Lancaster (1966) และสมเหตุสมผลในการศึกษาเชิงประจักษ์ที่จะสมมุติว่าคุณลักษณะบางประการมาจากคุณภาพ และให้ความพอใจเป็นลบ (Unnevehr, 1992)

Unnevehr (1992) ได้สรุปแบบจำลอง Ladd และ Suvannunt (1976) ไว้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ให้ } Z_{oj} &= \text{จำนวนรวมของคุณลักษณะ (ของสินค้า) ที่ } j \text{ ซึ่งได้จากการบริโภคทุกสินค้า} \\ Z_{ij} &= \text{จำนวนคุณลักษณะที่ } j \text{ ที่ได้มาจาก 1 หน่วยของสินค้า } i \\ q_i &= \text{ปริมาณการบริโภคสินค้า } i \end{aligned}$$

การบริโภครวมของแต่ละคุณลักษณะเป็นฟังก์ชันของ $q_i, i=1, \dots, n$ และ Z_{ij} (สัมประสิทธิ์ input - output ของคุณลักษณะ) ซึ่งคือ

$$Z_{0j} = f(q_1, q_2, \dots, q_n, Z_{1j}, \dots, Z_{nj}) \quad j=1, \dots, k \quad (5)$$

ฟังก์ชันความพอใจ (utility function) ของผู้บริโภคเป็นฟังก์ชันของคุณลักษณะของสินค้า ซึ่งสามารถเขียนในรูปของฟังก์ชัน ได้ดังนี้

$$U = U(Z_{01}, Z_{02}, \dots, Z_{0k}) \quad (6)$$

และเนื่องจากแต่ละ Z_{0j} เป็นฟังก์ชันของ q_i s และ Z_{ij} s ดังนั้นจะได้

$$U = U(q_1, \dots, q_n, Z_{11}, Z_{12}, \dots, Z_{21}, \dots, Z_{nk}) \quad (7)$$

ผู้บริโภคจะสามารถเปลี่ยนแปลงได้ก็เฉพาะแต่ q_i s เท่านั้น (โดยที่ Z_{ij} เป็นสิ่งที่กำหนดมาให้สำหรับผู้บริโภค) และเราก็มีข้อสมมุติว่าผู้บริโภคต้องการที่จะทำความพอใจให้มีค่าสูงสุด (maximizes utility) ภายใต้ข้อจำกัดทางด้านงบประมาณ (budget constraint)

$$y = \sum_{i=1}^n p_i q_i \quad (8)$$

โดยที่ p_i = ราคา (ตลาด) ของสินค้าที่ i

y = รายได้ของผู้บริโภค

ผู้บริโภคจะหาค่าของ q_i ที่ทำให้เขาได้รับความพอใจสูงสุด นั่นคือการ maximize Lagrangian equation

$$L = U(Z_{01}, Z_{02}, \dots, Z_{0k}) + \lambda [y - \sum_{i=1}^n p_i q_i] \quad (9)$$

จะได้

$$\frac{dL}{dq_i} = \sum_{j=1}^k \left(\frac{dU}{dZ_{0j}} \right) \left(\frac{dZ_{0j}}{dq_i} \right) - \lambda p_i = 0 \quad (10)$$

โดยทฤษฎีแล้วเราสามารถพิสูจน์ได้ว่า λ คือความพอใจส่วนเพิ่มของรายได้ (marginal utility of income) ซึ่งคือ $\frac{dU}{dy}$ เพราะฉะนั้นจากสมการ (10) จะได้

$$p_i = \sum_{j=1}^k \left(\frac{dZ_{oj}}{dq_j} \right) \left(\frac{dU/dZ_{oj}}{dU/dy} \right) \quad (11)$$

ผลได้ส่วนเพิ่ม (marginal yield) ของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ที่ i คือ dZ_{oj}/dq_i ความพอใจส่วนเพิ่ม (marginal utility) ของคุณลักษณะที่ j คือ dU/dZ_{oj} และ dU/dy คือความพอใจส่วนเพิ่มของรายได้ (marginal utility of income) เพราะฉะนั้น เรโซ ในวงเล็บก็คืออัตราส่วนเพิ่ม (marginal rate) ของการทดแทนระหว่างรายได้และคุณลักษณะ (ของสินค้า) ที่ j

Unnevehr (1992) กล่าวว่า เนื่องจากเรามีข้อสมมุติให้ค่าใช้จ่ายมีค่าเท่ากับรายได้ ดังนั้น เทอมในวงเล็บก็คือราคา (โดยนัย) ส่วนเพิ่ม (marginal implicit price) ของคุณลักษณะที่ j เพราะฉะนั้นสมการ (11) ก็อธิบายได้ว่าราคาสินค้าที่จ่ายโดยผู้บริโภคเท่ากับผลบวกของมูลค่าส่วนเพิ่มของคุณลักษณะของสินค้านั้น มูลค่าแต่ละมูลค่าเท่ากับปริมาณของคุณลักษณะที่ได้รับจาก 1 หน่วยส่วนเพิ่ม (a marginal unit) ของสินค้านั้น คุณด้วยราคาโดยนัยส่วนเพิ่ม (marginal implicit price) ของคุณลักษณะนั้น

เนื่องจากผลได้ (yield) ของคุณลักษณะ (ของสินค้า) ต่างๆ ส่วนใหญ่มีค่าคงที่สำหรับแต่ละหน่วยของสินค้า เราก็จะสมมุติว่า $dZ_{oj}/dq_i = Z_{ij} = \text{constant}$ นอกจากนี้เราจะสมมุติว่าราคาโดยนัยส่วนเพิ่ม (marginal implicit price) มีค่าคงที่ (constant) และใช้สัญลักษณ์ p_{ij} ดังนั้นสมการ (11) สำหรับสินค้า A ก็จะกลายเป็น

$$P_A = \sum_{j=1}^k Z_{Aj} P_{Aj} \quad (12)$$

เราสามารถเพิ่มเทอมความคลาดเคลื่อน (error term) เข้าไปในสมการ (12) เราก็จะได้สมการสำหรับประมาณค่า hedonic prices (P_{Aj}) จากค่าสังเกตของคุณลักษณะ (Z_{Aj}) และราคาตลาด P_A ของคุณภาพที่แตกต่างของสินค้า A (Unnevehr, 1992)

โดยที่สมการในเชิงประจักษ์สำหรับการประมาณค่าในการศึกษานี้จะมีลักษณะดังนี้

$$P_{ji} = f(\underline{X}_{ji}) + u_i \quad (13)$$

โดยที่ P_{ji} = ราคาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชนิดที่ j ของค่าสังเกตที่ i

\underline{X}_{ji} = a ($k \times 1$) vector ของตัวแปรอธิบาย (รวม unit column) ที่แสดงถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ j ของค่าสังเกตที่ i

u_i = disturbance term ของค่าสังเกตที่ i

สำหรับ vector \underline{X}_{ji} นั้นจะทำการระบุลงไปอย่างชัดเจนมากขึ้นหลังจาก preliminary survey

1.6 นิยามศัพท์

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน (กลุ่มชุมชน)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือเรียกชื่อย่อว่า “กลุ่มชุมชน” หมายถึง หน่วยประกอบการที่ดำเนินงานในรูปแบบกลุ่มชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือกันในหมู่สมาชิก ซึ่งอาจเป็นในด้านการเสริมสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว การรวมตัวกันเพื่อการผลิต หรือการรวมตัวกันเพื่อการตลาด กลุ่มชุมชนมีรูปแบบโครงสร้างการจัดองค์กรและการดำเนินงานแบบกลุ่มอย่างชัดเจน มีการตัดสินใจในการบริหารงานร่วมกันระหว่าง ประธาน คณะกรรมการ และสมาชิก และส่วนใหญ่มีการจัดสรรประโยชน์ให้แก่คณะกรรมการและสมาชิก ซึ่งนอกเหนือจากค่าจ้างผลิตแล้ว ยังจะได้รับประโยชน์ในรูปแบบของเงินปันผล ค่าตอบแทน และสวัสดิการต่าง ๆ นอกจากนี้กลุ่มจะจัดสรรเงินส่วนหนึ่งเพื่อเป็นทุนในการดำเนินงานของกลุ่มต่อไป

กลุ่มประยุกต์

กลุ่มประยุกต์ หมายถึง หน่วยประกอบการที่จัดตั้งขึ้นในรูปแบบกลุ่มชุมชน มีโครงสร้างการจัดองค์กรแบบกลุ่ม แต่มีลักษณะการดำเนินงานแบบกิจการส่วนตัว กลุ่มในลักษณะนี้มักเป็นกิจการส่วนตัวอยู่ก่อนแล้ว และได้รับคำแนะนำให้จัดตั้งในรูปแบบกลุ่มเพื่อขอรับความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐ โดยเจ้าของกิจการจะดำรงตำแหน่งเป็นผู้นำกลุ่ม ซึ่งมีสิทธิ์ขาดในการบริหารจัดการ สมาชิกไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และได้รับเพียงค่าจ้างและสวัสดิการต่าง ๆ เท่านั้น ผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินงานมักจะเป็นของผู้นำกลุ่ม ซึ่งเป็นเจ้าของทุนส่วนใหญ่ หรือทั้งหมดของกลุ่ม

ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า

ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย ผ้าทอและผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ผลิตภัณฑ์เย็บปักถักร้อย และผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาผ้า โดยจะเรียกชื่อย่อว่า “ผ้าทอฯ”

ผลิตภัณฑ์จักสาน

เครื่องจักสาน (ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ หวายและเส้นใยพืช) โดยทั่ว ๆ ไปในประเทศไทย แบ่งได้เป็น 7 ประเภท ตามมูลเหตุการใช้สอย ได้แก่ เครื่องจักสานที่ใช้ในการบริโภค เครื่องจักสานที่ใช้เป็นภาชนะ เครื่องจักสานที่ใช้เป็นเครื่องตวง เครื่องจักสานที่ใช้เป็นเครื่องเรือนและเครื่องปลูก เครื่องจักสานที่ใช้ป้องกันแดดฝน เครื่องจักสานที่ใช้ในการจับดักสัตว์ และเครื่องจักสานที่ใช้เกี่ยวกับความเชื่อ ประเพณี และศาสนา กรรมวิธีในการจักสานนั้นโดยปกติมีการดำเนินการ 5 อย่าง คือ จัก ถัก เย็บ สาน และทอ

ในงานวิจัยนี้จะกล่าวถึงผลิตภัณฑ์จักสาน โดยใช้ชื่อย่อว่า “จักสานฯ”

เครื่องปั้นดินเผา และเซรามิค

เซรามิค (ceramics) หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ทำจากดินและผ่านการเผา ได้แก่ วัตถุภาชนะต่างๆ ที่ทำด้วยดิน เช่น หิน ทราช ภาชนะต่างๆ ผสมกันแล้วประดิษฐ์ขึ้นเป็นสิ่งประดิษฐ์ตามความต้องการ และเผาเพื่อเปลี่ยนเนื้อวัตถุนั้นให้มีความแข็ง สามารถคงรูปร่างไว้ได้ คำว่าเซรามิค เป็นคำที่มีความหมายกว้างกว่าคำว่า

เครื่องปั้นดินเผา (Pottery) ซึ่งหมายถึงสิ่งของและภาชนะต่างๆ ที่ประดิษฐ์ด้วยดิน หรือประดิษฐ์ด้วยส่วนผสมของดินชนิดต่างๆ เช่น ดินขาว ดินเหนียวผสมหินทราย และแร่ธาตุต่างๆ

ในงานวิจัยนี้จะกล่าวถึงเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิค โดยใช้ชื่อย่อว่า “เครื่องปั้นฯ”

กระดาศษาและผลิตภัณฑ์จากกระดาศษา

กระดาศษา เป็นกระดาศษาพื้นเมืองที่มีอยู่ทางภาคเหนือแต่ดั้งเดิม วัตถุประสงค์ที่ใช้ทำกระดาศษานำมาจากส่วนของต้นปอสาหรือปอกระดาศษา ซึ่งมีชื่อเรียกโดยทั่วไปว่า ปอกระสา หมูพีหรือหมอพี ปอฝ้าย ชำสา หรือจ้ำฉา มีวิธีการผลิต 2 วิธี คือ การผลิตด้วยมือตามแบบพื้นบ้าน และการผลิตด้วยเครื่องจักรในโรงงาน

ในงานวิจัยนี้จะศึกษาเฉพาะกระดาศษาและผลิตภัณฑ์จากกระดาศษาที่ทำด้วยมือ โดยจะเรียกชื่อย่อว่า “กระดาศษาฯ”

ไม้แกะสลักและผลิตภัณฑ์จากไม้

เครื่องไม้แกะสลัก หรือ งานแกะสลัก จัดเป็นงานศิลปหัตถกรรมประเภทหนึ่ง que จัดรวมอยู่ในสาขาประติมากรรม ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Sculpture” อันหมายถึง การปั้น การหล่อ และการแกะสลัก ซึ่งจะแตกต่างกันที่กรรมวิธีการผลิต หรือเทคนิควิธีในการทำ โดยกรรมวิธีการแกะสลักเป็นการเฉือนออก (Cutting-down process)

ในงานวิจัยนี้จะกล่าวถึงไม้แกะสลักและผลิตภัณฑ์จากไม้ โดยใช้ชื่อย่อว่า “ไม้แกะสลักฯ”