บทที่ 3

โครงสร้างธุรกิจและการบริหารจัดการ

บทนี้เป็นรายงานจากผลการศึกษา 40 กรณีตัวอย่าง เพื่อสังเคราะห์ให้เห็นภาพรวมของตัวอย่างทั้งหมด และดึงประเด็นสำคัญๆ ที่สามารถนำไปสู่การเสนอแนะในเชิงนโยบายสำหรับการปรับปรุงโครงสร้างของภาคหัตถกรรมต่อไป เนื้อหาครอบคลุมถึงลักษณะขององค์กร การบริหารงานในด้านองค์กร การผลิต การจัดจำหน่าย ตลอดจนการบริหารการเงิน และลงท้ายด้วยการวิเคราะห์และเสนอข้อคิดเห็น

3.1 การจัดการองค์กร

3.1.1 ลักษณะขององค์กร

ธุรกิจหัตถกรรมพื้นบ้านตัวอย่างในเขตภาคเหนือตอนบนมีการประกอบการเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ การประกอบการแบบกลุ่ม ผู้ประกอบการรายเดี่ยวหรือผู้ประกอบการอิสระ และมูลนิธิฯ หน่วยประกอบการที่ทำการศึกษาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 85) เป็นกลุ่มในท้องถิ่น ซึ่งแบ่งออกเป็นกลุ่มชุมชน (ร้อยละ 64.7 ของกลุ่มทั้งหมด) และกลุ่มประยุกต์ (ดูนิยามศัพท์บทที่ 1) (ตารางที่ 3.1)

กลุ่มชุมชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72.7) เริ่มก่อตั้งขึ้นจากความต้องการของชุมชน ในขณะที่กลุ่มประยุกต์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 58.3) ก่อตั้งขึ้นโดยการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานหน่วยส่งเสริมสหกรณ์ และศูนย์ศึกษาเพื่อพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ในพระราชดำริ เป็นต้น ส่วนผู้ประกอบการรายเดี่ยวและมูลนิธิฯ ล้วนเริ่มจากความต้องการของเจ้าของกิจการ หรือผู้นำเอง (ตารางที่ 3.2)

ตารางที่ 3.1 ลักษณะการประกอบการแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์

หน่วย : ราย

ลักษณะการประกอบการ	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
กลุ่มชุมชน	8 *(50.0)*	10 *(83.3)*	-	3 *(50.0)*	1*(50.0)*	22 *(55.0)*
กลุ่มประยุกต์	6 *(37.5)*	1 *(8.3)*	2 *(50.0)*	2 *(33.3)*	1*(50.0)*	12 *(30.0)*
ผู้ประกอบการรายเดี่ยว	2 *(12.5)*	1 *(8.3)*	1 *(25.0)*	1 *(16.7)*	-	5 *(12.5)*
มูลนิธิฯ	-	-	1 *(25.0)*	-	-	1 *(2.5)*
รวม	16 *(100.0)*	12*(100.0)*	4 *(100.0)*	6 *(100.0)*	2 *(100.0)*	40 *(100.0)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 3.2 **สาเหตุการเริ่มก่อตั้งหน่วยประกอบการ**

หน่วย : ราย

สาเหตุการเริ่มก่อตั้ง	ลักษณะการประกอบการ				
	กลุ่มชุมชน	กลุ่มประยุกต์	รายเดี่ยว	มูลนิธิฯ	รวม
จากความต้องการของชุมชน	16 *(72.7)*	4 *(33.3)*	-	-	20 *(50.0)*
หน่วยงานสนับสนุนให้จัดตั้ง	6 *(27.3)*	7 *(58.3)*	-	-	13 *(32.5)*
จากความต้องการของผู้นำ/เจ้าของกิจการ	-	1*(8.3)*	5 *(100.0)*	1 *(100.0)*	7 *(17.5)*
รวม	22 *(100.0)*	12 *(100.0)*	5 *(100.0)*	1 *(100.0)*	40 *(100.0)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา: จากการสำรวจ

วัตถุประสงค์การก่อตั้ง

จากการสัมภาษณ์หน่วยประกอบการ กลุ่มโดยส่วนใหญ่ ทั้งที่เป็นกลุ่มชุมชนและกลุ่มประยุกต์มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างรายได้เสริมให้แก่ครอบครัว วัตถุประสงค์รองลงมา ได้แก่ เพื่อรองรับการส่งเสริมจากหน่วยงาน และสร้างอำนาจการต่อรอง ตามลำดับ (ตารางที่ 3.3)

กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ร่วมกันทางด้านกฎหมายนั้น เป็นกลุ่มผู้ผลิตไม้แกะสลักและผลิตภัณฑ์จากไม้ ทั้งนี้โดยมีการจัดตั้งในรูปแบบสหกรณ์และชมรมผู้ผลิต อันเอื้อประโยชน์ต่อการใช้ไม้ รวมทั้งการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์นอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด และรวบรวมเงินกองกลางเพื่อใช้เป็นสวัสดิการเพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการดำเนินงานและประสานความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ผลิตกับเจ้าหน้าที่รัฐ

สำหรับกลุ่มที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาตามคำแนะนำของหน่วยงานรัฐ มี 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกระดาษใยสับปะรด ซึ่งเคยประสบปัญหาราคาสับปะรดตกต่ำ และกลุ่มทอผ้าบ้านนาคำ ซึ่งเผชิญปัญหาการตัดราคากันเองของผู้ผลิตผ้าทอในพื้นที่

ในส่วนของผู้ประกอบการรายเดี่ยวนั้น ทั้ง 5 รายล้วนมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว ส่วนมูลนิธิฯ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อช่วยเหลือเยาวชนผู้ติดยาเสพติด ซึ่งแตกต่างจากหน่วยประกอบการใน 2 ลักษณะข้างต้น

อายุของหน่วยประกอบการ

หน่วยประกอบการตัวอย่างมีระยะเวลาดำเนินการแตกต่างกันไป ตั้งแต่ 1 ปี จนกระทั่งถึง 34 ปี ครึ่งหนึ่งของหน่วยประกอบการมีประสบการณ์อยู่ในช่วง 1-10 ปี และอีกร้อยละ 40 มีอายุอยู่ระหว่าง 11-20 ปี (ตารางที่ 3.4)

ตารางที่ 3.3 วัตถุประสงค์การก่อตั้งหน่วยประกอบการ

หน่วย : คำตอบ

วัตถุประสงค์การก่อตั้ง	ลักษณะการประกอบการ				
	กลุ่มชุมชน	กลุ่มประยุกต์	รายเดี่ยว	มูลนิธิฯ	รวม
สร้างรายได้เสริมให้แก่ครอบครัว	20*(64.5)*	9*(56.3)*	5*(100.0)*	-	34*(64.1)*
รองรับการส่งเสริมจากหน่วยงาน	4*(12.9)*	5*(31.3)*	-	-	9*(17.0)*
สร้างอำนาจการต่อรอง	4*(12.9)*	1*(6.3)*	-	-	5*(9.4)*
ช่วยเหลือผู้ติดยาเสพติด	-	-	-	1*(100.0)*	1*(1.9)*
แก้ไขปัญหาตามคำแนะนำของรัฐ	2*(6.5)*	-	-	-	2*(3.8)*
ประโยชน์ร่วมกันด้านกฎหมาย	1*(3.2)*	1*(6.3)*	-	-	2*(3.8)*
รวม	31*(100.0)*	16*(100.0)*	5*(100.0)*	1*(100.0)*	53*(100.0)*

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

: ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนคำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 3.4 อายุของหน่วยประกอบการ จำแนกตามลักษณะการประกอบการ

หน่วย :ราย

อายุหน่วยประกอบการ (ปี)	ลักษณะการประกอบการ				
	กลุ่มชุมชน	กลุ่มประยุกต์	รายเดี่ยว	มูลนิธิฯ	รวม
1 - 10	12*(54.55)*	7(58.33)	1*(20.00)*	-	20*(50.00)*
11 - 20	8*(36.36)*	4(33.33)	3*(60.00)*	1*(100.00)*	16*(40.00)*
21 - 30	2*(9.09)*	-	1*(20.00)*	-	3*(7.50)*
31 - 40	-	1*(8.33)*	-	-	1*(2.50)*
รวม	22*(100.00)*	12*(100.00)*	5*(100.00)*	1*(100.00)*	40*(100.00)*

หมายเหตุ : มากที่สุด 34 ปี ; น้อยที่สุด 1 ปี

: ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

เมื่อพิจารณารายผลิตภัณฑ์ พบว่าหน่วยประกอบการตัวอย่างในหัตถกรรมประเภทจักสาน เครื่องปั้นดินเผาและกระดาษสา มีประสบการณ์ในธุรกิจนี้ไม่เกิน 20 ปี ทั้งสิ้น ส่วนผ้าทอมี 3 ใน 16 ราย ที่มีอายุยาวนานกว่า 20 ปี (ตารางที่ 3.5) สำหรับหน่วยประกอบการไม้แกะสลักที่อยู่ในรูปสหกรณ์นั้นมีอายุยาวนานถึง 28 ปี ในขณะที่ชมรมผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไม้ เพิ่งก่อตั้งมาได้เพียง 6 ปี

หน่วยประกอบการที่มีอายุน้อยที่สุด คือ กลุ่มจักสานหญ้าแฝกบ้านก้อซาว (1 ปี) ส่วนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรวังปิน ซึ่งผลิตผ้าทอนั้นมีอายุยาวนานที่สุด (34 ปี) ซึ่งมียอดขายรวม 2.9 ล้านบาทต่อปี และมีอัตราผลกำไรเบื้องต้นต่อยอดขายสูงถึงร้อยละ 32.78 กลุ่มนี้จัดเป็นกลุ่มประยุกต์และเคยเลิกกิจการไปครั้งหนึ่ง แต่เมื่อกลับมาดำเนินการใหม่ก็สามารถดำรงธุรกิจอยู่อย่างต่อเนื่องและมีผลประกอบการอยู่ในอันดับที่ 2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 40 กรณี (แผนภาพที่ 5.7)

ตารางที่ 3.5 **อายุของหน่วยประกอบการ จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์**

หน่วย :ราย

อายุหน่วยประกอบการ (ปี)	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
1 – 10	7 *(43.75)*	7 *(58.33)*	1 *(25.00)*	4 *(66.67)*	1 *(50.00)*	20 *(50.00)*
11 – 20	6 *(37.50)*	5 *(41.67)*	3 *(75.00)*	2 *(33.33)*	-	16 *(40.00)*
21 – 30	2 *(12.50)*	-	-	-	1 *(50.00)*	3 *(7.50)*
31 – 40	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
รวม	16 *(100.00)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

3.1.2 การบริหารจัดการองค์กร

รูปแบบโครงสร้างองค์กร

หน่วยประกอบการแบบกลุ่มมีการบริหารองค์กรด้วยคณะกรรมการเหมือนกันทุกกลุ่ม แต่จำนวนและตำแหน่งของคณะกรรมการแตกต่างกันไปซึ่งสังเกตได้ว่ามีถึง 8 รูปแบบด้วยกัน โดยทุกรูปแบบจะประกอบด้วยประธาน รองประธาน เลขานุการ และเหรัญญิก เป็นรูปแบบพื้นฐาน (คือรูปแบบที่ 1 ในตารางที่ 3.6)

รูปแบบที่ 3 ซึ่งประกอบด้วยคณะกรรมการรูปแบบที่ 1 รองเหรัญญิก และกรรมการ ไม่ระบุฝ่าย/หน้าที่ และรูปแบบที่ 4 ซึ่งประกอบด้วยคณะกรรมการรูปแบบที่ 1 ปฏิคม และกรรมการไม่ระบุฝ่าย/หน้าที่ เป็นรูปแบบที่ใช้กันมากพอสมควรในกลุ่มชุมชนและกลุ่มประยุกต์ ส่วนรูปแบบที่ 8 ซึ่งประกอบด้วยคณะกรรมการรูปแบบที่ 1 ที่ปรึกษา ผู้ช่วยเลขานุการ และกรรมการระบุฝ่าย/หน้าที่ชัดเจน เป็นโครงสร้างองค์กรที่นิยมมากในกลุ่มชุมชน และไม่พบในกลุ่มประยุกต์ จะสังเกตได้ว่าความแตกต่างระหว่างกลุ่มประยุกต์กับกลุ่มชุมชนคือกลุ่มชุมชนมีลักษณะคณะกรรมการที่แน่นอน มีความเป็นทางการกว่า และมีจำนวนมากกว่ากลุ่มประยุกต์ นอกจากนี้ความแตกต่างของตำแหน่งยังสะท้อนถึงวิสัยทัศน์ของแต่ละกลุ่มด้วย

วิธีการระดมทุนมีส่วนสำคัญในการสะท้อนลักษณะขององค์กรได้ดีอีกทางหนึ่ง ซึ่งในการศึกษานี้พบว่าหน่วยประกอบการที่มีลักษณะเป็นกลุ่มนั้นมีการระดมทุนด้วยการออกหุ้นให้สมาชิกถือสิทธิ์เพียงหนึ่งในสามของจำนวนกลุ่มเท่านั้น กลุ่มประยุกต์ส่วนใหญ่ใช้เงินทุนของประธานเป็นหลัก แต่เป็นที่สังเกตว่า มีบางกลุ่มประยุกต์ที่ระดมทุนจากสมาชิกอยู่จำนวนหนึ่งและในจำนวนนั้นเป็นกลุ่มที่มียอดขายสูงสุดในตัวอย่างทั้ง 40 กรณีนี้ด้วย (แผนภาพที่ 5.7) สำหรับกลุ่มชุมชนนั้นมีการระดมทุนจากสมาชิกในสัดส่วนที่น้อยกว่าการขอกู้ยืมและการได้รับเงินช่วยเหลือแบบได้เปล่า ทั้งนี้โดยมีการระดมทุนในกลุ่มเป็นส่วนประกอบเท่านั้น (ตารางที่ 3.7)

ตารางที่ 3.6 รูปแบบโครงสร้างองค์กรของหน่วยประกอบการแบบกลุ่ม

หน่วย : ราย

รูปแบบโครงสร้างองค์กร	ลักษณะการประกอบการ		
	กลุ่มชุมชน	กลุ่มประยุกต์	รวม
รูปแบบที่ 1	1 *(4.55)*	1 *(8.33)*	2 *(5.88)*
รูปแบบที่ 1 และกรรมการระบุฝ่าย/หน้าที่ชัดเจน	2 *(9.09)*	1 *(8.33)*	3 *(8.82)*
รูปแบบที่ 1 และรองเหรัญญิก และกรรมการไม่ระบุฝ่าย/หน้าที่	4 *(18.18)*	4 *(33.33)*	8 *(23.53)*
รูปแบบที่ 1 และปฏิคม และกรรมการไม่ระบุฝ่าย/หน้าที่	4 *(18.18)*	4 *(33.33)*	8 *(23.53)*
รูปแบบที่ 1 และปฏิคม และกรรมการระบุฝ่าย/หน้าที่ชัดเจน	1 *(4.55)*	-	1 (2.94)
รูปแบบที่ 1 และประชาสัมพันธ์ แต่ไม่มีเลขานุการ	2 *(9.09)*	1 *(8.33)*	3 *(8.82)*
รูปแบบที่ 1 และที่ปรึกษา และประชาสัมพันธ์	2 *(9.09)*	1 *(8.33)*	3 *(8.82)*
รูปแบบที่ 1 และที่ปรึกษาผู้ช่วยเลขานุการ และกรรมการระบุฝ่าย/หน้าที่ชัดเจน	6 *(27.27)*	-	6 *(17.65)*
รวม	22 *(100.00)*	12 *(100.00)*	34 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

: รูปแบบที่ 1 คณะกรรมการประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ และเหรัญญิก

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 3.7 การถือหุ้น

หน่วย : ราย

การรวมหุ้น	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
กลุ่มฯ/มูลนิธิ						
ไม่มี	7 *(43.75)*	10 *(83.33)*	3 *(75.00)*	3 *(50.00)*	1 *(50.00)*	*24 (60.00)*
มี	7 *(43.75)*	1 *(8.33)*	-	2 *(33.33)*	1 *(50.00)*	11 *(27.50)*
กิจการเจ้าของคนเดียว						
ไม่มี	2 *(12.50)*	1 *(8.33)*	1 *(25.00)*	1 *(16.67)*	-	5 *(12.50)*
มี	-	-	-	-	-	-
รวม	16 *(100.00)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

หน่วยประกอบการไม่ว่าจะเป็นกลุ่มชุมชน กลุ่มประยุกต์ หรือมูลนิธิ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 62.86) มีสมาชิกไม่เกิน 50 คน (ตารางที่ 3.8) ทั้งนี้ศูนย์สาธิตส่งเสริมศิลปหัตถกรรมเวียงกาหลง ซึ่งมีรูปแบบเป็นมูลนิธินั้น มีสมาชิกน้อยที่สุด (11 คน) ส่วนหน่วยประกอบการที่มีสมาชิกมากกว่า 100 คน มีเพียงร้อยละ 8.57 เท่านั้น ได้แก่ สหกรณ์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์ไม้สันป่าตอง (184 คน) กลุ่มทอผ้าบ้านโป่งเทวี (175 คน) และกลุ่มผลิตภัณฑ์เย็บปักถักร้อยบ้านท่าข้าม (300 คน) ซึ่งมีอายุยาวนานถึง 28 ปี 22 ปี และ 9 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 3.8 จำนวนสมาชิกของกลุ่มฯ และมูลนิธิ

หน่วย : ราย

จำนวนสมาชิก (ราย)	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
กลุ่มชุมชน						
1 - 25	1 *(7.14)*	1 *(9.09)*	-	2 *(40.00)*	-	4 *(11.43)*
26 – 50	3 *(21.43)*	6 *(54.55)*	-	-	-	9 *(25.71)*
51 – 75	1 *(7.14)*	2 *(18.18)*	-	1 *(20.00)*	-	4 *(11.43)*
76 - 100	2 *(14.29)*	1 *(9.09)*	-	-	-	3 *(8.57)*
มากกว่า 100	1 *(7.14)*	-	-	-	1 *(50)*	2 *(5.71)*
กลุ่มประยุกต์						
1 - 25	2 *(14.29)*	1 *(9.09)*	1 *(33.33)*	-	-	4 *(11.43)*
26 – 50	2 *(14.29)*	-	1 *(33.33)*	-	1 *(50)*	4 *(11.43)*
76 - 100	1 *(7.14)*	-	-	2 *(40.00)*	-	3 *(8.57)*
มากกว่า 100	1 *(7.14)*	-	-	-	-	1 *(2.86)*
มูลนิธิฯ						
1 – 25	-	-	1 *(33.33)*	-	-	1 *(2.86)*
รวม	14 *(100.00)*	11 *(100.00)*	3 *(100.00)*	5 *(100.00)*	2 *(100.00)*	35 *(100.00)*

หมายเหตุ : มากที่สุด = 300 คน; น้อยที่สุด = 11 คน

: ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

การบริหารงานในองค์กรประเภทกลุ่ม

กลุ่มชุมชนและกลุ่มประยุกต์ที่ผลิตสินค้าหัตถกรรมนั้น ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 59 และ 91.67 ตามลำดับ) คณะกรรมการทำงานไม่สอดคล้องกับภาระหน้าที่ตามตำแหน่ง (ตารางที่ 3.9) ซึ่งเนื่องมาจากสาเหตุสำคัญหลายประการ กล่าวคือ กรรมการบางตำแหน่งขาดความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานตามตำแหน่งที่ได้รับ และกรรมการบางตำแหน่งมีเวลาทำงานให้แก่กลุ่มไม่เต็มที่ จากการศึกษาพบด้วยว่า ผู้ที่เป็นกรรมการไม่

น้อยที่ไม่สนใจงานบริหาร และมีความเกรงใจสูงไม่กล้าตัดสินใจ จึงผลักภาระทั้งหมดให้อยู่ในความรับผิดชอบของประธานกลุ่ม ทำให้งานในความรับผิดชอบของผู้นำกลุ่มเพิ่มพูนขึ้นและเกินกว่าขอบเขตงานในตำแหน่งหน้าที่

ตารางที่ 3.9 การบริหารงานในองค์กรของหน่วยประกอบการแบบกลุ่ม

หน่วย : ราย

การบริหารงาน	ลักษณะการประกอบการ		รวม
	กลุ่มชุมชน	กลุ่มประยุกต์	
ทำงานตามหน้าที่ชัดเจน	9 *(40.91)*	1 *(8.33)*	10 *(29.41)*
ทำงานไม่ตรงตามหน้าที่	13 *(59.09)*	11 *(91.67)*	*24 (70.59)*
รวม	*22 (100.00)*	12 *(100.00)*	34 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มกิจกรรมย่อย

กลุ่มกิจกรรมย่อยของหน่วยประกอบการแบบกลุ่มนั้น ค่อนข้างหลากหลาย เช่น กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มแปรรูปอาหาร กลุ่มกิจกรรมผลิตข้าวซ้อมมือ และกลุ่มให้กู้ยืมเงิน เป็นต้น ครึ่งหนึ่งของกลุ่มชุมชนและกลุ่มประยุกต์ไม่มีกลุ่มกิจกรรมย่อย ส่วนกลุ่มที่มีกลุ่มกิจกรรมย่อยเพียง 1 กิจกรรมนั้นมีมากพอสมควร โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35.29 ในขณะที่กลุ่มที่มีกิจกรรมย่อย 2-4 กิจกรรมมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้น (ตารางที่ 3.10)

ตารางที่ 3.10 จำนวนกลุ่มกิจกรรมย่อย

หน่วย : ราย

จำนวนกลุ่มกิจกรรมย่อย	ลักษณะการประกอบการ		รวม
	กลุ่มชุมชน	กลุ่มประยุกต์	
1 กลุ่ม	7 (31.82)	5 (41.67)	12 (35.29)
2 กลุ่ม	1 (4.55)	-	1 (2.94)
3 กลุ่ม	1 (4.55)	1 (8.33)	2 (5.88)
4 กลุ่ม	1 (4.55)	-	1 (2.94)
ไม่มีกลุ่มกิจกรรมย่อย	12 (54.55)	6 (50)	18 (52.94)
รวม	22 (100)	12 (100)	34 (100)

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

ลักษณะของผู้นำกลุ่มและเจ้าของกิจการ

กลุ่มฯ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 82.35) มีประธานเป็นผู้นำในทางปฏิบัติ ในขณะที่กิจการรายเดี่ยวทั้งหมดมีเจ้าของกิจการเป็นผู้นำ มีเพียง 3 ใน 40 หน่วยประกอบการที่มีผู้นำในทางปฏิบัติ 2 คน ได้แก่ กลุ่มผลิตจักสาน ซึ่งมีประธานกลุ่มและเหรัญญิกเป็นผู้นำ กลุ่มผลิตไม้แกะสลัก มีประธานกลุ่มและที่ปรึกษาเป็นผู้นำ และมูลนิธิผลิตเครื่องปั้นฯ ซึ่งมีประธานมูลนิธิและผู้จัดการเป็นผู้นำ (ตารางที่ 3.11)

ตารางที่ 3.11 บุคคลที่เป็นผู้นำของหน่วยประกอบการ

หน่วย : ราย

บุคคลที่เป็นผู้นำ	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ประธานกลุ่ม	14*(87.50)*	6 *(50.00)*	2 *(50.00)*	5 *(83.33)*	1 *(50.00)*	28 *(70.00)*
ประธานกลุ่มและเหรัญญิก	-	1 *(8.33)*	-	-	-	1 *(2.50)*
ประธานกลุ่มและที่ปรึกษา	-	-	-	-	1 *(50.00)*	1 *(2.50)*
รองประธานกลุ่ม	-	2 *(16.67)*	-	-	-	2 *(5.00)*
กรรมการฝ่ายตลาด	-	2 *(16.67)*	-	-	-	2 *(5.00)*
ประธานมูลนิธิและผู้จัดการ	-	-	1 *(25.00)*	-	-	1 *(2.50)*
เจ้าของกิจการ	2 *(12.50)*	1 *(8.33)*	1 *(25.00)*	1 *(16.67)*	-	5 *(12.50)*
รวม	16*(100.00)*	12*(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : มีหน่วยประกอบการ 3 แห่ง ที่มีผู้นำ 2 ราย ดังนั้นในการศึกษานี้มีผู้นำทั้งหมด 43 ราย

: ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

ผู้นำส่วนใหญ่ (ร้อยละ 51.16) มีอายุในช่วง 41-50 ปี และไม่มีผู้นำที่อายุต่ำกว่า 31 ปี (ตารางที่ 3.12) ผู้นำส่วนใหญ่จบการศึกษาไม่เกินชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 (ร้อยละ 62.79) ส่วนผู้นำที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีเพียง 4 ราย (ร้อยละ 9.30) เท่านั้น ผู้นำส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร ค้าขาย และหัตถกรรม เป็นหลัก มูลนิธิฯ เพียงแห่งเดียวที่มีผู้นำเป็นพระสงฆ์

ผู้นำของหน่วยประกอบการส่วนใหญ่มีจุดเด่นที่มีทักษะฝีมือและความชำนาญด้านการผลิต และเป็นบุคคลกว้างขวางในสังคม มีความสามารถในการประสานงานและขอรับการสนับสนุนด้านงบประมาณ ส่วนความสามารถด้านการตลาด (ร้อยละ 25 ของตัวอย่าง) และการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นเป็นสิ่งที่พบในตัวผู้นำเพียงส่วนน้อย แต่เป็นที่สังเกตว่ากลุ่ม/กิจการที่ผู้นำมีความสามารถเด่นในด้านการตลาดนั้น จัดอยู่ในกิจการ 20 อันดับแรก โดยเฉพาะ 4 อันดับแรกที่มียอดขายสูงสุด (แผนภาพที่ 5.7)

ตารางที่ 3.12 ลักษณะของผู้นำของผู้นำ

หน่วย : ราย

ลักษณะของผู้นำ	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
อายุ (ปี)						
31 – 40	2 *(12.50)*[1]	3 *(23.08)*	-	3 *(50.00)*	-	8 *(18.60)*
41 – 50	8 *(50.00)*	7 *(53.85)*	5 *(100.00)*	1 *(16.67)*	1 *(33.33)*	22 *(51.16)*
51 – 60	5 *(31.25)*	3 *(23.08)*	-	2 *(33.33)*	2 *(66.67)*	12 *(27.91)*
61 - 70	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.33)*
รวม (ราย)[2]	16 *(100.00)*	13 *(100.00)*	5 *(100.00)*	6 *(100.00)*	3 *(100.00)*	43 *(100.00)*
ระดับการศึกษา						
ต่ำกว่าประถมศึกษาชั้นปีที่ 4	9 *(56.25)*	3 *(23.08)*	2 *(40.00)*	3 *(50.00)*	2 *(66.67)*	19 *(44.19)*
ประถมศึกษาชั้นปีที่ 6	1 *(6.25)*	5 *(38.46)*	-	1 *(16.67)*	1 *(33.33)*	8 *(18.60)*
มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 3	2 *(12.5)*	2 *(15.38)*	-	-	-	4 *(9.30)*
มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6	1 *(6.25)*	2 *(15.38)*	1 *(20.00)*	-	-	4 *(9.30)*
อนุปริญญา	1 *(6.25)*	-	2 *(40.00)*	1 *(16.67)*	-	4 *(9.30)*
ปริญญาตรี	2 *(12.50)*	1 *(7.69)*	-	1 *(16.67)*	-	4 *(9.30)*
รวม (ราย)	16 *(100.00)*	13 *(100.00)*	5 *(100.00)*	6 *(100.00)*	3 *(100.00)*	43 *(100.00)*
อาชีพหลัก						
วิทยากรการศึกษานอกโรงเรียน	-	1 *(7.69)*	-	-	-	1 *(2.33)*
เกษตรกร	7 *(43.75)*	3 *(23.08)*	-	1 *(16.67)*	-	11 *(25.58)*
รับจ้างทั่วไป	2 *(12.50)*	1 *(7.69)*	-	-	1 *(33.33)*	4 *(9.30)*
ค้าขาย	3 *(18.75)*	7 *(53.85)*	1 *(20.00)*	-	-	11 *(25.58)*
หัตถกรรม	3 *(18.75)*	-	2 *(40.00)*	5 *(83.33)*	2 *(66.67)*	12 *(27.91)*
รับราชการ	1 *(6.25)*	1 *(7.69)*	1 *(20.00)*	-	-	3 *(6.98)*
พระสงฆ์	-	-	1 *(20.00)*	-	-	1 *(2.33)*
รวม (ราย)	16 *(100.00)*	13 *(100.00)*	5 *(100.00)*	6 *(100.00)*	3 *(100.00)*	43 *(100.00)*
ลักษณะเด่น[3]						
เป็นบุคคลกว้างขวางในวงสังคม มีความสามารถประสานงานและของบประมาณ	8 *(24.24)*[4]	10 *(40.00)*	3 *(50.00)*	1 *(9.09)*	1 *(33.33)*	23 *(29.49)*
มีความสามารถด้านการตลาด	5 *(15.15)*	3 *(12.00)*	-	2 *(18.18)*	-	10 *(12.82)*
มีทักษะฝีมือและความชำนาญด้านการผลิต	14 *(42.42)*	6 *(24.00)*	3 *(50.00)*	6 *(54.55)*	2 *(66.67)*	31 *(39.74)*
มีความสามารถด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์	6 *(18.18)*	6 *(24.00)*	-	2 *(18.18)*	-	14 *(17.95)*
รวม	33 *(100.00)*	25 *(100.00)*	6 *(100.00)*	11 *(100.00)*	3 *(100.00)*	78 *(100.00)*

หมายเหตุ : [1/]ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

: [2/]มีหน่วยประกอบการ 3 แห่ง ที่มีผู้นำ 2 ราย ดังนั้นในการศึกษานี้มีผู้นำทั้งหมด 43 ราย

: [3/]ลักษณะเด่นตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

: [4/]ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนคำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ

การสร้างเครือข่าย

หน่วยประกอบการในรูปแบบกลุ่ม ประมาณร้อยละ 50 มีการสร้างเครือข่ายกับกลุ่มต่าง ๆ ภายนอกพื้นที่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเครือข่ายเพื่อการผลิต (ร้อยละ 58.82) เมื่อกลุ่มฯ ได้รับคำสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก แต่มีกำลังการผลิตไม่เพียงพอ กลุ่มฯ จะกระจายคำสั่งซื้อไปยังกลุ่มเครือข่าย ทำให้สามารถส่งมอบสินค้าได้ครบถ้วนภายในระยะเวลาที่กำหนด กลุ่มสำคัญที่มีการบริหารการผลิตในลักษณะนี้ได้แก่กลุ่มแม่บ้านเยาวชนพัฒนาบ้านดงป่าซาง และกลุ่มสตรีทอผ้าบ้านทุ่งมอก ซึ่งเป็นกลุ่มที่มียอดขายถึง 9.68 และ 1.06 ล้านบาท/ปี ตามลำดับ ทั้งนี้การสร้างเครือข่ายเพื่อการผลิตทำให้กลุ่มสามารถส่งมอบสินค้าได้ทันตามคำสั่งซื้อ ซึ่งช่วยรักษาและขยายตลาด อีกทั้งทำให้เกิดการจ้างงานทั้งในและนอกพื้นที่

สำหรับการสร้างเครือข่ายเพื่อการตลาดนั้นยังมีน้อยมาก (ร้อยละ 23.53) และกลุ่มฯ เครือข่ายทั้งเพื่อการผลิตและการตลาดมีเพียงร้อยละ 17.65 เท่านั้น ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตจักสานทั้งหมด (ตารางที่ 3.13)

ตารางที่ 3.13 กลุ่มเครือข่าย

หน่วย : ราย

กลุ่มเครือข่าย	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ไม่มี	8 *(57.14)*	4 *(36.36)*	3 *(100.00)*	2 *(40.00)*	1 *(50.00)*	18 *(51.43)*
มี						
เพื่อการผลิต	5 *(35.71)*	3 *(27.27)*	-	2 *(40.00)*	-	10 *(28.57)*
เพื่อการตลาด	1 *(7.14)*	1 *(9.09)*	-	1 *(20.00)*	1 *(50.00)*	4 *(11.43)*
เพื่อการผลิตและการตลาด	-	3 *(27.27)*	-	-	-	3 *(8.57)*
รวม	14 *(100.00)*	11 *(100.00)*	3 *(100.00)*	5 *(100.00)*	2 *(100.00)*	35 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

แผนการจัดการองค์กรในอนาคต

จากการสอบถามหน่วยประกอบการเกี่ยวกับการวางแผนด้านองค์กร พบว่าร้อยละ 37.5 ยังไม่มีแผนการจัดการองค์กรในอนาคต ส่วนหน่วยประกอบการที่มีแผนแล้วนั้นจะเป็นแผนเกี่ยวกับการสร้างผู้สืบทอด/ตัวแทนของผู้นำ และการเพิ่มกรรมการ (ตารางที่ 3.14)

3.1.3 ปัญหาและอุปสรรคด้านการจัดการองค์กร

หน่วยประกอบการทางด้านหัตถกรรมพื้นบ้านประสบกับปัญหาด้านการจัดการองค์กรที่ค่อนข้างหลากหลาย โดยเฉพาะกลุ่มชุมชนซึ่งมีปัญหาหลัก คือ การจัดการไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เพราะอำนาจการตัดสินใจและภาระต่าง ๆ อยู่ที่ผู้นำ/กรรมการบางคน ปัญหานี้เป็นปัญหาสำคัญสำหรับกลุ่มประยุกต์ กิจการเจ้า

ของคนเดียว และมูลนิธิด้วยเช่นกัน (ร้อยละ 75 ของจำนวนตัวอย่าง) นอกจากนี้กลุ่มชุมชนยังมีปัญหาสำคัญอีกหลายประการ ได้แก่ กรรมการปฏิบัติงานได้ไม่เต็มที่ เนื่องจากกรรมการต่างมีงานประจำหรือกิจกรรรมด้านอื่นด้วย กรรมการบางตำแหน่งขาดความรู้ความสามารถ และสมาชิกไม่ตระหนักถึงประโยชน์ของการรวมกลุ่ม (ตารางที่ 3.15)

ตารางที่ 3.14 แผนการจัดการองค์กร

หน่วย : ราย

แผนการจัดการองค์กร	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ไม่มี	7 *(43.75)*	6 *(50.00)*	-	2 *(33.33)*	-	15 *(37.50)*
มี						
สร้างตัวแทน/ผู้สืบทอด	5 *(31.25)*	3 *(25.00)*	3 *(75.00)*	2 *(33.33)*	-	13 *(32.50)*
เพิ่มกรรมการ	4 *(25.00)*	2 *(16.67)*	1 *(25.00)*	2 *(33.33)*	1 *(50.00)*	10 *(25.00)*
สร้างตัวแทน/ผู้สืบทอดและเพิ่มกรรมการ	-	1 *(8.33)*	-	-	1 *(50.00)*	2 *(5.00)*
รวม	16 *(100)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 3.15 ปัญหาและอุปสรรคด้านการจัดการองค์กร

หน่วย : คำตอบ

ปัญหาและอุปสรรคการจัดการองค์กร	ลักษณะการประกอบการ				
	กลุ่มชุมชน	กลุ่มประยุกต์	รายเดี่ยว	มูลนิธิ	รวม
ไม่มี	1 *(1.72)*		2 *(40.00)*		3 *(3.49)*
มี					
การจัดการไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร	15 *(25.86)*	11 *(50.00)*	3 *(60.00)*	1 *(100.00)*	30 *(34.88)*
กรรมการปฏิบัติงานได้ไม่เต็มที่	9 *(15.52)*	3 *(13.64)*			12 *(13.95)*
กรรมการบางตำแหน่งขาดความรู้ความสามารถ	9 *(15.52)*	2 *(9.09)*			11 *(12.79)*
กฎระเบียบของกลุ่มยังไม่เข้มงวด	6 *(10.34)*	1 *(4.55)*			7 *(8.14)*
สมาชิกไม่ตระหนักถึงประโยชน์ของการรวมกลุ่ม	9 *(15.52)*	4 *(18.18)*			13 *(15.12)*
การเกี่ยงงานกันทำของคณะกรรมการ	6 *(10.34)*	1 *(4.55)*			7 *(8.14)*
กลุ่มไม่กระตือรือร้น เพราะเคยชินกับการได้รับความช่วยเหลือ	3 *(5.17)*	-			3 *(15.12)*
รวม	58 *(100.00)*	22 *(100.00)*	5 *(100.00)*	1 *(100.00)*	86 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

: ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนคำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ

3.2 การบริหารการผลิต

3.2.1 ผลิตภัณฑ์ของหน่วยประกอบการ

หน่วยประกอบการเกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 42.5) ผลิตสินค้าหัตถกรรมไม่เกิน 15 ชนิด โดยกลุ่มที่มีผลิตภัณฑ์น้อยที่สุด (เพียง 1 ชนิด) คือ กลุ่มทอผ้าจกบ้านแม่ป้าก จ.แพร่ ส่วนกลุ่มที่มีผลิตภัณฑ์หลากหลายที่สุด คือ กลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาบ้านโป่งเทวีซึ่งตั้งอยู่ที่ จ.เชียงราย ซึ่งทำการผลิตเครื่องปั้นฯ มากถึง 112 ชนิด (ตารางที่ 3.16)

ตารางที่ 3.16 ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

หน่วย : ราย

จำนวนชนิดผลิตภัณฑ์ (ชนิด)	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
1 – 15	9 *(56.25)*	4 *(33.33)*	1 *(25.00)*	2 *(33.33)*	1 *(50.00)*	17 *(42.50)*
16 - 30	5 *(31.25)*	5 *(41.67)*	2 *(50.00)*	2 *(33.33)*	-	14 *(35.00)*
31 – 45	1 *(6.25)*	2 *(16.67)*	-	1 *(16.67)*	-	4 *(10.00)*
46 – 60	-	1 *(8.33)*	-	-	-	1 *(2.50)*
มากกว่า 60	1 *(6.25)*	-	1 *(25.00)*	1 *(16.67)*	1 *(50.00)*	4 *(10.00)*
รวม	16 *(100.00)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

ในการผลิตสินค้าหัตถกรรม ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสิ้นสุดกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์จะได้รับการตรวจสอบคุณภาพโดยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ 1) ผู้นำ/เจ้าของกิจการเป็นผู้ตรวจสอบเมื่อรับซื้อผลิตภัณฑ์จากสมาชิก/แรงงาน และตรวจสอบอีกครั้งก่อนส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า 2) ตรวจสอบ 3 ครั้ง โดยครั้งที่ 1 สมาชิกตรวจสอบเองในระหว่างการผลิต ครั้งที่ 2 กรรมการรับซื้อตรวจสอบเมื่อรับมอบสินค้าจากสมาชิก และครั้งที่ 3 ตรวจสอบก่อนส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า 3) กรรมการซื้อขายตรวจสอบสินค้าก่อนส่งมอบให้แก่ลูกค้า และ 4) สมาชิกควบคุมและตรวจสอบคุณภาพเอง (ตารางที่ 3.17)

3.2.2 วิธีการบริหารการผลิต

หน่วยประกอบการผลิตหัตถกรรมมีการบริหารการผลิตหลายวิธีด้วยกัน วิธีที่นิยมใช้กันมาก คือ การที่ผู้นำรับคำสั่งซื้อ แล้วกระจายงานให้หัวหน้าจุด โดยหัวหน้าจุดจะทำหน้าที่กระจายงานให้แก่ลูกจุดต่อไป ซึ่งร้อยละ 50 ของหน่วยประกอบการ ใช้วิธีนี้ และยังมีอีกร้อยละ 10 ที่ใช้วิธีนี้ร่วมกันกับวิธีอื่น ส่วนวิธีบริหารการผลิตอื่น ๆ ได้แก่ 1) การที่ผู้นำรับคำสั่งซื้อ แล้วกระจายงานให้แก่สมาชิกกลุ่มและกลุ่มเครือข่าย 2) สมาชิกแต่ละรายบริหารการผลิตเอง และแบ่งผลผลิตส่วนหนึ่งขายให้แก่กลุ่มตามคำสั่งซื้อ และ 3) กรรมการซื้อขายเป็นผู้รับคำสั่งซื้อ กระจายการผลิต และควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ (ตารางที่ 3.18)

ตารางที่ 3.17 การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์

หน่วย : ราย

วิธีการตรวจสอบคุณภาพ	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ผู้นำ/เจ้าของกิจการตรวจสอบเมื่อรับซื้อและก่อนส่งมอบสินค้า	5 *(31.25)*	4 *(33.33)*	1 *(25.00)*	1 *(16.67)*	-	11 *(27.50)*
ตรวจสอบ 3 ครั้ง (ในระหว่างการผลิต เมื่อรับซื้อจากสมาชิก และก่อนส่งมอบแก่ลูกค้า)	3 *(18.75)*	6 *(50.00)*	1 *(25.00)*	2 *(33.33)*	-	12 *(30.00)*
กรรมการซื้อขายตรวจสอบ	5 *(31.25)*	1 *(8.33)*	-	2 *(33.33)*	1 *(50.00)*	9 *(22.50)*
สมาชิกควบคุมและตรวจสอบเอง	3 *(18.75)*	1 *(8.33)*	2 *(50.00)*	1 *(16.67)*	1 *(50.00)*	8 *(20.00)*
รวม	16 *(100.00)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 3.18 วิธีการบริหารการผลิต

หน่วย : ราย

วิธีบริหารการผลิต	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
1. ผู้นำรับคำสั่งซื้อ กระจายงานให้หัวหน้าจุดเพื่อกระจายให้แก่ลูกจุดต่อไป	9 *(56.25)*	5 *(41.67)*	3 *(75.00)*	3 *(50.00)*	1 *(50.00)*	20 *(50.00)*
2. ผู้นำรับคำสั่งซื้อแล้วกระจายงานให้แก่สมาชิกกลุ่มและกลุ่มเครือข่าย	1 *(6.25)*	2 *(16.67)*	-	1 *(16.67)*	1 *(50.00)*	4 *(10.00)*
3. สมาชิกแต่ละรายบริหารการผลิตเอง และแบ่งผลผลิตส่วนหนึ่งขายให้แก่กลุ่มตามคำสั่งซื้อ	2 *(12.50)*	2 *(16.67)*	1 *(25.00)*	-	-	6 *(15.00)*
4. กรรมการซื้อขายเป็นผู้รับคำสั่งซื้อ กระจายการผลิต และควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์	2 *(12.50)*	1 *(8.33)*	-	2 *(33.33)*	-	6 *(15.00)*
วิธีที่ 1 และ 2	-	2 *(16.67)*	-	-	-	2 *(5.00)*
วิธีที่ 1 และ 3	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
วิธีที่ 1 และ 4	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
รวม	16 *(100.00)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

3.2.3 การวางแผนการผลิต

หน่วยประกอบการทั้ง 40 ราย มีการวางแผนการผลิตไว้อย่างไม่เป็นลายลักษณ์อักษร โดยหน่วยประกอบการส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70) วางแผนการผลิตตามคำสั่งซื้อ ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบให้เพียงพอและทันตามกำหนดการผลิต จนกระทั่งถึงการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าให้ทันตามกำหนด ส่วนหน่วยประกอบการที่ไม่ได้ยึดการผลิตตามคำสั่งซื้อเป็นหลัก นั้นส่วนใหญ่จะเน้นการจัดหาวัตถุดิบให้เพียงพอ และทำการผลิตกักตุนไว้/สำรองไว้เพื่อรอการจำหน่าย นอกจากนี้หน่วยประกอบการบางราย (ผลิตผ้าพันคอ ดอกไม้กระดาษสา และกระเช้าจักสาน) เน้นการผลิตตามช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ และงานฤดูหนาว เป็นต้น (ตารางที่ 3.19)

ตารางที่ 3.19 การวางแผนการผลิต

หน่วย : ราย

แผนการผลิต	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ผลิตตามคำสั่งซื้อ	11 *(68.75)*	7 *(58.33)*	3 *(75.00)*	5 *(83.33)*	2 *(100.00)*	28 *(70.00)*
จัดหาวัตถุดิบให้เพียงพอและผลิตกักตุนไว้/ผลิตสำรองไว้รอจำหน่าย	4 *(25.00)*	3 *(25.00)*	1 *(25.00)*	-	-	8 *(20.00)*
ผลิตตามเทศกาลและจัดหาวัตถุดิบให้เพียงพอ	1 *(6.25)*	-	-	1 *(16.67)*	-	2 *(5.00)*
ผลิตตามเทศกาล จัดหาวัตถุดิบให้เพียงพอ และกระจายงานสู่เครือข่าย	-	1 *(8.33)*	-	-	-	1 *(2.50)*
ผลิตกักตุนไว้และหยุดทำการผลิตช่วงฤดูการเก็บเกี่ยว	-	1 *(8.33)*	-	-	-	1 *(2.50)*
รวม	16 *(100.00)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

3.2.4 วัตถุดิบ

หน่วยประกอบการเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 92.5) ทำการคัดเลือกวัตถุดิบก่อนนำมาใช้ (ตารางที่ 3.20) แต่จากการสังเกตกลับพบว่ามีการคัดคุณภาพวัตถุดิบค่อนข้างจำกัด สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากคุณภาพของวัตถุดิบเอง วัตถุดิบส่วนใหญ่ไม่มีการคัดคุณภาพมาก่อน อาทิเช่น ไม้สำหรับแกะสลัก และผักตบชวา (ทั้งนี้ยกเว้นผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ผลิตของเล่นจากไม้ เส้นฝ้าย ปอสา เนื้อดิน) สาเหตุส่วนหนึ่งเกิดจากความไม่พิถีพิถันของผู้ผลิตซึ่งไม่เข้าใจถึงความแตกต่างในคุณค่าของคุณภาพวัตถุดิบเท่าที่ควร จึงไม่คัดทิ้งวัตถุดิบที่มีตำหนิ (เช่น ผักตบชวาที่มีสีคล้ำ ฯลฯ)

ตารางที่ 3.20 การคัดคุณภาพวัตถุดิบ

หน่วย : ราย

มี/ไม่มี	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ไม่มี	2 *(12.5)*	-	-	-	1 *(50.00)*	3 *(7.50)*
มี	14 *(87.5)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	1 *(50.00)*	37 *(92.50)*
รวม	16 *(100)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

หน่วยประกอบการซื้อวัตถุดิบจากภายในหมู่บ้านและต่างอำเภอเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 55.56) นอกจากนี้ยังมีหน่วยประกอบการส่วนหนึ่งที่ได้รับความช่วยเหลือด้านการจัดหาวัตถุดิบจากโครงการช่วยเหลือของภาครัฐและเอกชน (ตารางที่ 3.21) แม้จะดูเหมือนว่า วัตถุดิบส่วนใหญ่จะได้จากแหล่งในจังหวัด แต่ในความหมายที่แท้จริงสำหรับวัตถุดิบบางอย่างหมายถึงการซื้อจากร้านค้าหรือซื้อต่อจากกลุ่มผู้ผลิตวัตถุดิบในพื้นที่มากกว่า โดยเฉพาะกระดาษสา ซึ่งมีแหล่งวัตถุดิบหลักจากจังหวัดอื่นๆ และการนำเข้า วัตถุดิบในพื้นที่เริ่มหายากขึ้น ผู้ผลิตต้องขนส่งจากต่างอำเภอซึ่งทำให้ต้นทุนค่าขนส่งสูงขึ้นด้วยโดยเฉพาะวัตถุดิบซึ่งมีน้ำหนักมาก เช่น ไม้ไผ่ และดิน (ดินบางชนิด)

ตารางที่ 3.21 แหล่งวัตถุดิบ

หน่วย : คำตอบ

แหล่งวัตถุดิบ	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
สมาชิกหาเองภายในหมู่บ้าน	3 *(12.00)*	5 *(20.00)*	1 *(10.00)*	1 *(6.25)*	-	10 *(12.34)*
ซื้อในหมู่บ้าน	6 *(24.00)*	6 *(24.00)*	2 *(20.00)*	5 *(31.25)*	1 *(20.00)*	20 *(24.69)*
ซื้อจากต่างอำเภอ	11 *(44.00)*	6 *(24.00)*	2 *(20.00)*	4 *(25.00)*	2 *(40.00)*	25 *(30.86)*
ซื้อจากต่างจังหวัด	3 *(12.00)*	1 *(4.00)*	2 *(20.00)*	2 *(12.50)*	1 *(20.00)*	9 *(11.11)*
สมาชิกหาเองนอกหมู่บ้าน	-	1 *(4.00)*	-	-	-	1 *(1.23)*
โครงการช่วยเหลือ	2 *(8.00)*	6 *(24.00)*	3 *(30.00)*	4 *(25.00)*	1 *(20.00)*	16 *(19.75)*
รวม	25 *(100.00)*	25 *(100.00)*	10 *(100.00)*	16 *(100.00)*	5 *(100.00)*	81 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 แหล่ง

: ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

3.2.5 แรงงาน

การผลิตงานหัตถกรรมก่อให้เกิดการจ้างงานขึ้นภายในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง ดังจะเห็นได้จากแรงงานที่ใช้ในหน่วยประกอบการ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.57) อยู่ในหมู่บ้านที่หน่วยประกอบการตั้งอยู่ (ตารางที่ 3.22) อย่างไรก็ตามมีหน่วยประกอบการอีกจำนวนหนึ่งที่ใช้แรงงานจากหมู่บ้านใกล้เคียง ต่างอำเภอ และต่างจังหวัด มาช่วยเสริมกำลังแรงงานในพื้นที่เพื่อรองรับคำสั่งซื้อ

ตารางที่ 3.22 แหล่งที่มาของแรงงาน

หน่วย : คำตอบ

แหล่งวัตถุดิบ	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ภายในหมู่บ้าน	16 *(61.54)*	12 *(70.59)*	4 *(66.67)*	6 *(75.00)*	2 *(50.00)*	40 *(65.57)*
หมู่บ้านใกล้เคียงและต่างอำเภอ	10 *(38.46)*	5 *(29.41)*	1 *(16.67)*	2 *(25.00)*	1 *(25.00)*	19 *(31.14)*
ต่างจังหวัด	-	-	1 *(16.67)*	-	1 *(25.00)*	2 *(3.28)*
รวม	26 *(100.00)*	17 *(100.00)*	6 *(100.00)*	8 *(100.00)*	4 *(100.00)*	61 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 แหล่ง

: ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนคำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ

3.2.6 เทคโนโลยี

หน่วยประกอบการส่วนใหญ่ซื้อหาเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตงานหัตถกรรมจากร้านค้าภายในจังหวัด ทั้งที่เป็นการซื้อด้วยทุนตนเองและซื้อด้วยเงินกู้ยืม นอกจากนี้การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทำขึ้นจากภูมิปัญญาดั้งเดิมและจากการประดิษฐ์คิดค้นขึ้นเองก็ยังคงมีอยู่อย่างแพร่หลาย (ตารางที่ 3.23)

องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน นับเป็นแหล่งเครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคนิควิธีการผลิต ที่สำคัญของหน่วยประกอบการอีกแหล่งหนึ่ง หน่วยงานภาครัฐซึ่งให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคโนโลยีที่สำคัญ ได้แก่ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 และสำนักงานพัฒนาชุมชน นอกจากนี้ยังมีองค์กรรัฐและเอกชนอื่น ๆ ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านนี้อีกเป็นจำนวนมาก ดังแสดงในตารางที่ 3.24

ตารางที่ 3.23 การได้มาซึ่งเครื่องมือและอุปกรณ์

หน่วย : คำตอบ

การได้มาซึ่งเทคโนโลยี	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ซื้อด้วยทุนตนเอง	9 *(27.27)*	3 *(16.67)*	2 *(16.67)*	3 *(33.33)*	2 *(50.00)*	19 *(25.00)*
ประดิษฐ์/ดัดแปลงขึ้นเอง	7 *(21.21)*	3 *(16.67)*	3 *(25.00)*	2 *(22.22)*	1 *(25.00)*	16 *(21.05)*
ได้รับการช่วยเหลือแบบให้เปล่า	6 *(18.18)*	5 *(27.78)*	2 *(16.67)*	2 *(22.22)*	-	15 *(19.74)*
ภูมิปัญญาดั้งเดิม	5 *(15.15)*	5 *(27.78)*	2 *(16.67)*	-	-	12 *(15.79)*
ซื้อด้วยเงินกู้ยืม	3 *(9.09)*	1 *(5.56)*	1 *(8.33)*	1 *(11.11)*	-	6 *(7.89)*
สั่งทำด้วยทุนตนเอง	3 *(9.09)*	1 *(5.56)*	2 *(16.67)*	1 *(11.11)*	1 *(25.00)*	8 *(10.53)*
รวม	33 *(100.00)*	18 *(100.00)*	12 *(100.00)*	9 *(100.00)*	4 *(100.00)*	76 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

: ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนคำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 3.24 องค์กรให้ความช่วยเหลือด้านเทคโนโลยี

หน่วย : คำตอบ

องค์กรให้ความช่วยเหลือด้านเทคโนโลยี	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1	6 *(33.33)*	5 *(33.33)*	2 *(50.00)*	1 *(16.67)*	-	14 *(31.82)*
สำนักงานพัฒนาชุมชน	4 (22.22)	2 *(13.33)*	-	2 (33.33)	-	8 *(18.18)*
สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมจังหวัด	1 *(5.56)*	4 *(26.67)*	-	-	-	5 *(11.36)*
ศูนย์ศึกษาพัฒนาห้วยฮ่องไคร้	1 *(5.56)*	-	-	-	-	1 *(2.27)*
การศึกษานอกโรงเรียน (กศน.)	1 *(5.56)*	1 *(6.67)*	-	2 (33.33)	-	4 *(9.09)*
ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผา จ.ลำปาง	-	-	1 *(25.00)*	-	-	1 *(2.27)*
ธนาคารออมสิน	1 *(5.56)*	-	1 *(25.00)*	1 *(16.67)*	-	3 *(6.82)*
สำนักงานเกษตรอำเภอ	1 *(5.56)*	-	-	-	-	1 *(2.27)*
องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)	1 *(5.56)*	2 *(13.33)*	-	-	-	3 *(6.82)*
สมาคม/มูลนิธิ/องค์กรอิสระ	2 *(5.56)*	1 *(6.67)*	-	1 *(16.67)*	-	4 *(9.09)*
รวม	18*(100.00)*	15*(100.00)*	4*(100.00)*	6*(100.00)*	-	44*(100.00)*

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

: ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนคำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ

3.2.7 สถานที่ผลิต

หน่วยประกอบการส่วนใหญ่ (ร้อยละ 57.5) ใช้พื้นที่ส่วนหนึ่งของที่พักอาศัยเพื่อทำงานหัตถกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานจักสาน ซึ่งช่างจักสานสามารถนั่งทำในบริเวณนอกชานหรือลานบ้านได้อย่างสะดวก ส่วนกระดาษสา ผ้าทอ และเครื่องปั้นดินเผานั้น หน่วยประกอบการได้ต่อเติมโรงเรือนขึ้นบริเวณด้านข้าง หรือด้านหลังของบ้าน ในขณะที่หน่วยประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้ทั้ง 2 ราย มีอาคาร/โรงเรือนผลิตเฉพาะซึ่งแยกต่างหากจากที่อยู่อาศัย เนื่องจากหากทำการผลิตไม้แกะสลัก และของเล่นจากไม้ในบริเวณบ้านเรือน จะก่อให้เกิดเสียงดังรบกวนเพื่อนบ้านข้างเคียง หน่วยประกอบการผลิตผ้าทอครึ่งหนึ่ง (8 ใน 16 ราย) มีอาคาร/โรงเรือนผลิตแยกต่างหากจากที่อยู่อาศัยเช่นกัน เนื่องจากมีกี่ทอผ้าเป็นจำนวนมาก และสมาชิกของกลุ่มฯ เหล่านี้มักมารวมกันทอในโรงเรือน ไม่ได้แยกไปทอตามบ้าน (ตารางที่ 3.25)

ในบรรดาหน่วยประกอบการทั้ง 40 ราย มี 2 ราย ที่ใช้วัดเป็นสถานที่ผลิต ซึ่งได้แก่ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่โป่ง ซึ่งผลิตผ้าทอ และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกระดาษใยสับปะรด

ตารางที่ 3.25 ลักษณะสถานที่ผลิต

หน่วย : ราย

ลักษณะสถานที่ผลิต	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
สถานที่พักอาศัย	7 *(43.75)*	9 *(75.00)*	3 *(75.00)*	4 *(66.67)*	-	23 *(57.50)*
อาคาร/โรงเรือนผลิตเฉพาะ	5 *(31.25)*	1 *(8.33)*	1 *(25.00)*	1 *(16.67)*	2 *(100.00)*	10 *(25.00)*
ที่สาธารณะประโยชน์	-	-	-	1 *(16.67)*	-	1 *(2.50)*
อาคาร/โรงเรือนผลิตเฉพาะ และสถานที่พักอาศัย	3 *(18.75)*	2 *(16.67)*	-	-	-	5 *(12.50)*
สถานที่พักอาศัย และที่สาธารณะประโยชน์	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
รวม	16*(100.00)*	12*(100.00)*	4*(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40*(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

3.2.8 ความช่วยเหลือด้านการผลิต

ความช่วยเหลือด้านการผลิตโดยส่วนใหญ่ที่หน่วยประกอบการได้รับนั้น เป็นความช่วยเหลือด้านความรู้เกี่ยวกับการผลิตโดยผ่านการฝึกอบรม/ให้ความรู้ และด้านเงินกู้ยืม/เงินทุนเพื่อการผลิต (ร้อยละ 31.87 และ 24.18 ตามลำดับ) นอกจากนี้ยังมีการให้ความสนับสนุนอุปกรณ์การผลิต โรงเรือน/สถานที่ผลิตและจำหน่าย การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ และการสนับสนุนทุนจัดตั้งกลุ่ม (ตารางที่ 3.26)

กลุ่มฯ ที่ได้รับการสนับสนุนด้านเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตจากรัฐส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 41.18) นำเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ได้ไว้ที่บ้านของผู้นำ ซึ่งกลุ่มฯ ใช้เป็นสถานที่ผลิต กลุ่มฯ ดังกล่าวเป็นกลุ่มผลิตเครื่องจักสาน (5 ราย) และกลุ่มทอผ้า (2 ราย) ซึ่ง 5 ใน 7 รายนี้ เป็นกลุ่มชุมชน

ตารางที่ 3.26 ความช่วยเหลือด้านการผลิตที่ได้รับ

หน่วย : คำตอบ

ความช่วยเหลือ	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ไม่ได้รับความช่วยเหลือ	-	1 *(3.33)*	-	-	1 *(33.33)*	2 *(2.20)*
การฝึกอบรม/ให้ความรู้ด้านการผลิต	12 *(27.27)*	9 *(30.00)*	3 *(50.00)*	4 *(50.00)*	1 *(33.33)*	29 *(31.87)*
เงินกู้ยืม/เงินทุนเพื่อการผลิต	10 *(22.73)*	8 *(26.67)*	1 *(16.67)*	3 *(37.50)*	-	22 *(24.18)*
การสนับสนุนอุปกรณ์การผลิต	8 *(18.18)*	5 *(3.33)*	2 *(33.33)*	1 *(12.50)*	1 *(33.33)*	17 *(18.68)*
โรงเรือน/สถานที่ผลิตและจำหน่าย	5 *(11.36)*	4 *(13.33)*	-	-	-	9 *(9.89)*
การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ	5 *(11.36)*	2 *(6.67)*	-	-	-	7 *(7.69)*
การสนับสนุนทุนจัดตั้งกลุ่ม	4 *(9.09)*	1 *(3.33)*	-	-	-	5 *(5.49)*
รวม	44 *(100.00)*	30 *(100.00)*	6 *(100.00)*	8 *(100.00)*	3 *(100.00)*	91 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

: ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนคำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ

องค์กรที่ให้ความช่วยเหลือด้านการผลิตแก่หน่วยประกอบการ ประกอบด้วยทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้องค์กรสำคัญที่ให้ความช่วยเหลือในด้านการผลิต ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชน ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 และองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) นอกจากนี้ยังมีอีกหลายหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือในด้านดังกล่าว ดังปรากฏในตารางที่ 3.27 แสดงว่าโดยเฉลี่ยแล้วหน่วยผลิตหนึ่งๆ ที่อยู่ในรูปกลุ่มจะได้รับความช่วยเหลือจาก 3-4 หน่วยงานที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3.27 แหล่งให้ความช่วยเหลือด้านการผลิต

หน่วย : คำตอบ

แหล่งให้ความช่วยเหลือ	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
สำนักงานพัฒนาชุมชน	8 *(15.09)*	7 *(14.89)*	-	4 *(23.53)*	-	19 *(15.32)*
ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1	10 *(18.87)*	6 *(12.77)*	2 *(33.33)*	1 *(5.88)*	-	19 *(15.32)*
องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)	4 *(7.54)*	6 *(12.77)*	-	3 *(17.65)*	1 *(100)*	14 *(11.29)*
ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน (กศน.)	3 *(5.66)*	4 *(8.51)*	-	2 *(11.76)*	-	9 *(7.26)*
สมาคม/มูลนิธิ/องค์กรอิสระ	3 *(5.66)*	4 *(8.51)*	-	2 *(11.76)*	-	9 *(7.26)*
สำนักงานเกษตรอำเภอ	4 *(7.54)*	3 *(6.38)*	-	-	-	7 *(5.64)*
ธนาคารออมสิน	2 *(3.77)*	2 *(4.26)*	-	1 *(5.88)*	-	5 *(4.03)*
สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมจังหวัด	1 *(1.89)*	4 *(8.51)*	-	-	-	5 *(4.03)*
กรมประชาสงเคราะห์	2 *(3.77)*	2 *(4.26)*	-	1 *(5.88)*	-	5 *(4.03)*
สำนักงานจังหวัด	1 *(1.89)*	3 *(6.38)*	-	-	-	4 *(3.22)*
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	2 *(3.77)*	1 *(2.13)*	-	-	-	3 *(2.42)*

ตารางที่ 3.27 **(ต่อ)**

หน่วย : คำตอบ

แหล่งให้ความช่วยเหลือ	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
สำนักงานส่งเสริมการลงทุน	3 *(5.66)*	-	-	-	-	3 *(2.42)*
สำนักงานแรงงานจังหวัด	1 *(1.89)*	1 *(2.13)*	-	1 *(5.88)*	-	3 *(2.42)*
ศูนย์ส่งเสริมเครื่องเคลือบดินเผา จ.ลำปาง	-	-	2 *(33.33)*	-	-	2 *(1.61)*
สหกรณ์นิคม	1 *(1.89)*	1 *(2.13)*	-	-	-	2 *(1.61)*
ศูนย์ศึกษาพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ในพระราช	2 *(3.77)*	-	-	-	-	2 *(1.61)*
ดำริ	1 *(1.89)*	2 *(4.26)*	-	-	-	3 *(2.42)*
กองทุนหมู่บ้าน	1 *(1.89)*	-	1 *(16.67)*	-	-	2 *(1.61)*
กลุ่มออมทรัพย์ในหมู่บ้าน	1 *(1.89)*	-	1 *(16.67)*	-	-	2 *(1.61)*
เพื่อน/เพื่อนบ้าน	3 *(5.66)*	1 *(2.13)*	-	2 *(11.76)*	-	6 *(4.84)*
อื่น ๆ						
รวม	53 *(100.00)*	47 *(100.00)*	6 *(100.00)*	17 *(100.00)*	1 *(100.00)*	124*(100.00)*

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

: ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนคำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ

3.2.9 ปัญหาและความต้องการด้านการผลิต

หน่วยประกอบการหัตถกรรมประสบปัญหาด้านการผลิตหลายประการด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาคุณภาพสินค้าไม่สม่ำเสมอและสมาชิกขาดทักษะฝีมือ บางหน่วยประกอบการมีปัญหากำลังการผลิตไม่เพียงพอ การขาดแคลนแรงงานในบางช่วง และการขาดแคลนเครื่องจักรอุปกรณ์การผลิต (ตารางที่ 3.28) นอกจากนี้เส้นฝ้าย ไม้ไผ่ ผักตบชวา ปอสา และดินเหนียว ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตผ้าทอ เครื่องจักสาน กระดาษสา และเครื่องปั้นดินเผา มีแนวโน้มว่าจะขาดแคลนและมีราคาสูงขึ้นในอนาคต ปัญหาเหล่านี้เริ่มเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเพิ่มศักยภาพการผลิตของหน่วยประกอบการ ซึ่งควรได้รับความสนใจและนำไปสู่การแก้ไขอย่างเร่งด่วนและจริงจังเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของภาคเหนือตอนบนในการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้าน

ตารางที่ 3.28 **ปัญหาและอุปสรรคด้านการผลิต**

หน่วย : คำตอบ

ปัญหาและอุปสรรค	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
คุณภาพสินค้าไม่สม่ำเสมอ	9 *(16.67)*	8 *(15.69)*	3 *(20.00)*	2 *(9.52)*	1 *(25.00)*	23 *(15.86)*
สมาชิกขาดทักษะฝีมือ	9 *(16.67)*	6 *(11.76)*	3 *(20.00)*	-	-	18 *(12.41)*
กำลังการผลิตไม่เพียงพอ	6 *(11.11)*	7 *(13.73)*	2 *(13.33)*	2 *(9.52)*	-	17 *(11.72)*
ขาดแรงงานในบางช่วง	8 *(14.81)*	5 *(9.80)*	1 *(6.67)*	2 *(9.52)*	-	16 *(11.03)*
ขาดแคลนเครื่องจักรอุปกรณ์การผลิต	3 *(5.56)*	5 *(9.80)*	3 *(20.00)*	3 *(14.28)*	1 *(25.00)*	15 *(10.34)*

ตารางที่ 3.28 **(ต่อ)**

หน่วย : คำตอบ

ปัญหาและอุปสรรค	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
สัตว์รบกวน	-	1 *(1.96)*	-	-	-	1 *(0.69)*
ชุมชนแหล่งวัตถุดิบไม่ยินยอมให้ตัดไม้	-	2 *(3.92)*	-	-	-	2 *(1.38)*
การเก็บรักษาวัตถุดิบในฤดูฝน	1 *(1.85)*	5 *(9.80)*	-	3 *(14.28)*	-	9 *(6.21)*
สมาชิกขาดความสนใจพัฒนาผลิตภัณฑ์	3 *(5.56)*	4 *(7.84)*	1 *(6.67)*	-	-	8 *(5.52)*
วัตถุดิบมีแนวโน้มขาดแคลน	2 *(3.70)*	5 *(9.80)*	-	2 *(9.52)*	-	9 *(6.21)*
ขาดการวางแผนการผลิตที่ชัดเจนและสอดคล้องกับสถานการณ์วัตถุดิบ	3 *(5.56)*	3 *(5.88)*	-	-	-	6 *(4.14)*
ราคาวัตถุดิบมีแนวโน้มสูงขึ้น	5 *(9.26)*	-	1 *(6.67)*	3 *(14.28)*	-	9 *(6.21)*
ขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนเพื่อนำไปซื้อปัจจัยการผลิต	1 *(1.85)*	-	-	-	1 *(25.00)*	2 *(1.38)*
ผลิตภัณฑ์ถูกลอกเลียนแบบ	2 *(3.70)*	-	-	-	-	2 *(1.38)*
สุขภาพและผลกระทบจากสิ่งแวดล้อม	1 *(1.85)*	-	-	2 *(9.52)*	-	3 *(2.06)*
สถานที่ผลิตไม่เหมาะสม	1 *(1.85)*	-	-	1 *(4.76)*	1 *(25.00)*	3 *(2.06)*
ขาดผู้สืบทอดในการผลิต	-	-	1 *(6.67)*	1 *(4.76)*	-	2 *(1.38)*
รวม	54*(100.00)*	51*(100.00)*	15*(100.00)*	21 *(100.00)*	4 *(100.00)*	145*(100.00)*

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

: ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนคำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ

3.2.10 **ความต้องการความช่วยเหลือด้านการผลิต**

หน่วยประกอบการส่วนใหญ่ (ร้อยละ 67.5 ของจำนวนตัวอย่าง) ต้องการการฝึกอบรม/ให้ความรู้ด้านการผลิต เนื่องมาจากประสบปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่สม่ำเสมอและสมาชิกขาดทักษะฝีมือ อีกทั้งต้องการเครื่องมือ/เครื่องจักรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และต้องการขยายกำลังการผลิต นอกจากนี้ยังมีความต้องการด้านการผลิตอีกหลายประการซึ่งปรากฏดังตารางที่ 3.29

ตารางที่ 3.29 ความต้องการความช่วยเหลือด้านการผลิต

หน่วย : คำตอบ

ความต้องการด้านการผลิต	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ฝึกอบรม/ให้ความรู้ด้านการผลิต	14 *(35.90)*	6 *(25.00)*	3 *(27.27)*	3 *(23.08)*	1 *(33.33)*	27 *(30.00)*
เครื่องมือ/เครื่องจักรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต	7 *(17.95)*	7 *(29.17)*	3 *(27.27)*	4 *(30.77)*	1 *(33.33)*	22 *(24.44)*
ขยายกำลังการผลิต	7 *(17.95)*	3 *(12.50)*	1 *(9.09)*	2 *(15.38)*	1 *(33.33)*	14 *(15.56)*
ขยายโรงเรือนเก็บผลิตภัณฑ์	3 *(7.69)*	4 *(16.67)*	2 *(18.18)*	-	-	9 *(10.00)*
กระตุ้น/จูงใจให้สมาชิกพัฒนาผลิตภัณฑ์	6 *(15.38)*	1 *(4.17)*	1 *(9.09)*	1 *(7.69)*	-	9 *(10.00)*
สร้างร้านค้า/ศูนย์จำหน่าย	1 *(2.56)*	2 *(8.33)*	1 *(9.09)*	-	-	4 *(4.44)*
ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งวัตถุดิบราคาถูก	-	-	-	3 *(23.08)*	-	3 *(3.33)*
ใบอนุญาตตัดไม้ถูกกฎหมาย	-	1 *(4.17)*	-	-	-	1 *(1.11)*
จดลิขสิทธิ์สินค้าเพื่อป้องกันการถูกลอกเลียนแบบ	1 *(2.56)*	-	-	-	-	1 *(1.11)*
รวม	39*(100.00)*	24*(100.00)*	11*(100.00)*	13*(100.00)*	3*(100.00)*	90*(100.00)*

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

: ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนคำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ

3.3 การบริหารการตลาด

3.3.1 การบริหารการตลาด

หน่วยประกอบการรายเดี่ยวและมูลนิธิ บริหารการตลาดโดยผู้นำทำหน้าที่หาตลาด รับคำสั่งซื้อและส่งมอบสินค้า ซึ่งวิธีการดังกล่าวเป็นวิธีที่นิยมใช้ในกลุ่มชุมชนและกลุ่มประยุกต์เช่นกัน (ตารางที่ 3.30) ซึ่งโดยรวมแล้วผู้นำเป็นผู้บริหารการตลาดเองถึงร้อยละ 72 ของจำนวนตัวอย่าง ทั้งนี้ผู้นำของหน่วยประกอบการเหล่านี้ มักเป็นบุคคลที่มีความกว้างขวางในสังคมและมีความสามารถด้านการตลาดมากกว่าบุคคลอื่นในองค์กร

กลุ่มชุมชนและกลุ่มประยุกต์บางกลุ่ม บริหารการตลาดโดยมีกรรมการซื้อขายทำหน้าที่หาตลาด รับคำสั่งซื้อ กระจายคำสั่งซื้อให้สมาชิก รับซื้อจากสมาชิก แล้วนำส่งยอดเงินร้อยละ 10 จากยอดขายให้กรรมการฝ่ายเก็บเงิน ส่วนกลุ่มที่รวมกันเพื่อการผลิต หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกันด้านกฎหมายนั้น สมาชิกแต่ละรายจะบริหารการตลาดด้วยตนเอง

3.3.2 แผนการตลาดในอนาคต

หน่วยประกอบการรายเดี่ยวและมูลนิธิทั้ง 6 ราย มีการวางแผนการตลาด ส่วนกลุ่มชุมชนและกลุ่มประยุกต์นั้นมีเพียง 4 ใน 34 ราย เท่านั้นที่ไม่มีการวางแผนการตลาด แผนการตลาดของหน่วยประกอบการเป็นเพียงเป้าหมายคร่าว ๆ ที่คาดว่าจะทำในอนาคตเท่านั้น มิใช่การวางแผนอย่างละเอียดและมีแบบแผน

แผนการตลาดของกลุ่มชุมชนมีความหลากหลายกว่าหน่วยประกอบการประเภทอื่น ๆ แผนการตลาดส่วนใหญ่เน้นด้านการขยายตลาด เช่น เพิ่มการออกร้านมากขึ้น และขยายตลาดต่างจังหวัด เป็นต้น (ตารางที่ 3.31) หน่วยประกอบการที่เน้นการขยายตลาดในอนาคตนั้น เกือบทั้งหมดวางแผนที่จะขยายตลาดภายในประเทศ มีเพียงกลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาษสาบ้านฮ่องกอกที่ต้องการเปิดตัวสู่ตลาดต่างประเทศ และกิจการจักสานไม้ไผ่ ถวัลย์ สมธรรม ซึ่งมุ่งจะเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์เองโดยไม่ผ่านคนกลาง

นอกจากการขยายตลาดแล้ว แผนการตลาดในอนาคตที่หน่วยประกอบการให้ความสนใจในอันดับต้น ๆ ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการบริหารสินค้าคงคลังให้เพียงพอกับคำสั่งซื้อ ซึ่งการอบรมเพิ่มทักษะความรู้ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริหารสินค้าคงคลังให้แก่หน่วยประกอบการ นับเป็นสิ่งจำเป็นต่อการบรรลุแผนที่ได้วางไว้

ตารางที่ 3.30 วิธีการบริหารการตลาด

หน่วย : ราย

วิธีการบริหารการตลาด	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
รายเดี่ยว						
ผู้นำหาตลาด รับคำสั่งซื้อ และส่งมอบสินค้า	2 *(12.50)*	1 *(8.33)*	1 *(25.00)*	1 *(16.67)*	-	5 *(12.5)*
กลุ่มชุมชน						
1. ผู้นำหาตลาด รับคำสั่งซื้อ และส่งมอบสินค้า	7 *(43.75)*	6 *(50.00)*	-	2 *(33.33)*	1 *(50)*	16 *(40.00)*
2. กรรมการซื้อขายหาตลาด รับคำสั่งซื้อ และกระจายคำสั่งซื้อให้สมาชิก รับซื้อจากสมาชิก แล้วนำส่งยอดเงินร้อยละ 10 จากยอดขายให้กรรมการฝ่ายเก็บเงิน	-	3 *(24.99)*	-	1 *(16.67)*	-	4 *(10.00)*
3. สมาชิกแต่ละรายบริหารการตลาดเอง	1 *(6.25)*	1 *(8.33)*	-	-	-	2 *(5.00)*
กลุ่มประยุกต์						
1. ผู้นำหาตลาด รับคำสั่งซื้อ และส่งมอบสินค้า	4 *(25.00)*	1 *(8.33)*	1 *(25.00)*	2 *(33.33)*	-	8 *(20.00)*
2. กรรมการซื้อขายหาตลาด รับคำสั่งซื้อ และกระจายคำสั่งซื้อให้สมาชิก รับซื้อจากสมาชิก แล้วนำส่งยอดเงินร้อยละ 10 จากยอดขายให้กรรมการฝ่ายเก็บเงิน	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
3. สมาชิกแต่ละรายบริหารการตลาดเอง	-	-	1 (25.00)	-	1 *(50)*	2 *(5.00)*
1 และ 3	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
มูลนิธิ						
ผู้นำหาตลาด รับคำสั่งซื้อ และส่งมอบสินค้า	-	-	1 (25.00)	-	-	1 *(2.50)*
รวม	16*(100.00)*	12*(100.00)*	4*(100.00)*	6*(100.00)*	2*(100.00)*	40*(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ค่าร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 3.31 **แผนการตลาดในอนาคต**

หน่วย : คำตอบ

แผนการตลาด	ลักษณะการประกอบการ				รวม
	กลุ่มชุมชน	กลุ่มประยุกต์	รายเดี่ยว	มูลนิธิฯ	
มีการวางแผน					
บริหารสินค้าคงคลังให้เพียงพอกับคำสั่งซื้อ	4 *(9.76)*	5 *(26.32)*	1 *(20.00)*	-	10 *(15.15)*
จัดทำตราสินค้า	1 *(2.44)*	-	-	-	1 *(1.52)*
เพิ่มการออกร้านมากขึ้น	9 *(21.95)*	3 *(15.79)*	1 *(20.00)*	-	13 *(19.70)*
สร้างศูนย์จำหน่ายและแสดงสินค้า	2 *(4.88)*	-	-	-	2 *(3.03)*
ขายฝากกับร้านในตัวเมืองและกลุ่มเครือข่าย	3 *(7.32)*	1 *(5.26)*	-	-	4 *(6.06)*
ขยายตลาดไปยังต่างจังหวัด	5 *(12.20)*	-	-	-	5 *(7.58)*
เน้นการขายให้กับพ่อค้าคนกลาง	1 *(2.44)*	-	-	-	1 *(1.52)*
เน้นการขายส่ง	-	-	1 *(20.00)*	-	1 *(1.52)*
เน้นการขายให้หน่วยงานราชการ	2 *(4.88)*	1 *(5.26)*	-	-	3 *(4.55)*
สร้างบุคลากรด้านการตลาด	-	1 *(5.26)*	-	-	1 *(1.52)*
พัฒนาผลิตภัณฑ์	6 *(14.63)*	4 *(21.05)*	-	1 *(100.00)*	11 *(16.67)*
เพิ่มการขายปลีกมากขึ้น	1 *(2.44)*	-	-	-	1 (1.52)
ขยายไปสู่ตลาดส่งออก ส่งออกมากขึ้น	-	1 *(5.26)*	1 *(20.00)*	-	2 (3.03)
เพิ่มยอดขาย	1 *(2.44)*	-	1 *(20.00)*	-	2 (3.03)
เพิ่มการขายที่ศูนย์จำหน่ายมากขึ้น	2 *(4.88)*	1 *(5.26)*	-	-	3 (4.55)
ไม่ระบุ	1 *(2.44)*	1 *(5.26)*	-	-	2 (3.03)
ไม่มีการวางแผน	3 *(7.32)*	1 *(5.26)*	-	-	4 (6.06)
รวม	41 *(100.00)*	19 *(100.00)*	5 *(100.00)*	1 *(100.00)*	66 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ค่าร้อยละของจำนวนคำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ

3.3.3 ผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์

จากความต้องการของลูกค้า การคิดค้นเอง และการได้รับการอบรม/ส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นเหตุให้หน่วยประกอบการทั้ง 40 ราย มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ตารางที่ 3.32) โดยสิ่งที่หน่วยประกอบการคำนึงถึง 3 ประการ ได้แก่ รูปแบบผลิตภัณฑ์ ลวดลายของผลิตภัณฑ์ และวัตถุดิบที่ใช้ (ตารางที่ 3.33) ทั้งนี้จะสังเกตเห็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจนในผลิตภัณฑ์กระดาษสาฯ ทั้งด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น การแปรรูปกระดาษสาเป็นการ์ดอวยพร ดอกไม้ เชือก อัลบั้มรูป กรอบรูป สมุดบันทึก ของชำร่วย ฯลฯ และการนำวัตถุดิบต่าง ๆ มาตกแต่งผลิตภัณฑ์ เช่น เมล็ดธัญพืช กลีบดอกไม้ และใบไม้ เป็นต้น

เครื่องจักสานฯ ได้มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายเช่นกัน เช่น โคมไฟ กระเช้า และกระเป๋าหลากหลายรูปแบบ เป็นต้น อีกทั้งยังมีการนำวัตถุดิบจากธรรมชาติอื่น ๆ นอกเหนือจากไม้ไผ่ และ

ผักตบชวา มาใช้ในการจักสาน เช่น ใบลาน ใบจาก ทางมะพร้าว และหวาย เป็นต้น สำหรับผ้าทอนั้นผู้ผลิตหลายรายเน้นการย้อมสีธรรมชาติและการนำผ้าผืนมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป และของใช้ต่าง ๆ มากขึ้น ส่วนเครื่องปั้นฯ มีการปรับปรุงเฉพาะรูปแบบผลิตภัณฑ์และลวดลายเท่านั้น ส่วนวัตถุดิบที่ใช้ยังคงเดิม เนื่องจากผู้ผลิตแต่ละรายมีสูตรดินโดยเฉพาะอยู่แล้ว

แม้ทุกรายจะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบหลากหลายขึ้น แต่ผลิตภัณฑ์ยังคงมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตรายอื่น ๆ ในตลาด และหน่วยประกอบการตัวอย่างเกินกว่าครึ่ง (23 ใน 40 ราย) ยังคงต้องการการอบรมเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ (ตารางที่ 3.45) ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นว่าระดับการพัฒนาเท่าที่ผ่านมายังไม่เป็นที่พอใจและถูกใจผู้ซื้อ

ตารางที่ 3.32 สาเหตุของการพัฒนาผลิตภัณฑ์

หน่วย : ราย

สาเหตุการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
รายเดี่ยว						
ลูกค้าต้องการ	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
คิดค้นเองและลูกค้าต้องการ	1 *(6.25)*	-	1 *(25.00)*	1 *(16.67)*	-	3 *(7.50)*
คิดค้นเอง ลูกค้าต้องการ และอบรม/ส่งเสริม	-	1 *(8.33)*	-	-	-	*1 (2.50)*
กลุ่มชุมชน						
ลูกค้าต้องการ	-	3 *(37.50)*	-	-	-	3 *(7.50)*
อบรม/ส่งเสริม	-	1 *(8.33)*	-	-	-	1 *(2.50)*
คิดค้นเองและลูกค้าต้องการ	2 *(12.50)*	1 *(8.33)*	-	1 *(16.67)*	1 *(33.33)*	6 *(15.00)*
คิดค้นเอง ลูกค้าต้องการ และอบรม/ส่งเสริม	5 *(31.25)*	3 *(37.50)*	-	2 *(33.33)*	-	9 *(22.50)*
คิดค้นเองและอบรม/ส่งเสริม	-	1 *(8.33)*	-	-	-	1 *(2.50)*
ลูกค้าต้องการและอบรม/ส่งเสริม	1 *(6.25)*	1 *(8.33)*	-	-	-	2 *(5.00)*
กลุ่มประยุกต์						
คิดค้นเอง	-	-	-	-	1 *(33.33)*	1 *(2.50)*
ลูกค้าต้องการ	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
คิดค้นเองและลูกค้าต้องการ	1 *(6.25)*	1 *(8.33)*	-	2 *(33.33)*	-	4 *(10.00)*
คิดค้นเอง ลูกค้าต้องการ และอบรม/ส่งเสริม	4 *(25.00)*	-	2 *(50.00)*	-	-	6 *(15.00)*
มูลนิธิ						
คิดค้นเองและลูกค้าต้องการ	-	-	1 *(25.00)*	-	1 *(33.33)*	1 *(2.50)*
รวม	16 *(100.00)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ค่าร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 3.33 วิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์

หน่วย : ราย

วิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
รายเดี่ยว						
ปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์และลวดลาย	2 *(12.50)*	-	1 *(25.00)*	-	-	3 *(7.50)*
ประยุกต์ใช้วัตถุดิบในการผลิต และปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์และลวดลาย	-	1 *(8.33)*	-	1 *(16.67)*	-	2 *(5.00)*
กลุ่มชุมชน						
ปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์และลวดลาย	3 *(18.75)*	6 *(50.00)*	-	-	-	9 *(22.50)*
ประยุกต์ใช้วัตถุดิบในการผลิต และปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์และลวดลาย	5 *(31.25)*	4 *(33.33)*	-	3 *(50.00)*	1 *(50.00)*	13 *(32.50)*
กลุ่มประยุกต์						
ปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์และลวดลาย	2 *(12.50)*	-	2 *(50.00)*	-	1 *(50.00)*	5 *(12.50)*
ประยุกต์ใช้วัตถุดิบในการผลิต และปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์และลวดลาย	4 *(25.00)*	1 *(8.33)*	-	2 *(33.33)*	-	7 *(17.50)*
มูลนิธิ						
ปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์และลวดลาย	-	-	1 *(25.00)*	-	-	1 *(2.50)*
รวม	16 *(100.00)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ค่าร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

บรรจุภัณฑ์และฉลาก

หน่วยประกอบการส่วนใหญ่มักซื้อบรรจุภัณฑ์ตามท้องตลาด ซึ่งบรรจุภัณฑ์หลักเป็นถุงพลาสติกและกล่อง/ลังกระดาษธรรมดาทั่ว ๆ ไป (ตารางที่ 3.34) และบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวมักใช้เพื่อความปลอดภัยของสินค้าระหว่างการขนส่งเท่านั้น มิได้เน้นความสวยงาม หรือการเพิ่มมูลค่าสินค้าแต่อย่างใด ส่วนหน่วยประกอบการที่สั่งทำบรรจุภัณฑ์เฉพาะเพื่อใส่ผลิตภัณฑ์ขายให้แก่ลูกค้าปลีกและขายในงานออกร้านนั้นมีน้อยมาก และปรากฏในผลิตภัณฑ์กระดาษสาฯ และผ้าทอฯ เท่านั้น

บรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ไม่มีการปิดฉลาก หรือใบโฆษณา เนื่องจากเน้นเพื่อประโยชน์ในการขนส่งมากกว่าเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ หรือเพื่อการประชาสัมพันธ์ อย่างไรก็ตาม ยังมีการปิดฉลากหรือแนบใบโฆษณาลงในบรรจุภัณฑ์ประเภทถุงพลาสติก กล่อง/ลังกระดาษ และถุงกระดาษอยู่บ้างในผลิตภัณฑ์กระดาษสาฯ และผ้าทอฯ (ตารางที่ 3.35)

ตารางที่ 3.34 ชนิดบรรจุภัณฑ์ที่ใช้

หน่วย : คำตอบ

ชนิดบรรจุภัณฑ์ที่ใช้	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ไม่มีบรรจุภัณฑ์	4 *(20.00)*	4 *(26.67)*	1 *(16.67)*	-	-	9 *(17.31)*
ซื้อทั่วไป						
ถุงพลาสติก	5 *(25.00)*	7 *(46.67)*	3 *(50.00)*	5 *(55.55)*	-	20 *(38.46)*
กล่อง/ลังกระดาษ/กระดาษลูกฟูก	3 *(15.00)*	3 (20.00)	2 *(33.33)*	3 *(33.33)*	-	11 *(21.15)*
กระสอบฟาง	2 *(10.00)*	1 *(6.67)*	-	-	-	3 *(5.77)*
พลาสติกใสและกล่องกำมะหยี่	-	-	-	-	1 *(50.00)*	1 *(1.92)*
ถุงพลาสติก กระดาษหนังสือพิมพ์ และเชือกฟาง	-	-	-	-	1 *(50.00)*	1 *(1.92)*
สั่งทำเฉพาะ						
ถุงพลาสติก	2 *(10.00)*	-	-	-	-	2 *(3.84)*
กล่อง/ลังกระดาษ/กระดาษลูกฟูก	1 *(5.00)*	-	-	1 *(11.11)*	-	2 *(3.84)*
ถุงพลาสติกและถุงกระดาษ	1 *(5.00)*	-	-	-	-	1 *(1.92)*
ถุงกระดาษ	1 *(5.00)*	-	-	-	-	1 *(1.92)*
ซื้อทั่วไปและสั่งทำเฉพาะ						
ถุงพลาสติก	1 *(5.00)*	-	-	-	-	1 *(1.92)*
รวม	20*(100.00)*	15*(100.00)*	6*(100.00)*	9*(100.00)*	2*(100.00)*	52*(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ค่าร้อยละของจำนวนคำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 3.35 ฉลาก / ใบโฆษณา

หน่วย : คำตอบ

มี/ไม่มี ฉลากหรือใบโฆษณา	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ไม่ใช้บรรจุภัณฑ์						
ไม่มี	4 *(20.00)*	4 *(26.67)*	1 *(16.67)*	-	-	9 *(17.31)*
ถุงพลาสติก						
ไม่มี	5 *(25.00)*	7 *(46.67)*	3 *(50.00)*	2 *(22.22)*	-	17 *(32.69)*
มี	3 *(15.00)*	-	-	3 *(33.33)*	-	6 *(11.54)*
กล่อง/ลังกระดาษ/กระดาษลูกฟูก						
ไม่มี	3 *(15.00)*	3 *(20.00)*	2 *(33.33)*	2 *(22.22)*	-	10 *(19.23)*
มี	1 *(5.00)*	-	-	2 *(22.22)*	-	3 *(5.77)*
กระสอบฟาง						
ไม่มี	2 *(10.00)*	1 *(6.67)*	-	-	-	3 *(5.77)*
พลาสติกใสและกล่องกำมะหยี่						
ไม่มีข้อมูล	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 3.35 **(ต่อ)**

มี/ไม่มี ฉลากหรือใบโฆษณา	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ถุงพลาสติก กระดาษหนังสือพิมพ์ และเชือกฟาง	-	-	-	-	1 *(50.00)*	1 *(1.92)*
ไม่มี						
ถุงพลาสติกสั่งทำและถุงกระดาษ	-	-	-	-	1 *(50.00)*	1 *(1.92)*
ไม่มี						
ถุงกระดาษ	1 *(5.00)*	-	-	-	-	1 *(1.92)*
มี						
	1 *(5.00)*	-	-	-	-	1 *(1.92)*
รวม	*20(100.00)*	15 *(100.00)*	6 *(100.00)*	9 *(100.00)*	*2 (100.00)*	*52 (100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ค่าร้อยละของจำนวนคำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ

3.3.4 ราคา

การกำหนดราคา

หน่วยประกอบการส่วนใหญ่ (ร้อยละ 67.5) เป็นผู้กำหนดราคาขายเอง (ตารางที่ 3.36) ส่วนการกำหนดราคาโดยผู้ซื้อนั้นมีอยู่บ้างในกลุ่มฯ ผลิตเครื่องจักสานฯ และผ้าทอฯ

อย่างไรก็ตาม ในการกำหนดราคาของหน่วยประกอบการนั้นมี 2 วิธีด้วยกัน ได้แก่ 1) บวกกำไรเพิ่มจากต้นทุนค่าวัตถุดิบและค่าแรงงานที่จ่ายจริง (บวกเพิ่มจากราคารับซื้อจากสมาชิก) โดยไม่ให้สูงกว่าราคาตลาด และ 2) กำหนดตามราคาตลาด (ตารางที่ 3.37) ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นผู้ตามตลาด (price taker) ของผู้ผลิต ทั้งนี้เนื่องจากสินค้าของผู้ผลิตไม่มีเอกลักษณ์/ไม่โดดเด่นเหนือคู่แข่งขัน ดังนั้นผู้ผลิตจึงเกรงว่าหากตั้งราคาสูงกว่าราคาตลาดแล้ว ผู้ซื้อจะหันไปซื้อสินค้าจากคู่แข่งขัน

จากราคาที่ผู้ผลิตได้กำหนดไว้ในเบื้องต้น ผู้ผลิตและผู้ซื้อยังสามารถต่อรองราคากันได้ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วผู้ผลิตยังคงเป็นผู้กำหนดราคาขายขั้นสุดท้าย (ตารางที่ 3.38) ในกรณีที่ผู้ซื้อกำหนดราคาเบื้องต้น หรือผู้ซื้อและผู้ขายกำหนดราคาเบื้องต้นร่วมกันนั้น ผู้ผลิตบางรายไม่สามารถต่อรองราคาได้อีก ในขณะที่หากมีการต่อรองราคากันได้ ผู้ซื้อมักเป็นผู้กำหนดราคาขั้นสุดท้าย

เมื่อพิจารณาการกำหนดราคาของหน่วยประกอบการ พบว่าบางรายยังตั้งราคาไม่สอดคล้องกับคุณภาพและต้นทุน ตัวอย่างเช่น กลุ่มทอผ้าบ้านเฮี้ย อ.ปัว จ.น่าน ได้นำ “ลายก่าน” อันเป็นลวดลายดั้งเดิมของชนเผ่าไทลื้อ ซึ่งมีกรรมวิธีการทำที่ยากและซับซ้อน ตั้งแต่การมัดย้อมเส้นด้าย การจัดเรียงเส้นด้ายหลังการมัดย้อม และการทอ แต่กลุ่มฯ ได้ตั้งราคาขายเท่ากันกับผ้าลายน้ำไหล คือ 450 บาทต่อผืน (ผ้าถุง) ซึ่งจากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญทางด้านผ้าทอ พบว่าราคาที่เหมาะสมควรสูงกว่า 1,000 บาทต่อผืน

กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านโป่งเทวี กลุ่มจักสานบ้านชบา และกลุ่มจักสานบ้านลานตาเกลี้ยง เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งของกลุ่มฯ ที่ตั้งราคาไม่สอดคล้องกับต้นทุน กล่าวคือ กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านโป่งเทวี ตั้งราคาโดยประมาณต้นทุนค่าวัตถุดิบและค่าแรงงานเฉพาะที่จ่ายจริง แล้วบวกกำไรอีกร้อยละ 3 ถึง 10 ขึ้นอยู่กับชนิดของผลิตภัณฑ์ ส่วนกลุ่มจักสานบ้านชบาและกลุ่มจักสานบ้านลานตาเกลี้ยงตั้งราคาโดยบวกกำไรอีกร้อยละ 10 เข้าไปกับต้นทุนค่ารับซื้อผลิตภัณฑ์จากสมาชิก (ต้นทุนค่าวัตถุดิบและค่าแรงงานสมาชิก) ทั้งนี้กลุ่มฯ ทั้งสามมิได้คิดค่าเสื่อมราคาเครื่องมือ อุปกรณ์ และโรงเรือน รวมทั้งมิได้คำนึงถึงค่าแรงตนเองซึ่งไม่เป็นตัวเงิน จึงทำให้กลุ่มฯ ได้กำไรค่อนข้างต่ำและขาดทุนในผลิตภัณฑ์บางชนิด

ตารางที่ 3.36 ผู้กำหนดราคา

หน่วย : ราย

ผู้กำหนดราคา	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
กลุ่มชุมชน						
ผู้ผลิต	6 *(37.50)*	5 *(41.67)*	-	3 *(50.00)*	1 *(50.00)*	15 *(37.50)*
ผู้ซื้อ	2 *(12.50)*	4 *(33.33)*	-	-	-	6 *(15.00)*
ผู้ผลิตและผู้ซื้อ	1 *(6.25)*	1 *(8.33)*	-	-	-	2 *(5.00)*
กลุ่มประยุกต์						
ผู้ผลิต	3 *(18.75)*	1 *(8.33)*	2 *(50.00)*	1 *(16.67)*	-	7 *(17.50)*
ผู้ซื้อ	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
ผู้ผลิตและผู้ซื้อ	1 *(6.25)*	-	-	1 *(16.67)*	1 *(50.00)*	3 *(7.50)*
มูลนิธิ						
ผู้ผลิต	-	-	1 *(25.00)*	-	-	1 *(2.50)*
รายเดี่ยว						
ผู้ผลิต	1 *(6.25)*	1 *(8.33)*	1 *(25.00)*	1 *(16.67)*	-	4 *(10.00)*
ผู้ผลิตและผู้ซื้อ	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
รวม	16 *(100.00)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ค่าร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 3.37 วิธีการกำหนดราคาของผู้ผลิต

หน่วย : ราย

วิธีกำหนดราคา	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
กลุ่มชุมชน						
1. บวกกำไรเพิ่มจากต้นทุนค่าวัตถุดิบและค่าแรงที่จ่ายจริง (บวกเพิ่มจากราคารับซื้อจากสมาชิก) โดยไม่ให้สูงกว่าราคาตลาด	5 *(50.00)*	4 *(57.14)*	-	2 *(40.00)*	1 *(100.00)*	12*(44.44)*
2. ตามราคาตลาด	1 *(10.00)*	1 *(14.28)*	-	-	-	2 *(7.41)*
1 และ 2	-	-	-	1 *(20.00)*	-	1 *(3.70)*
กลุ่มประยุกต์						
1. บวกกำไรเพิ่มจากต้นทุนค่าวัตถุดิบและค่าแรงที่จ่ายจริง (บวกเพิ่มจากราคารับซื้อจากสมาชิก) โดยไม่ให้สูงกว่าราคาตลาด	3 *(30.00)*	1 *(14.28)*	-	1 *(20.00)*	-	5 *(18.52)*
2. ตามราคาตลาด	-	-	2 *(50.00)*	-	-	2 *(7.41)*
มูลนิธิ						
บวกกำไรเพิ่มจากต้นทุนค่าวัตถุดิบและค่าแรงที่จ่ายจริง (บวกเพิ่มจากราคารับซื้อจากสมาชิก) โดยไม่ให้สูงกว่าราคาตลาด	-	-	1 *(25.00)*	-	-	1 *(3.70)*
รายเดี่ยว						
บวกกำไรเพิ่มจากต้นทุนค่าวัตถุดิบและค่าแรงที่จ่ายจริง (บวกเพิ่มจากราคารับซื้อจากสมาชิก) โดยไม่ให้สูงกว่าราคาตลาด	1 *(10.00)*	1 *(14.28)*	1 *(25.00)*	1 *(20.00)*	-	4 *(14.81)*
รวม	10 *(100.00)*	7*(100.00)*	4 *(100.00)*	5 *(100.00)*	1 *(100.00)*	27*(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ค่าร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 3.38 การต่อรองราคา

หน่วย : ราย

การต่อรองราคา	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ผู้ผลิตกำหนดราคาขั้นแรก						
ต่อรองโดยผู้ขายเป็นผู้กำหนดราคาขั้นสุดท้าย	9 *(56.25)*	5 *(41.67)*	3 *(75)*	4 *(66.67)*	1 *(50)*	22 *(55.0)*
ต่อรองโดยผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดราคาขั้นสุดท้าย	1 *(6.25)*	-	1 *(25)*	1 *(16.67)*	-	3 *(7.5)*
ไม่มีข้อมูล	-	2 *(16.67)*	-	-	-	2 *(5.0)*
ผู้ซื้อกำหนดราคาขั้นแรก						
ต่อรองไม่ได้	1 *(6.25)*	1 *(8.33)*	-	-	-	2 *(5.0)*
ไม่มีการต่อรอง	-	1 *(8.33)*	-	-	-	1 *(2.5)*
ต่อรองโดยผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดราคาขั้นสุดท้าย	2 *(12.50)*	2 *(16.67)*	-	-	-	4 *(10.0)*

ตารางที่ 3.38 **(ต่อ)**

หน่วย : ราย

การต่อรองราคา	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ผู้ผลิตและผู้ซื้อกำหนดราคาขั้นแรก						
ต่อรองโดยผู้ขายเป็นผู้กำหนดราคาขั้นสุดท้าย	-	1 *(8.33)*	-	-	-	1 *(2.50)*
ต่อรองโดยผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดราคาขั้นสุดท้าย	3 *(18.75)*	-	-	1 *(16.67)*	-	4 *(10.00)*
ไม่มีข้อมูล	-	-	-	-	1 *(50.00)*	1 *(2.50)*
รวม	16*(100.00)*	12*(100.00)*	4 *(100)*	6*(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ค่าร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

การเปลี่ยนแปลงราคา

หน่วยประกอบการที่สามารถกำหนดราคาเองได้นั้น ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา (ปี 2542 – 2544) หน่วยประกอบการเหล่านี้ส่วนใหญ่ (17 ใน 27 ราย) ขายสินค้าในระดับราคาที่ไม่เปลี่ยนแปลง (ตารางที่ 3.39) เช่นเดียวกับหน่วยประกอบการที่กำหนดราคาร่วมกันกับผู้ซื้อ ในขณะที่หน่วยประกอบการที่ผู้ซื้อมีอำนาจในการกำหนดราคานั้น ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมาราคาขายสินค้าของหน่วยประกอบการเหล่านี้ 3 ใน 7 ราย มีแนวโน้มลดลง

ตารางที่ 3.39 **การเปลี่ยนแปลงราคาในช่วงระยะ** 3 **ปี (ปี** 2542 – 2544)

หน่วย : ราย

การเปลี่ยนแปลงราคา	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ผู้ผลิตกำหนดราคาขั้นแรก						
ลดลง	2 *(12.50)*	1 *(8.33)*	-	-	1 *(50.00)*	4 *(10.00)*
คงที่	5 *(31.25)*	5 *(41.67)*	3 *(75.00)*	4 *(66.67)*	-	17 *(42.50)*
เพิ่มขึ้น	3 *(18.75)*	-	1 *(25.00)*	1 *(16.67)*	-	5 *(12.50)*
คงที่และเพิ่มขึ้น	-	1 *(8.33)*	-	-	-	1 *(2.50)*
ผู้ซื้อกำหนดราคาขั้นแรก						
ลดลง	2 *(12.50)*	1 *(8.33)*	-	-	-	3 *(7.50)*
คงที่	-	3 *(25.00)*	-	-	-	3 *(7.50)*
คงที่และเพิ่มขึ้น	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
ผู้ผลิตและผู้ซื้อกำหนดราคาขั้นแรก						
คงที่	3 *(18.75)*	-	-	1 *(16.67)*	-	4 *(10.00)*
เพิ่มขึ้น	-	1 *(8.33)*	-	-	-	1 *(2.50)*
คงที่และเพิ่มขึ้น	-	-	-	-	1 *(50.00)*	1 *(2.50)*
รวม	16 *(100.00)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ค่าร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

3.3.5 การจัดจำหน่าย

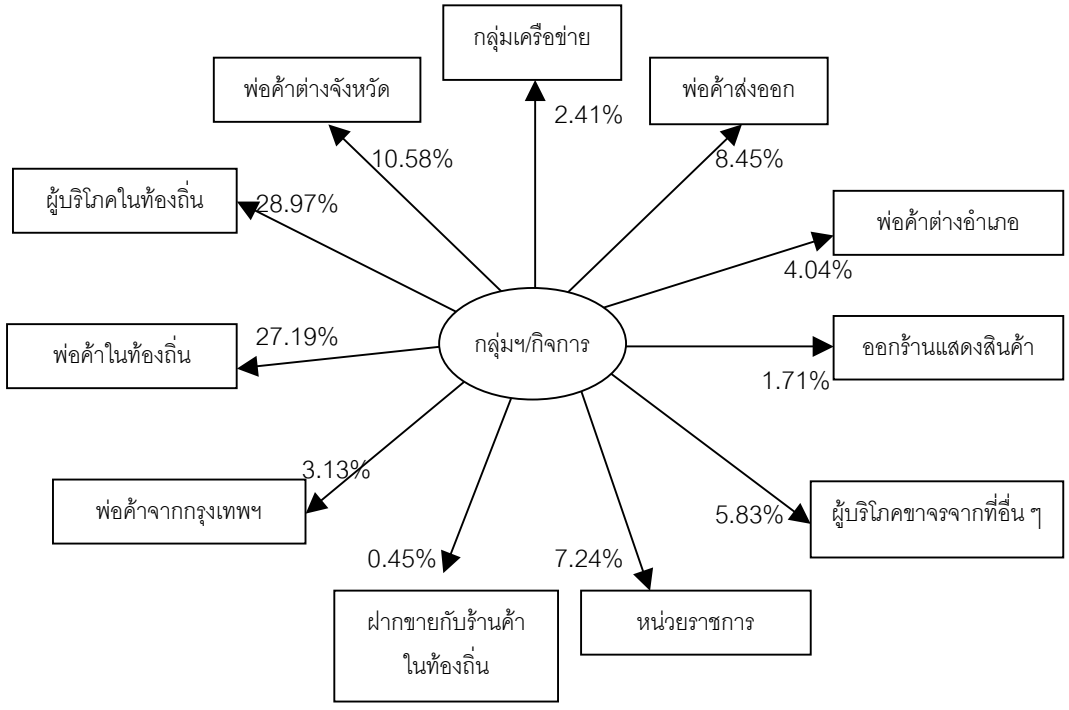
ช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ช่องทางการจัดจำหน่ายหัตถกรรมประเภทผ้าทอฯ

ช่องทางการจัดจำหน่ายหัตถกรรมประเภทผ้าทอฯ ในการศึกษานี้แยกออกเป็น 3 ประเภทย่อย ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอและผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ช่องทางการจัดจำหน่ายตุ๊กตาผ้า และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เย็บปักถักร้อย

ช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอและผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ

ผ้าทอและผลิตภัณฑ์จากผ้าทอที่หน่วยประกอบการทั้งแบบกลุ่มและรายเดี่ยวขายได้ ส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 28.97 ของมูลค่าขายทั้งหมด) ขายให้แก่ผู้บริโภคในท้องถิ่น อีกทั้งยังส่งสินค้าส่วนหนึ่งให้กับพ่อค้าในท้องถิ่น และพ่อค้าต่างจังหวัด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.19 และ 10.58 ของมูลค่าขายทั้งหมด ตามลำดับ (แผนภาพที่ 3.1) นอกจากนี้ยังมีการจำหน่ายให้กับผู้ส่งออก เช่น ร้านแพรวา ซึ่งอยู่ใน จ.เชียงใหม่ และพ่อค้าชาวญี่ปุ่น เป็นต้น ส่วนช่องทางอื่น ๆ ยังมีสัดส่วนน้อย โดยเฉพาะการออกร้านแสดงสินค้า การฝากขายร้านค้าในท้องถิ่น และกลุ่มเครือข่าย

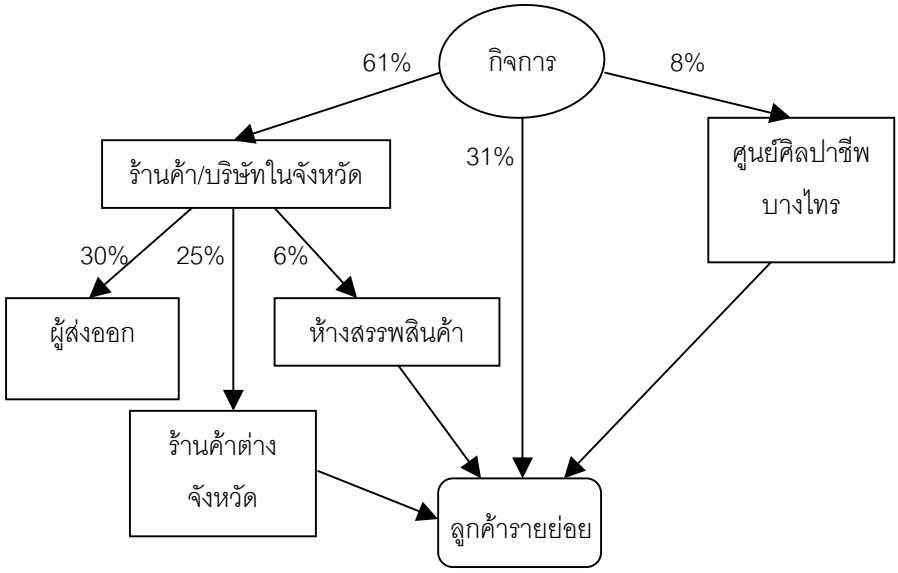


ที่มา : จากการสำรวจ

แผนภาพที่ 3.1 ช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอและผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ

ช่องทางการจัดจำหน่ายตุ๊กตาผ้า

กิจการบ้านตุ๊กตาซึ่งเป็นหน่วยประกอบการผลิตตุ๊กตาเพียงรายเดียวในการศึกษานี้ รับคำสั่งซื้อส่วนใหญ่ (ร้อยละ 61) จากร้านค้า/บริษัทในจังหวัด เช่น บริษัทตันติคอลเลคชั่น จ. เชียงใหม่ เป็นต้น โดยร้านค้า/บริษัทเหล่านี้จะกระจายสินค้าให้กับผู้ส่งออก ร้านค้าต่างจังหวัด และห้างสรรพสินค้าต่างๆ นอกจากนี้กิจการยังขายสินค้าให้กับลูกค้ารายย่อย และศูนย์ศิลปาชีพบางไทร อีกด้วย (แผนภาพที่ 3.2)

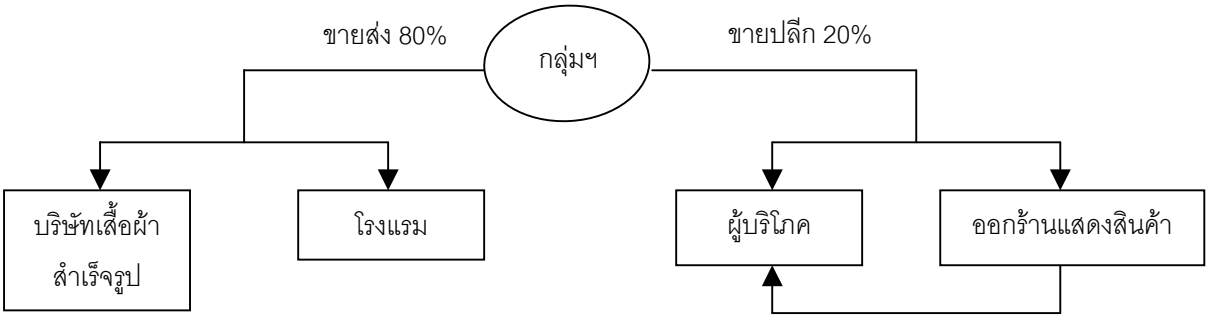


ที่มา : จากการสำรวจ

แผนภาพที่ 3.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายตุ๊กตาผ้า

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เย็บปักถักร้อย

กลุ่มเย็บปักถักร้อยบ้านท่าข้าม ซึ่งเป็นหน่วยประกอบการที่ผลิตผลิตภัณฑ์เย็บปักถักร้อยเพียงรายเดียวในการศึกษานี้ รับคำสั่งซื้อส่วนใหญ่ (ร้อยละ 80) จากโรงแรมใน จ.เชียงใหม่ และบริษัทอีทีซี จำกัด ซึ่งผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป ส่วนอีกร้อยละ 20 เป็นการขายปลีกให้กับผู้บริโภคที่มาเยี่ยมชม ณ สถานประกอบการ และการออกร้านแสดงสินค้า (แผนภาพที่ 3.3)



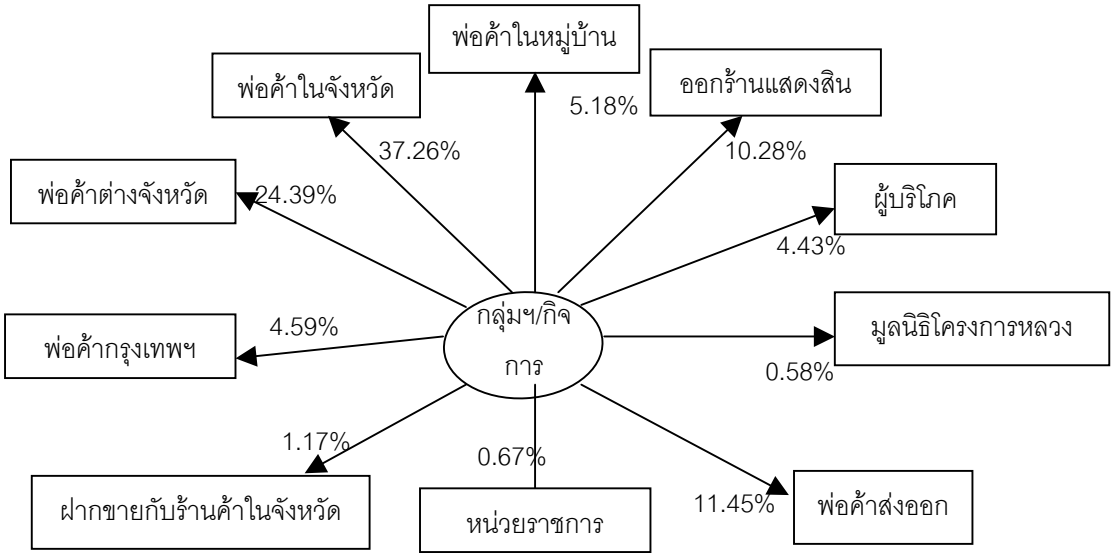
ที่มา : จากการสำรวจ

แผนภาพที่ 3.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เย็บปักถักร้อย

2. ช่องทางการจัดจำหน่ายจักสานฯ

หน่วยประกอบการทั้งรายเดี่ยวและกลุ่ม มีช่องทางการตลาดหลากหลาย ส่วนใหญ่ขายผลิตภัณฑ์ให้กับพ่อค้าในจังหวัด (ร้อยละ 37.26) และพ่อค้าต่างจังหวัด (ร้อยละ 24.39)

ร้อยละ 11.45 ของมูลค่าขายทั้งหมดมาจากการส่งสินค้าให้กับผู้ส่งออก (แผนภาพที่ 3.4) แม้ว่าจะมีหน่วยประกอบการเพียง 4 ราย ได้แก่ กิจการถวัลย์จักสาน กลุ่มจักสานผักตบชวาบ้านบ่อแฮ้ว กลุ่มจักสานผักตบชวาบ้านสันป่าม่วง และกลุ่มจักสานบ้านป่าบงหลวง ที่มีการส่งออก แต่มูลค่าการส่งออกเป็นเกือบครึ่งหนึ่งของมูลค่าขายทั้งหมดของแต่ละราย

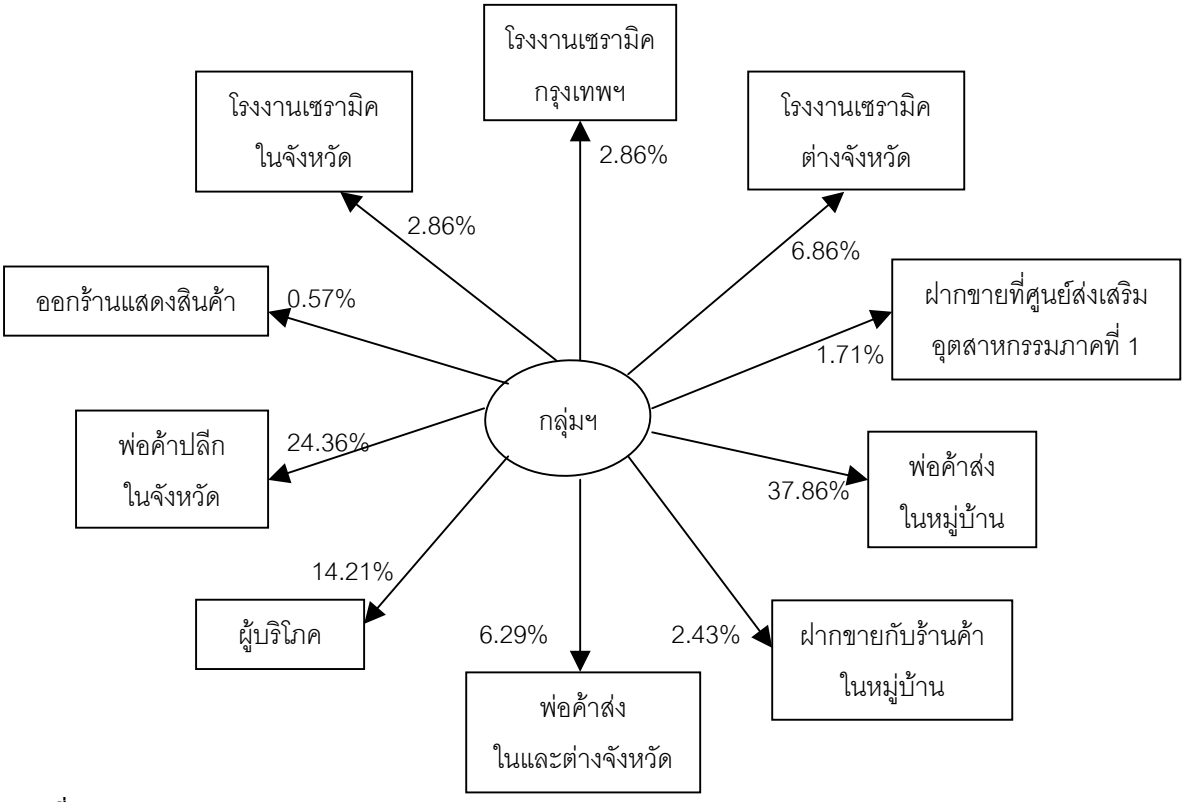


ที่มา : จากการสำรวจ

แผนภาพที่ 3.4 ช่องทางการจัดจำหน่ายจักสานฯ

3. ช่องทางการจัดจำหน่ายเครื่องปั้นฯ

ช่องทางการจัดจำหน่ายเครื่องปั้นฯ ที่สำคัญ ได้แก่ พ่อค้าส่งในหมู่บ้าน (ร้อยละ 37.86) พ่อค้าปลีกในจังหวัด (ร้อยละ 24.36) และผู้บริโภคทั่วไป (ร้อยละ 14.21) นอกจากนี้ยังจำหน่ายให้กับโรงงานเซรามิคทั้งในจังหวัด ต่างจังหวัด และกรุงเทพฯ (รวมร้อยละ 12.58) ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ขั้นกลางซึ่งโรงงานจะนำไปเผาเป็นเซรามิคอีกครั้งหนึ่ง (แผนภาพที่ 3.5) สำหรับการฝากขายที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 การฝากขายที่ร้านค้าในหมู่บ้าน และการออกร้านแสดงสินค้านั้น มีสัดส่วนมูลค่าการขายน้อยมาก ส่วนการจำหน่ายให้กับผู้ส่งออก ยังไม่ปรากฏในตัวอย่างหน่วยประกอบการผลิตเครื่องปั้นฯ ที่ศึกษา

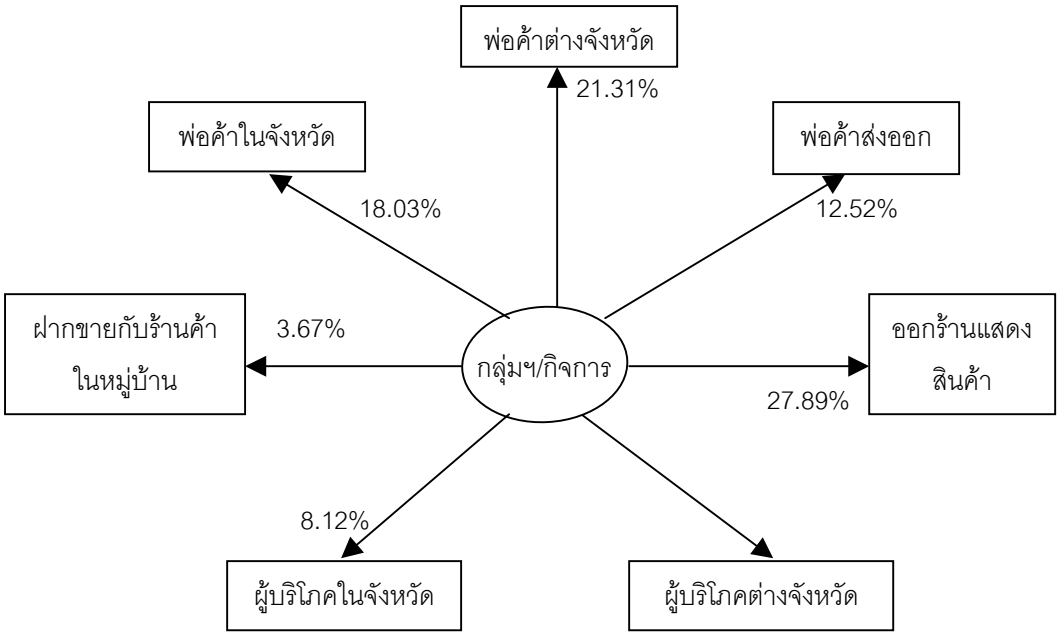


ที่มา : จากการสำรวจ

แผนภาพที่ 3.5 ช่องทางการจัดจำหน่ายเครื่องปั้นฯ

4. ช่องทางการจัดจำหน่ายกระดาษสาฯ

กระดาษสาและผลิตภัณฑ์จากกระดาษสาที่หน่วยประกอบการทั้งแบบกลุ่มและรายเดี่ยวขายได้ ส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 27.89) ขายให้แก่ผู้บริโภคในงานออกร้านแสดงสินค้า อีกทั้งยังขายสินค้าส่วนหนึ่งให้กับพ่อค้าต่างจังหวัด และพ่อค้าในจังหวัด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.31 และ 18.03 ของมูลค่าขายทั้งหมด ตามลำดับ (แผนภาพที่ 3.6) นอกจากนี้ยังมีการจำหน่ายให้กับผู้ส่งออก (ร้อยละ 12.52) ซึ่งหน่วยประกอบการที่มีการส่งออก ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านเยาวชนพัฒนาหัตถกรรมบ้านดงป่าซาง กิจการป้าบัวจันทร์กระดาษสา และกลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาษสาบ้านฮ่องกอก



ที่มา : จากการสำรวจ

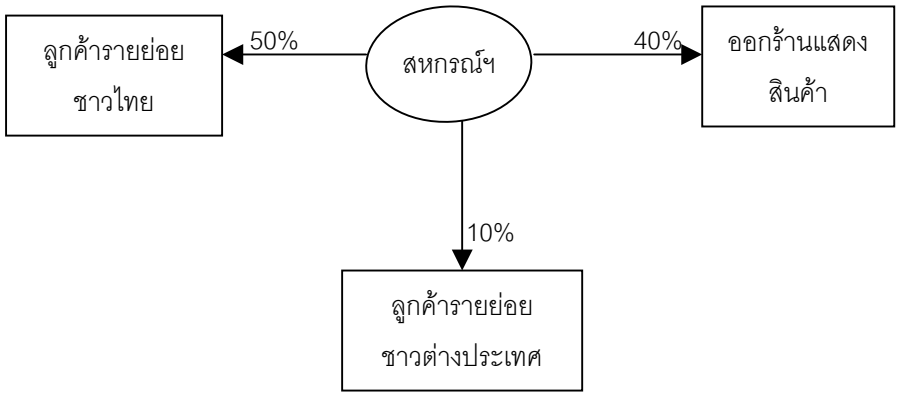
แผนภาพที่ 3.6 ช่องทางการจัดจำหน่ายกระดาษสาฯ

5. ช่องทางการจัดจำหน่ายไม้แกะสลักฯ

ช่องทางการจัดจำหน่ายหัตถกรรมประเภทไม้แกะสลักฯ ในการศึกษานี้แยกออกเป็น 2 ประเภทย่อย ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายไม้แกะสลัก และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของเล่นจากไม้

ช่องทางการจัดจำหน่ายไม้แกะสลัก

สหกรณ์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์ไม้สันป่าตองจำหน่ายไม้แกะสลักให้แก่ลูกค้ารายย่อยชาวไทยเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 50) รองลงมาคือการออกร้านแสดงสินค้า (ร้อยละ 40) ส่วนการจำหน่ายให้แก่ลูกค้ารายย่อยชาวต่างประเทศยังมีสัดส่วนไม่มากนัก (แผนภาพที่ 3.7)

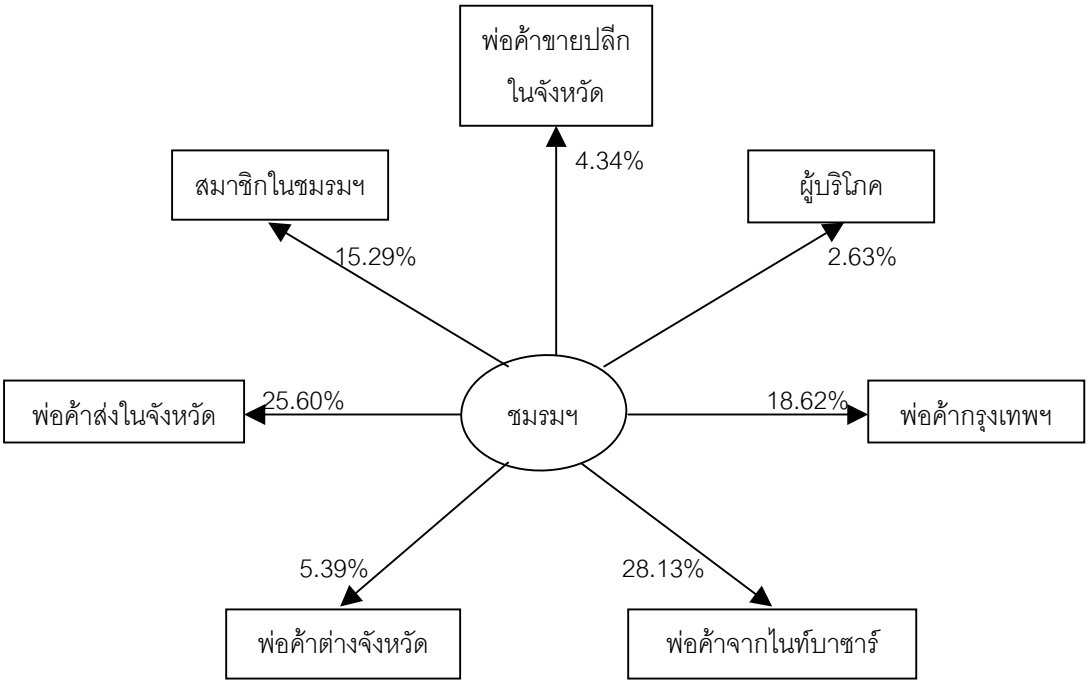


ที่มา : จากการสำรวจ

แผนภาพที่ 3.7 ช่องทางการจัดจำหน่ายไม้แกะสลัก

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของเล่นจากไม้

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของเล่นจากไม้ที่สำคัญ ของชมรมหัตถกรรมพื้นบ้านป่าขาม ได้แก่ การจำหน่ายให้กับพ่อค้าจากไนท์บาซาร์ (ร้อยละ 28.13) พ่อค้าส่งในจังหวัด (ร้อยละ 25.60) และพ่อค้ากรุงเทพฯ (ร้อยละ 18.62) (แผนภาพที่ 3.8)



ที่มา : จากการสำรวจ

แผนภาพที่ 3.8 ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของเล่นจากไม้

ลักษณะการขาย

หน่วยประกอบการทั้งรูปแบบกลุ่ม รายเดี่ยว และมูลนิธิ ส่วนใหญ่ขายสินค้าทั้งแบบปลีกและส่ง (ร้อยละ 80) (ตารางที่ 3.40) หน่วยประกอบการบางราย (4 ใน 40 ราย) ขายปลีกอย่างเดียว ได้แก่ สหกรณ์ไม้แกะสลักสันป่าตอง ซึ่งขายปลีกให้กับลูกค้าที่มาเยี่ยมชมร้านค้าของสหกรณ์ กลุ่มทอผ้าบ้านแม่ป้าก ซึ่งผลิตผ้าตีนจกและวางขายในร้านค้าริมทางให้แก่ผู้ที่เดินทางผ่านไปมา กลุ่มทอผ้าบ้านวังขอนแดง ซึ่งผลิตผ้าข้าวม้าวางขายที่ร้านค้าให้แก่ชาวบ้านในหมู่บ้าน และกลุ่มทอผ้าบ้านดอนหลวง ซึ่งมีศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตั้งอยู่ในหมู่บ้าน

หน่วยประกอบการบางส่วน (4 ใน 40 ราย) ขายส่งเท่านั้น ได้แก่ กิจการบ้านตุ๊กตา กลุ่มจักสานบ้านชบา กลุ่มทอผ้าบ้านสันกอดู่ และกลุ่มทอผ้าบ้านหนองโป่ง สำหรับกิจการบ้านตุ๊กตานั้น รับคำสั่งซื้อจากบริษัทผู้ผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าต่างๆ โดยบริษัทจะเป็นผู้กำหนดรูปแบบของตุ๊กตาและวัสดุที่ใช้ทั้งหมด และห้ามให้กิจการผลิตตุ๊กตาในรูปแบบของบริษัทให้แก่ลูกค้ารายอื่น

กลุ่มจักสานบ้านชบาเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่ขายส่งเพียงอย่างเดียว โดยมีพ่อค้ามาสั่งซื้อและจ่ายเงินมัดจำล่วงหน้า แล้วมารับซื้อเมื่อถึงกำหนดเวลา ในขณะที่กลุ่มทอผ้าบ้านสันกอดู่ ผลิตผ้าทอเป็นม้วนตามคำสั่งซื้อ และส่งขายให้กับกลุ่มทอผ้าบ้านดอนหลวง ซึ่งอยู่ในหมู่บ้านใกล้ ๆ กัน โดยกลุ่มทอผ้าบ้านดอนหลวงจะนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ต่อไป ส่วนกลุ่มทอผ้าบ้านหนองโป่งนั้น ผลิตผ้าทอแบบม้วนตามคำสั่งซื้อและส่งขายให้กับร้านแพรวาซึ่งเป็นคู่ค้ากันมานาน

ตารางที่ 3.40 ลักษณะการขาย

หน่วย : ราย

ลักษณะการขาย	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
รายเดี่ยว						
ขายส่ง	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
ขายปลีกและขายส่ง	1 *(6.25)*	1 *(8.33)*	1 *(25.00)*	1 *(16.67)*	-	4 *(10.00)*
กลุ่มชุมชน						
ขายส่ง	-	1 *(8.33)*	-	-	-	1 *(2.50)*
ขายปลีก	2 *(12.50)*	-	-	-	1 *(50.00)*	3 *(7.50)*
ขายปลีกและขายส่ง	6 *(37.50)*	9 *(75.00)*	-	3 *(50.00)*	-	18 *(45.00)*
กลุ่มประยุกต์						
ขายส่ง	2 *(12.50)*	-	-	-	-	2 *(5.00)*
ขายปลีก	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
ขายปลีกและขายส่ง	3 *(18.75)*	1 *(8.33)*	2 *(50.00)*	2 *(33.33)*	1 *(50.00)*	9 *(22.50)*
มูลนิธิ						
ขายปลีกและขายส่ง	-	-	1 *(25.00)*	-	-	1 *(2.50)*
รวม	16 *(100.00)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.0)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ค่าร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

การรับชำระเงิน

ประมาณครึ่งหนึ่งของหน่วยประกอบการตัวอย่าง (ร้อยละ 52.5) รับชำระเงินจากลูกค้าทั้งแบบเงินสดและเครดิต (ตารางที่ 3.41) เนื่องจากการขายเครดิตเพียงอย่างเดียว มักมีความเสี่ยงสูงในการชำระเงินไม่ตรงตามกำหนดเวลา ทำให้หน่วยประกอบการขาดเงินหมุนเวียนในการผลิตไปส่วนหนึ่ง อย่างไรก็ตาม กลุ่มทอผ้าบ้านหนองโป่ง เป็น 1 ในบรรดา 40 ราย ที่ขายแบบเครดิตเพียงอย่างเดียว เนื่องจากลูกค้าที่ติดต่อค้าขายกันนั้น เป็นลูกค้าประจำที่ติดต่อกันมานานและไว้วางใจซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี

หน่วยประกอบการที่รับชำระเงินเป็นเงินสดเท่านั้นมีอยู่ร้อยละ 22.5 ซึ่ง 4 รายเป็นหน่วยประกอบการที่ขายปลีกเพียงอย่างเดียว

ตารางที่ 3.41 การรับชำระเงิน

หน่วย : ราย

การรับชำระเงิน	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
รายเดี่ยว						
เงินสดและเครดิต	2 *(12.50)*	1 *(8.33)*	1 *(25.00)*	1 *(16.67)*	-	5 *(12.50)*
กลุ่มชุมชน						
เงินสด	2 *(12.50)*	4 *(33.33)*	-	-	1 *(50.00)*	7 *(17.50)*
เงินสดและเครดิต	4 *(25.00)*	5 *(41.67)*	-	1 *(16.67)*	-	10 *(25.00)*
เงินสด เครดิต และขายฝาก	2 *(12.50)*	-	-	2 *(33.33)*	-	4 *(10.00)*
เงินสดและขายฝากโดยคิดส่วนลด	-	1 *(8.33)*	-	-	-	1 *(2.50)*
กลุ่มประยุกต์						
เงินสด	1 *(6.25)*	-	1 *(25.00)*	-	-	2 *(5.00)*
ขายเครดิต	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
เงินสดและเครดิต	2 *(12.50)*	1 *(8.33)*	-	2 *(33.33)*	1 *(50.00)*	6 *(15.00)*
เงินสด เครดิต และขายฝาก	2 *(12.50)*	-	-	-	-	2 *(5.00)*
เงินสดและขายฝากโดยคิดส่วนลด	-	-	1 *(25.00)*	-	-	1 *(2.50)*
มูลนิธิ						
เงินสดและเครดิต	-	-	1 *(25.00)*	-	-	1 *(2.50)*
รวม	16 *(100.00)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ค่าร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

3.3.6 การส่งเสริมการขาย

การรักษาลูกค้าเก่า

หน่วยประกอบการมีวิธีการรักษาลูกค้าเก่าอยู่หลายวิธีด้วยกัน วิธีการที่ใช้กันมากในหัตถกรรมทั้ง 4 ประเภท (ยกเว้นหน่วยประกอบการผลิตไม้แกะสลัก ซึ่งใช้เพียงวิธีเดียว คือ ให้ส่วนลดทางการค้า) ได้แก่ การส่งมอบสินค้าตามกำหนดและครบถ้วน (ร้อยละ 26.04) การให้ส่วนลดทางการค้า (ร้อยละ 19.79) และการให้ลูกค้าต่อรองระยะเวลาการชำระเงินได้ (ร้อยละ 17.71)

สำหรับหน่วยประกอบการผลิตกระดาษสานั้น เน้นการรับคืนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนหากชำรุดเสียหาย หรือไม่ตรงตามคำสั่งซื้อ เพื่อรักษาลูกค้าเก่าด้วย ซึ่งต่างจากหน่วยประกอบการผลิตเครื่องจักสานและผ้าทอ ซึ่งไม่เน้นวิธีการนี้เท่าใดนัก ส่วนหน่วยประกอบการผลิตเครื่องปั้นฯ และไม้แกะสลักฯ ไม่ใช้วิธีการนี้เลย

การรักษาคุณภาพสินค้าเป็นวิธีการรักษาลูกค้าเก่าอีกวิธีหนึ่งที่หน่วยประกอบการผลิตผ้าทอเน้นมาก รองลงมาจากการส่งมอบสินค้าตามกำหนดและครบถ้วน และเน้นวิธีนี้มากกว่าในหน่วยประกอบการที่ผลิตงานหัตถกรรมประเภทอื่น (ตารางที่ 3.42)

ตารางที่ 3.42 การรักษาลูกค้าเก่า

หน่วย : ร้อยละ[1/]

วิธีการรักษาลูกค้าเก่า	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ไม่มี	2.56	-	-	-	-	1.04
มี						
ส่งมอบสินค้าตามกำหนดและครบถ้วน	28.21	30.77	20.00	21.05	-	26.04
รับคืนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนหากชำรุดเสียหาย หรือไม่ตรงตามคำสั่ง	7.69	3.85	-	15.79	-	7.29
ไม่ต้องมัดจำล่วงหน้า	2.56	7.69	10.00	5.26	-	5.21
ให้ส่วนลดทางการค้า	15.38	23.08	30.00	15.79	50.00	19.79
มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	2.56	7.69	10.00	10.53	-	6.25
การรักษาคุณภาพสินค้า	20.51	11.54	10.00	10.53	-	14.58
ลูกค้าต่อรองระยะเวลาการชำระเงินได้	17.95	15.58	20.00	21.05	-	17.71
จัดเตรียมของขวัญให้กับผู้รับสินค้าไปจำหน่าย	2.56	-	-	-	-	1.04
ไม่มีข้อมูล	-	-	-	-	50.00	1.04
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : 1/ ร้อยละของจำนวนคำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ

การแสวงหาลูกค้าใหม่

ในการหาลูกค้าใหม่ วิธีการที่เป็นที่นิยมที่สุดของหน่วยประกอบการทั้งรูปแบบกลุ่ม รายเดี่ยว และมูลนิธิ คือ การออกร้านแสดงสินค้า (ร้อยละ 33.77) เนื่องจากเป็นการประชาสัมพันธ์ทั้งหน่วยประกอบการและสินค้าของหน่วยประกอบการให้ลูกค้าได้รู้จักมากขึ้น และยังเป็นโอกาสอันดีของหน่วยประกอบการที่จะได้รับข้อมูลทางการตลาดเพิ่มเติม ทั้งในด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่วางขายในท้องตลาด ได้รู้จักคู่แข่งขัน และได้รับรู้ถึงความต้องการของผู้บริโภคโดยตรงอีกด้วย นอกจากนี้หน่วยประกอบการ (โดยเฉพาะกลุ่ม) ยังนิยมหาลูกค้าใหม่โดยวิธีการอื่นด้วย เช่น การแจกนามบัตรให้แก่ผู้ที่สนใจ โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ สมาชิกช่วยกันประชาสัมพันธ์ และหน่วยงานรัฐช่วยหาตลาดให้ (ตารางที่ 3.43)

ตารางที่ 3.43 การแสวงหาลูกค้าใหม่

หน่วย : ร้อยละ

วิธีการแสวงหาลูกค้าใหม่	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
กลุ่มชุมชน						
นำตัวอย่างสินค้าไปเสนอขายกับลูกค้าโดยตรง	3.70	9.09	-	5.56	-	5.19
ออกร้านแสดงสินค้า	11.11	40.91	-	11.11	-	18.18
แจกนามบัตรให้แก่ผู้ที่สนใจ	-	22.73	-	5.56	-	7.79
โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซท์	14.81	-	-	5.56	-	6.49
สมาชิกช่วยกันประชาสัมพันธ์	14.81	-	-	5.56	-	6.49
หน่วยงานของรัฐช่วยหาตลาดให้	-	4.55	-	11.11	33.33	5.19
ให้เครดิตทางการค้า	-	-	-	5.56	-	1.30
แถมสินค้าเมื่อซื้อจำนวนมาก	-	-	-	5.56	-	1.30
โฆษณาทางวิทยุ	3.70	-	-	-	-	1.30
กลุ่มประยุกต์						
นำตัวอย่างสินค้าไปเสนอขายกับลูกค้าโดยตรง	7.41	4.55	14.29	-	33.33	6.49
ออกร้านแสดงสินค้า	14.81	4.55	28.57	5.56	-	10.39
แจกนามบัตรให้แก่ผู้ที่สนใจ	11.11	4.55	14.29	5.56	-	7.79
โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซท์	-	-	-	11.11	33.33	3.90
สมาชิกช่วยกันประชาสัมพันธ์	3.70	-	14.29	5.56	-	3.90
หน่วยงานของรัฐช่วยหาตลาดให้	3.70	4.55	-	11.11	-	5.19
มูลนิธิ						
ออกร้านแสดงสินค้า	-	-	14.29	-	-	1.30
รายเดี่ยว						
ออกร้านแสดงสินค้า	3.70	4.55	14.29	-	-	3.90
แจกนามบัตรให้แก่ผู้ที่สนใจ	7.41	-	-	5.56	-	3.90
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : ร้อยละของจำนวนคำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ

3.3.7 ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาด

หน่วยประกอบการหัตถกรรมพื้นบ้านประสบปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดหลายประการด้วยกัน ปัญหาหลักของหน่วยประกอบการ ได้แก่ การขาดอำนาจการต่อรองราคา (ร้อยละ 17.17 ของคำตอบทั้งหมด ซึ่งหมายถึงร้อยละ 42.5 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด) ตลาดแคบ (ร้อยละ 37 ของจำนวนตัวอย่าง) และการขาดบุคลากรเฉพาะด้านการตลาด (ร้อยละ 30 ของจำนวนตัวอย่าง) (ตารางที่ 3.44) จึงเห็นได้ว่า กลุ่มที่มีปัญหาด้านการตลาดนั้นต้องอาศัยความสามารถของบุคลากรด้านการตลาด ซึ่งกลุ่มที่มีความโดดเด่นในเรื่องการตลาดมีค่อนข้างจำกัด

หน่วยประกอบการเพียง 1 ราย คือ กิจการทอผ้าบ้านโอลด์ลูมที่ระบุว่าปัจจุบันตนเองยังไม่มีปัญหาด้านการตลาด เนื่องจากกิจการมีลูกค้าประจำชาวญี่ปุ่น ซึ่งได้ติดต่อทำการค้ากันมานาน และซื้อสินค้าจากกิจการถึงร้อยละ 95 ของมูลค่าขายทั้งหมดของกิจการ กิจการและลูกค้ามีความเชื่อใจซึ่งกันและกันอย่างมาก อย่างไรก็ตามกิจการได้วางแผนการตลาดในอนาคตไว้ว่าจะส่งสินค้าให้กับลูกค้ารายนี้ต่อไป แต่ลดสัดส่วนลงเหลือประมาณ ร้อยละ 80 ของมูลค่าขายทั้งหมด และพยายามติดต่อลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากกิจการเริ่มมองเห็นความเสี่ยงซึ่งอาจเกิดขึ้นได้จากการมีลูกค้าเพียงรายเดียว

ตารางที่ 3.44 ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาด

หน่วย : คำตอบ

ปัญหาและอุปสรรค	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ไม่มีปัญหา	1 *(2.63)*	-	-	-	-	1 *(1.01)*
ขาดอำนาจการต่อรองราคา	6 *(15.79)*	5 *(16.13)*	2 *(16.67)*	3 *(21.43)*	1 *(25.00)*	17 *(17.17)*
ตลาดแคบ	6 *(15.79)*	4 *(12.90)*	3 *(25.00)*	1 *(7.14)*	1 *(25.00)*	15 *(15.15)*
ขาดบุคลากรเฉพาะด้านการตลาด	5 *(13.16)*	4 *(12.90)*	1 *(8.33)*	2 *(14.29)*	-	12 *(12.12)*
ผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย	3 *(7.89)*	4 *(12.90)*	1 *(8.33)*	1 *(7.14)*	-	9 *(9.09)*
สมาชิกขาดความสนใจพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพราะไม่แน่ใจตลาด	4 *(10.53)*	2 *(6.45)*	1 *(8.33)*	1 *(7.14)*	-	8 *(8.08)*
ไม่มีสถานที่/ศูนย์จำหน่าย	3 *(7.89)*	2 *(6.45)*	2 *(16.67)*		-	7 *(7.07)*
ลูกค้าไม่รับซื้อสินค้าตามคำสั่งซื้อ เพราะไม่มีการทำสัญญา	3 *(7.89)*	2 *(6.45)*	-	1 *(7.14)*	-	6 *(6.06)*
การตัดราคาโดยคู่แข่งขัน	3 *(7.89)*	2 *(6.45)*	-	-	1 *(25.00)*	6 *(6.06)*
การคมนาคมและการสื่อสารไม่สะดวก	1 *(2.63)*	3 *(9.68)*	1 *(8.33)*	-	-	5 *(5.05)*
ขาดการประชาสัมพันธ์	-	1 *(3.23)*	1 *(8.33)*	1 *(7.14)*	-	3 *(3.03)*
ปริมาณการสั่งซื้อไม่แน่นอน	1 *(2.63)*	-	-	2 *(14.29)*	-	3 *(3.03)*
ขาดสิ่งจูงใจให้สมาชิกนำผลิตภัณฑ์มาขายให้กลุ่ม	-	2 (6.45)	-	-	-	2 *(2.02)*
สินค้าถูกลอกเลียนแบบ	1 *(2.63)*	-	-	1 *(7.14)*	-	2 *(2.02)*
ขาดผู้ชำนาญการแปรรูปผลิตภัณฑ์	1 *(2.63)*	-	-	-	-	1 *(1.01)*
ขาดข้อมูลข่าวสารงานแสดงสินค้า	-	-	-	1 *(7.14)*	-	1 *(1.01)*
ผลิตภัณฑ์มีขนาดใหญ่ น้ำหนักมาก เป็นอุปสรรคต่อการขนส่ง	-	-	-	-	1 *(25.00)*	1 *(1.01)*
รวม	38 *(100.00)*	31 *(100.00)*	12 *(100.00)*	14 *(100.00)*	4 *(100.00)*	99 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนคำตอบ

.ที่มา : จากการสำรวจ

3.3.8 ความต้องการความช่วยเหลือด้านการตลาด

ความช่วยเหลือด้านการตลาดที่หน่วยประกอบการส่วนใหญ่ต้องการ ได้แก่ การอบรมเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 30.26) ต้องการให้หน่วยงานรัฐหาตลาดให้ (ร้อยละ 28.95) และต้องการจัดตั้งร้านค้าจำหน่ายและสาธิตการผลิต (ร้อยละ 13.16) (ตารางที่ 3.45) ซึ่งสอดคล้องกับสภาพปัญหาด้านการตลาดที่หน่วยประกอบการเผชิญอยู่หลายประการ ไม่ว่าจะเป็นในด้านของช่องทางการตลาด ซึ่งยังไม่กว้างขวาง ผลิตภัณฑ์ยังไม่หลากหลาย สมาชิกขาดความสนใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพราะไม่แน่ใจตลาด และขาดสถานที่/ศูนย์จำหน่าย (ตารางที่ 3.44)

ตารางที่ 3.45 ความต้องการความช่วยเหลือด้านการตลาด

หน่วย : คำตอบ

ความต้องการความช่วยเหลือ	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
ไม่ต้องการ	2 *(7.41)*	-	-	-	-	2 *(2.63)*
การอบรมเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์	10 *(37.04)*	5 *(20.83)*	3 *(30.00)*	4 (40.00)	1 *(20.00)*	23 *(30.26)*
ต้องการให้หน่วยงานรัฐหาตลาดให้	10 *(37.04)*	3 *(12.50)*	4 *(40.00)*	3 (30.00)	2 *(40.00)*	22 *(28.95)*
จัดตั้งร้านค้าจำหน่ายและสาธิตการผลิต	1 *(3.70)*	7 *(29.17)*	2 *(20.00)*	-	-	10 *(13.16)*
ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด	1 *(3.70)*	2 *(8.33)*	-	2 (20.00)	2 *(40.00)*	7 *(9.21)*
เพิ่มระดับราคาผลิตภัณฑ์	1 *(3.70)*	3 *(12.50)*	1 *(10.00)*	-	-	5 *(6.58)*
เงินทุนหมุนเวียนซื้อผลิตภัณฑ์จากสมาชิก	2 *(7.41)*	1 *(4.17)*	-	1 *(10.00)*	-	4 *(5.26)*
ติดตั้งโทรศัพท์บ้าน เพื่อสะดวกในการติดต่อลูกค้า	-	1 *(4.17)*	-	-	-	1 *(1.32)*
ต้องการจดทะเบียนการค้า	-	1 *(4.17)*	-	-	-	1 *(1.32)*
ต้องการเป็นผู้ส่งออกโดยไม่ผ่านคนกลาง	-	1 *(4.17)*	-	-	-	1 *(1.32)*
รวม	27 *(100.00)*	24 *(100.00)*	10 *(100.00)*	10 *(100.00)*	5 *(100.00)*	76 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนคำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ

3.4 การบริหารการเงิน

3.4.1 วิธีการบริหารการเงิน

กลุ่มชุมชนกว่ากึ่งหนึ่ง (14 ใน 22 ราย) บริหารการเงินโดยการหักเปอร์เซ็นต์จากราคารับซื้อผลิตภัณฑ์จากสมาชิกและจากกำไรสุทธิเพื่อใช้เป็นสวัสดิการและเงินทุนหมุนเวียน ในขณะที่กลุ่มประยุกต์มีวิธีการบริหารการเงินหลากหลาย ทั้งโดยการหักเปอร์เซ็นต์จากราคารับซื้อผลิตภัณฑ์จากสมาชิกและจากกำไรสุทธิ การหักเปอร์เซ็นต์จากกำไรสุทธิเพื่อใช้เป็นสวัสดิการ การหักเปอร์เซ็นต์จากกำไรสุทธินำมาใช้เป็นทุนหมุนเวียนในการผลิต การเก็บสะสมรายรับจากการปล่อยกู้ให้สมาชิก และไม่มีการหักเปอร์เซ็นต์เข้ากลุ่ม (ตารางที่ 3.46)

ผู้ประกอบการรายเดี่ยว 3 ใน 5 ราย หักเปอร์เซ็นต์จากกำไรสุทธินำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตค่าใช้จ่ายส่วนตัวและเงินออม ส่วนมูลนิธินั้นบริหารการเงินโดยหักเปอร์เซ็นต์จากกำไรสุทธิเพื่อใช้เป็นสวัสดิการ และนำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการผลิต

3.4.2 การจัดทำบัญชี

กลุ่มชุมชนและกลุ่มประยุกต์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65) มีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย แต่จดบันทึกไม่ครบสมบูรณ์ และมีเพียง 6 ใน 34 ราย ที่มีระบบบัญชีอย่างง่ายและจดบันทึกอย่างครบถ้วน ซึ่งเป็นกลุ่มทอผ้าฯ 3 ราย กลุ่มจักสานฯ 2 ราย และกลุ่มไม้แกะสลักฯ 1 ราย (ตารางที่ 3.47) ทั้ง 5 กลุ่มนี้ เป็นกลุ่มที่ก่อตั้งมานาน 16 – 32 ปี ซึ่ง 2 กลุ่ม มีขนาดปานกลาง (สมาชิกประมาณ 80 – 180 คน) ส่วนผู้ประกอบการรายเดี่ยวและมูลนิธินั้น ไม่มีรายใดที่จดบันทึกบัญชีอย่างครบถ้วนสมบูรณ์

เมื่อพิจารณารายผลิตภัณฑ์พบว่า หน่วยประกอบการผลิตผ้าทอฯ และจักสานฯ ส่วนใหญ่ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 62.5 และ 75 ตามลำดับ และหน่วยประกอบการเครื่องปั้นฯ และกระดาษสาฯ ทั้งหมดจัดทำบัญชีอย่างง่าย แต่จดบันทึกไม่ครบถ้วน

3.4.3 การจัดสรรเงินปันผล

กลุ่มชุมชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63.34) มีการจัดสรรเงินปันผล ณ สิ้นปี ให้แก่สมาชิกตามจำนวนหุ้นที่ถือ ในขณะที่กลุ่มประยุกต์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 66.67) ไม่มีการจัดสรรเงินปันผลให้แก่สมาชิก เนื่องจากกลุ่มประเภทนี้มักมีการกระจายหุ้นไม่ทั่วถึง และบางกลุ่มไม่มีการถือหุ้น กล่าวคือ ประธานหรือผู้นำกลุ่มเป็นผู้ลงทุนเองและจ้างงานสมาชิก (ตารางที่ 3.48)

ตารางที่ 3.46 การบริหารการเงิน

หน่วย : ราย

การบริหารการเงิน	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
กลุ่มชุมชน						
หักเปอร์เซ็นต์จากราคารับซื้อจากสมาชิกและจากกำไรสุทธิเพื่อใช้เป็นสวัสดิการ และเงินทุนหมุนเวียน	6 *(37.50)*	6 *(50.00)*	-	2 *(33.33)*	-	14 *(35.00)*
หักเปอร์เซ็นต์จากกำไรสุทธิเพื่อใช้เป็นสวัสดิการ	-	1 *(8.33)*	-	-	1 *(50.00)*	2 *(5.00)*
หักเปอร์เซ็นต์จากกำไรสุทธินำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการผลิต	1 *(6.25)*	2 *(16.67)*	-	-	-	3 *(7.50)*
ไม่มีการหักเปอร์เซ็นต์เข้ากลุ่ม	-	1 *(8.33)*	-	1 *(16.67)*	-	2 *(5.00)*
ไม่ระบุ	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
กลุ่มประยุกต์						
หักเปอร์เซ็นต์จากราคารับซื้อจากสมาชิกและจากกำไรสุทธิเพื่อใช้เป็นสวัสดิการ และเงินทุนหมุนเวียน	2 *(12.50)*	-	-	1 *(16.67)*	-	3 *(7.50)*
หักเปอร์เซ็นต์จากกำไรสุทธิเพื่อใช้เป็นสวัสดิการ	2 *(12.50)*	-	-	-	-	2 *(5.00)*
หักเปอร์เซ็นต์จากกำไรสุทธินำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการผลิต	1 *(6.25)*	-	-	-	1 *(50.00)*	2 *(5.00)*
เก็บสะสมรายรับจากการปล่อยกู้ให้สมาชิก	-	-	1 *(25.00)*	-	-	1 *(2.50)*
ไม่มีการหักเปอร์เซ็นต์เข้ากลุ่ม	-	1 *(8.33)*	1 *(25.00)*	-	-	2 *(5.00)*
หักเปอร์เซ็นต์จากกำไรสุทธิเพื่อใช้เป็นสวัสดิการและจากรายได้นำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการผลิต	-	-	-	1 *(16.67)*	-	1 *(2.50)*
ไม่ระบุ	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
มูลนิธิ						
หักเปอร์เซ็นต์จากกำไรสุทธิเพื่อใช้เป็น สวัสดิการและนำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการผลิต	-	-	1 *(25.00)*	-	-	1 *(2.50)*
รายเดี่ยว						
หักเปอร์เซ็นต์จากกำไรสุทธินำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการผลิต ค่าใช้จ่ายส่วนตัวและเงินออม	1 *(6.25)*	-	1 *(25.00)*	1 *(16.67)*	-	3 *(7.50)*
ไม่ระบุ	1 *(6.25)*	1 *(8.33)*	-	-	-	2 *(5.00)*
รวม	16 *(100.00)*	12 (100.00)	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ค่าร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 3.47 การจัดทำบัญชี

หน่วย : ราย

การจัดทำบัญชี	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
กลุ่มชุมชน						
ไม่มีการบันทึกบัญชี	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
มีระบบบัญชีอย่างง่าย แต่ข้อมูลไม่ครบถ้วน	5 *(31.25)*	8 *(66.67)*	-	3 *(50.00)*	-	15 *(40.00)*
มีระบบบัญชีอย่างง่ายและข้อมูลครบถ้วน	2 *(12.50)*	2 *(16.67)*	-	-	1 *(50.00)*	5 *(12.50)*
กลุ่มประยุกต์						
ไม่มีการบันทึกบัญชี	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
มีระบบบัญชีอย่างง่าย แต่ข้อมูลไม่ครบถ้วน	4 *(25.00)*	1 *(8.33)*	2 *(50.00)*	2 *(33.33)*	1 *(50.00)*	10 *(25.00)*
มีระบบบัญชีอย่างง่ายและข้อมูลครบถ้วน	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
มูลนิธิ						
มีระบบบัญชีอย่างง่าย แต่ข้อมูลไม่ครบถ้วน	-	-	1 *(25.00)*	-	-	1 *(2.50)*
รายเดี่ยว						
ไม่มีการบันทึกบัญชี	1 *(6.25)*	1 *(8.33)*	-	-	-	2 *(5.00)*
มีระบบบัญชีอย่างง่าย แต่ข้อมูลไม่ครบถ้วน	1 *(6.25)*	-	1 *(25.00)*	1 *(16.67)*	-	3 *(7.50)*
รวม	16 *(100.00)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 3.48 การจัดสรรเงินปันผล

หน่วย : ราย

การจัดสรรเงินปันผล	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
กลุ่มชุมชน						
ไม่มี	3 *(21.43)*	4 *(36.36)*	-	1 *(20.00)*	-	8 *(23.53)*
มี	5 *(35.71)*	6 *(54.55)*	-	2 *(40.00)*	1 *(50.00)*	14 *(41.18)*
กลุ่มประยุกต์						
ไม่มี	4 *(28.57)*	1 *(9.09)*	2 *(100.00)*	-	1 *(50.00)*	8 *(23.53)*
มี	2 *(14.29)*	-	-	2 *(40.00)*	-	4 *(11.76)*
รวม	14 (100.00)	11 *(100.00)*	2 *(100.00)*	5 *(100.00)*	2 *(100.00)*	34 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

3.4.4 สวัสดิการ

เกือบครึ่งหนึ่งของทั้งกลุ่มชุมชนและกลุ่มประยุกต์ไม่มีการจัดสวัสดิการให้แก่สมาชิก ส่วนกลุ่มที่มีสวัสดิการนั้น ส่วนใหญ่เป็นสวัสดิการด้านเงินกู้ยืม (14 ใน 19 ราย) นอกจากนี้ยังมีกลุ่มที่ให้สวัสดิการด้านค่ารักษาพยาบาล และเงินสมทบค่าประกันสังคม (ตารางที่ 3.49) ในขณะที่ผู้ประกอบการรายเดี่ยวนั้น มีเพียง 1 ใน 5 รายที่มีสวัสดิการ โดยเป็นสวัสดิการด้านเงินกู้ยืม ส่วนมูลนิธิฯ มีสวัสดิการด้านเงินสมทบค่าประกันสังคมให้แก่สมาชิก

ทั้งนี้ หน่วยประกอบการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในรูปแบบกลุ่ม ควรมีการจัดสวัสดิการเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่สมาชิก

ตารางที่ 3.49 สวัสดิการ

หน่วย : ราย

สวัสดิการ	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
กลุ่มชุมชน						
ไม่มี	3 *(18.75)*	4 *(33.33)*	-	1 *(16.67)*	1 *(50.00)*	9 *(22.50)*
ค่ารักษาพยาบาล	-	1 *(8.33)*	-	-	-	1 *(2.50)*
เงินกู้ยืม	5 *(31.25)*	4 *(33.33)*	-	2 *(33.33)*	-	11 *(27.50)*
ค่ารักษาพยาบาลและเงินกู้ยืม	-	1 *(8.33)*	-	-	-	1 *(2.50)*
กลุ่มประยุกต์						
ไม่มี	3 *(18.75)*	1 *(8.33)*	1 *(25.00)*	-	1 *(50.00)*	6 *(15.00)*
เงินกู้ยืม	2 *(12.50)*	-	1 *(25.00)*	-	-	3 *(7.50)*
เงินสมทบค่าประกันสังคม	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
ค่ารักษาพยาบาลและเงินกู้ยืม	-	-	-	2 *(33.33)*	-	2 *(5.00)*
รายเดี่ยว						
ไม่มี	2 *(12.50)*	1 *(8.33)*	1 *(25.00)*	-	-	4 *(10.00)*
เงินกู้ยืม	-	-	-	1 *(16.67)*	-	1 *(2.50)*
มูลนิธิ						
เงินสมทบค่าประกันสังคม	-	-	1 *(25.00)*	-	-	1 *(2.50)*
รวม	16 *(100.00)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

3.4.5 การกู้ยืม

เงินลงทุนของหน่วยประกอบการมาจากหลายแหล่งด้วยกัน ได้แก่ การระดมทุนภายใน เงินทุนของผู้นำ/เจ้าของกิจการเอง เงินกู้ยืม และเงินช่วยเหลือให้เปล่า สำหรับการกู้ยืมนั้นปรากฏในหน่วยประกอบการเกินกว่าครึ่ง (ร้อยละ 62.5) ส่วนรายเดี่ยวนั้น 4 ใน 5 ราย มีการกู้ยืม ในขณะที่มูลนิธิฯ ไม่มีการกู้ยืม เนื่องจากได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากสถานปฏิบัติธรรม ซึ่งได้รับเงินบริจาคจากผู้มีจิตศรัทธา (ตารางที่ 3.50)

ตารางที่ 3.50 การกู้ยืม

หน่วย : ราย

การกู้ยืม	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
กลุ่มชุมชน						
ไม่มี	3 *(18.75)*	1 *(8.33)*	-	3 *(50.00)*	1 *(50.00)*	8 *(20.00)*
มี	5 *(31.25)*	9 *(75.00)*	-	-	-	14 *(35.00)*
กลุ่มประยุกต์						
ไม่มี	3 *(18.75)*	-	1 *(25.00)*	1 *(16.67)*	-	5 *(12.50)*
มี	3 *(18.75)*	1 *(8.33)*	1 *(25.00)*	1 *(16.67)*	1 *(50.00)*	7 *(17.50)*
รายเดี่ยว						
ไม่มี	-	-	1 *(25.00)*	-	-	1 *(2.50)*
มี	2 *(12.50)*	1 *(8.33)*	-	1 *(16.67)*	-	4 *(10.00)*
มูลนิธิ						
ไม่มี	-	-	1 *(25.00)*	-	-	1 *(2.50)*
รวม	16 *(100.00)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

3.4.6 แผนการเงิน

หน่วยประกอบการเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 90) กล่าวว่ามีการวางแผนการเงินในด้านใดด้านหนึ่ง ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 5 แผนหลัก ๆ ได้แก่ แผน 1 คือ แผนการจัดหาแหล่งเงินทุนหมุนเวียน การชำระเงินกู้ยืม และการใช้เงินจากการกู้ยืม (หน่วยประกอบการที่ใช้แผนนี้มีร้อยละ 38.5) แผน 2 คือ แผนการจัดสรรกำไรสุทธิเป็น 3 ส่วน คือ เงินปันผลให้สมาชิก เงินให้กู้ยืมแก่สมาชิก และเงินทุนสำรองในกลุ่ม (หน่วยประกอบการที่ใช้แผนนี้มีร้อยละ 27.5) แผน 3 คือ แผนเพิ่มเงินทุนหมุนเวียน และเก็บค่าธรรมเนียมจากการรับสมัครสมาชิกเพิ่ม แผน 4 คือ แผนนำรายได้มาใช้ในการหมุนเวียนเพื่อการผลิตทั้งหมด และแผน 5 คือ แผนหักเปอร์เซ็นต์จากการขายเข้ากลุ่มเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและอบรมสมาชิก (ตารางที่ 3.51) กลุ่มประยุกต์ที่ผลิตกระดาษสาและผลิตภัณฑ์เพียงกลุ่มเดียวเท่านั้นที่มี 2 แผน

ตารางที่ 3.51 แผนการเงิน

หน่วย : ราย

แผนการเงิน	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
กลุ่มชุมชน						
ไม่มี	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
แผน 1	3 *(18.75)*	3 *(25.00)*	-	-	1 *(50.00)*	7 *(17.50)*
แผน 2	3 *(18.75)*	5 *(41.67)*	-	1 *(16.67)*	-	9 *(22.50)*
แผน 4	-	-	-	2 *(33.33)*	-	2 *(5.00)*
แผน 5	-	1 *(8.33)*	-	-	-	1 *(2.50)*
ไม่ระบุแผน	1 *(6.25)*	1 *(8.33)*	-	-	-	2 *(5.00)*
กลุ่มประยุกต์						
ไม่มี						
แผน 1	2 *(12.50)*	-	-	-	-	2 *(5.00)*
แผน 2	1 *(6.25)*	-	1 *(25.00)*	1 *(16.67)*	1 *(50.00)*	4 *(10.00)*
แผน 3	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
แผน 4	1 *(6.25)*	-	-	-	-	1 *(2.50)*
แผน 1 และ 2	1 *(6.25)*	1 *(8.33)*	-	-	-	2 *(5.00)*
ไม่ระบุแผน	-	-	-	1 *(16.67)*	-	1 *(2.50)*
รายเดี่ยว	-	-	1 *(25.00)*	-	-	1 *(2.50)*
ไม่มี						
แผน 1	-	-	-	1 *(16.67)*	-	1 *(2.50)*
แผน 4	2 *(12.50)*	1 *(8.33)*	-	-	-	3 *(7.50)*
มูลนิธิ	-	-	1 *(25.00)*	-	-	1 *(2.50)*
แผน 1						
	-	-	1 *(25.00)*	-	-	1 *(2.50)*
รวม	16 *(100.00)*	12 *(100.00)*	4 *(100.00)*	6 *(100.00)*	2 *(100.00)*	40 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ค่าร้อยละ

แผน 1 คือ แผนการจัดหาแหล่งเงินทุนหมุนเวียน การชำระเงินกู้ยืม และการใช้เงินจากการกู้ยืม

แผน 2 คือ แผนการจัดสรรกำไรสุทธิเป็น 3 ส่วน คือ เงินปันผลให้สมาชิก เงินให้กู้ยืมแก่สมาชิก และเงินทุนสำรองในกลุ่ม

แผน 3 คือ แผนการเพิ่มเงินทุนหมุนเวียน และเก็บค่าธรรมเนียมจากการรับสมาชิกเพิ่ม

แผน 4 คือ แผนการนำรายได้มาใช้ในการหมุนเวียนเพื่อการผลิตทั้งหมด

แผน 5 คือ แผนการหักเปอร์เซ็นต์จากการขายเข้ากลุ่มเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและอบรมสมาชิก

ที่มา : จากการสำรวจ

3.4.7 ปัญหาและอุปสรรคด้านการเงิน

ผลจากการสัมภาษณ์พบว่าปัญหาด้านการเงินที่พบมากในหน่วยประกอบการผลิตสินค้าหัตถกรรมทั้ง 5 ชนิด ได้แก่ เงินทุนหมุนเวียนในการผลิตไม่เพียงพอ และการจัดทำบัญชีไม่ถูกต้องและไม่ครบถ้วน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 36.36 และ 35.06 ตามลำดับ (ตารางที่ 3.52) นอกจากนี้ยังมีปัญหาอื่นๆ ที่พบในหน่วยประกอบการบางราย อาทิ การขาดแคลนเงินทุนเพื่อซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต และเพื่อขยายโรงเรือนและ/หรือสร้างร้านค้า และคณะกรรมการจัดการการเงินไม่ทั่วถึงทุกกิจกรรมย่อยของกลุ่ม เป็นต้น

ตารางที่ 3.52 ปัญหาและอุปสรรคด้านการเงิน

หน่วย : คำตอบ

ปัญหาและอุปสรรคด้านการเงิน	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
เงินทุนหมุนเวียนในการผลิตไม่เพียงพอ	12 *(46.15)*	6 *(24.00)*	4 *(33.33)*	4 *(33.33)*	2 *(100.00)*	28 *(36.36)*
การจัดทำบัญชีไม่ถูกต้องและไม่ครบถ้วน	8 *(30.77)*	9 *(36.00)*	4 *(33.33)*	6 *(50.00)*	-	27 *(35.06)*
ขาดแคลนเงินทุนเพื่อซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต	2 *(7.69)*	4 *(16.00)*	2 *(16.67)*	1 *(8.33)*	-	9 *(11.69)*
ขาดแคลนเงินทุนเพื่อขยายโรงเรือนและ/หรือสร้างร้านค้า	2 *(7.69)*	3 *(12.00)*	2 *(16.67)*	1 *(8.33)*	-	8 *(10.39)*
คณะกรรมการจัดการการเงินไม่ทั่วถึงทุกกิจกรรมย่อย	1 *(3.85)*	2 *(8.00)*	-	-	-	3 *(3.90)*
สมาชิกไม่มีวินัยในการชำระเงินกู้	1 *(3.85)*	1 *(4.00)*	-	-	-	2 *(2.60)*
รวม	26 *(100.00)*	25 *(100.00)*	12 *(100.00)*	12*(100.00)*	2 *(100.00)*	77 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

3.4.8 ความช่วยเหลือด้านการเงินที่ต้องการ

เงินกู้ปลอดดอกเบี้ย/ดอกเบี้ยต่ำ เป็นความช่วยเหลือด้านการเงินที่หน่วยประกอบการส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72.5) ต้องการ โดยมีวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้ที่หลากหลาย ได้แก่ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน เพื่อใช้เป็นเงินทุนขยายการผลิต เพื่อขยายโรงเรือนผลิต เพื่อสร้างร้านค้าและศูนย์สาธิตการผลิต และเพื่อปล่อยกู้ให้แก่สมาชิก ส่วนการฝึกอบรมการจัดทำบัญชีเพื่อเพิ่มพูนความรู้และอาจช่วยลดปัญหาการจัดทำบัญชีไม่ถูกต้องและไม่ครบถ้วนได้นั้นยังมีหน่วยประกอบการให้ความสนใจไม่มากนัก (ตารางที่ 3.53) แสดงให้เห็นว่าหน่วยประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่เห็นความสำคัญของการบันทึกบัญชีซึ่งจะช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการธุรกิจ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรต้องเร่งอบรมชี้แจงให้เห็นความสำคัญต่อไป

ตารางที่ 3.53 ความช่วยเหลือด้านการเงินที่ต้องการ

หน่วย : คำตอบ

ความช่วยเหลือที่ต้องการ	ประเภทผลิตภัณฑ์					
	ผ้าทอฯ	จักสานฯ	เครื่องปั้นฯ	กระดาษสาฯ	ไม้แกะสลักฯ	รวม
เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ						
เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน	12 *(60.00)*	11 *(45.83)*	3 *(33.33)*	3 *(30.00)*	2 *(100.00)*	31 *(47.69)*
เพื่อใช้เป็นเงินทุนขยายการผลิต	3 *(15.00)*	1 *(4.17)*	1 *(11.11)*	4 *(40.00)*	-	9 *(13.85)*
เพื่อใช้ขยายโรงเรือนผลิต	-	4 *(16.67)*	2 *(22.22)*	-	-	6 *(9.23)*
เพื่อสร้างร้านค้าและศูนย์สาธิตการผลิต	-	3 *(12.50)*	1 *(11.11)*	-	-	4 *(6.15)*
เพื่อปล่อยกู้ให้แก่สมาชิก	2 *(10.00)*	1 *(4.17)*	1 *(11.11)*	-	-	4 *(6.15)*
การฝึกอบรมการจัดทำบัญชี	3 *(15.00)*	4 *(16.67)*	1 *(11.11)*	3 *(30.00)*	-	11 *(16.92)*
รวม	20 *(100.00)*	24 *(100.00)*	9 *(100.00)*	10 *(100.00)*	2 *(100.00)*	65 *(100.00)*

หมายเหตุ : ตัวเลขใน ( ) คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ที่มา : จากการสำรวจ

3.5 ผลการวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะสำหรับประเภทผลิตภัณฑ์

บทสรุปต่อไปนี้ได้จากการสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาหัตถกรรมแต่ละประเภท โดยมีการนำเสนอผลการวิเคราะห์ที่เจาะลึกของแต่ละกรณีศึกษาและระดมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการในด้านเทคโนโลยีการผลิต การเงิน และการตลาด

3.5.1 ผ้าทอและผลิตภัณฑ์จากผ้า

ปัญหาและอุปสรรค

- การจัดการองค์กร

1. หน่วยประกอบการไม่มีข้อมูลที่เพียงพอเกี่ยวกับแหล่งให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆ ของภาครัฐ

2. การรวมกลุ่มของผู้ผลิตงานทอผ้าเป็นการรวมกลุ่มเพื่อขอรับความช่วยเหลือด้านเงินทุน ไม่ใช่ด้วยจิตสำนึกของการเป็นกลุ่มเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ผลประโยชน์จึงมักตกอยู่กับบุคคลจำนวนน้อย และเมื่อมีรายได้มากขึ้นมักแยกตัวออกไปเป็นผู้ผลิตงานหัตถกรรมรายเดี่ยว ทำให้การรวมกลุ่มล้มเหลว

- การผลิต

1. แรงงานขาดทักษะฝีมือการทำงานในปัจจุบันยังไม่ละเอียดและไม่เรียบร้อย ซึ่งทำให้ยากต่อการพัฒนาเพื่อทอผ้าแบบอื่นๆ

2. หน่วยประกอบการขาดทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลักษณะเนื้อผ้า และขาดความรู้ในการใช้สี (โทนสี) และลวดลาย

3. สีย้อมผ้าที่หน่วยประกอบการใช้ (สีเคมีบรรจุซอง) มีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ทำให้ยากต่อการควบคุมสี

4. สีย้อมที่มีคุณภาพนั้น ราคาค่อนข้างแพง (ขายเป็นกิโลกรัม) หน่วยประกอบการส่วนใหญ่จึงใช้สีย้อมผ้าที่ไม่ค่อยมีคุณภาพและหน่วยประกอบการบางรายไม่ทราบแหล่งจำหน่ายสีย้อมคุณภาพดี

5. บางท้องถิ่น เช่น บ้านวังขอนแดง ขาดคนรุ่นใหม่ในการสืบทอดการทอผ้า ซึ่งสาเหตุสำคัญ คือ ค่าตอบแทนต่ำไม่จูงใจ

6. การเพิ่มขึ้นของราคาฝ้าย จะกลายเป็นปัญหาในการผลิตของหน่วยประกอบการในอนาคต

- การตลาด

1. รูปแบบผ้าทอขาดความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวจึงไม่สามารถสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าได้ (product differentiation)

2. หน่วยประกอบการ ขาดนักออกแบบ และนักออกแบบมักไม่ใส่ใจการออกแบบสินค้าหัตถกรรมเท่าที่ควร

3. การตั้งราคายังไม่เหมาะสม เช่น กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านเฮี้ย ตั้งราคาผ้าลายก่านเท่ากับลายทั่วๆ ไป ซึ่งต่ำเกินไปสำหรับลานก่านซึ่งเป็นลวดลายดั้งเดิมของจังหวัดน่าน และใช้เวลานานในการทอเมื่อเทียบกับผ้าลายทั่วๆ ไป

4. หน่วยประกอบการยังมีโลกทัศน์ที่ไม่กว้างนักทั้งในด้านการผลิตและการตลาด

- การเงิน

1. ขาดการจดบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบและครบถ้วน

2. ขาดแคลนเงินทุน (หน่วยประกอบการต้องการเงินทุนที่ไม่มีดอกเบี้ยหรืออัตราดอกเบี้ยต่ำโดยเฉพาะกลุ่มฯ ซึ่งมักต้องการเงินทุนให้เปล่า)

- สิ่งแวดล้อม

ปัญหาน้ำเสียอันเกิดจากสีย้อมเป็นปัญหาหลักของบางพื้นที่ เช่น ในอำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน ไม่สามารถใช้น้ำบาดาลในการอุปโภค บริโภคได้ และบางพื้นที่ใน อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ น้ำเสียค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากมีการปล่อยน้ำเสียลงในแม่น้ำแม่กลาง

ข้อเสนอแนะ

- การจัดการองค์กร

1. หน่วยประกอบการรายเดี่ยว ควรได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐมากขึ้น เพราะเป็นธุรกิจที่ช่วยสร้างงานให้กับท้องถิ่น

2. ควรสร้างจิตสำนึกในการรวมกลุ่มเป็นองค์กรในชุมชน เพราะนอกเหนือจากการรวมกันเพื่อการผลิตและการขายแล้ว การรวมกลุ่มยังช่วยสร้างอำนาจต่อรองให้เกิดความเข้มแข็งให้แก่กลุ่ม

- การผลิต

1. หน่วยประกอบการควรมีการบำบัดน้ำเสียที่เกิดจากขั้นตอนการฟอกย้อม

2. ควรมีหน่วยประกอบการที่รับย้อมสี โดยใช้สีที่มีคุณภาพแล้วกระจายฝ้ายย้อมที่มีคุณภาพสม่ำเสมอให้กับกลุ่มฯทอผ้าต่างๆ เนื่องจากการจ้างผู้ผลิตที่มีความชำนาญในการย้อมและมีระบบการจัดการบำบัดน้ำเสียที่ดีพร้อมอยู่แล้ว จะทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีกว่าหน่วยประกอบการทำเองโดยไม่มีความชำนาญ และยังช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อม ลดต้นทุนการผลิตของหน่วยประกอบการ และลดต้นทุนทางสังคมด้วย

3. ควรสร้างจิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ผลิต และให้ตระหนักถึงประโยชน์ของระบบบำบัดน้ำเสีย ทั้งนี้ระบบบำบัดน้ำเสียต้องสะดวกต่อการใช้งานของชาวบ้านด้วย

4. หน่วยประกอบการที่ต้องการขอรับการฝึกอบรมด้านการผลิตจากหน่วยงานรัฐ ควรเสนอโครงการไปยังหน่วยงานที่ต้องการให้เข้าไปช่วยเหลือโดยระบุความต้องการอย่างชัดเจน

5. หน่วยประกอบการควรสร้างสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น (หมู่บ้าน) แสดงถึงเอกลักษณ์ทางศิลปะและสะท้อนถึงวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น เพื่อเพิ่มความสามารถการแข่งขันในตลาด และหากเอกลักษณ์นั้นตรงกับความต้องการของตลาด จะเป็นการได้เปรียบของกิจการ

6. การพัฒนาฝีมือแรงงานและคุณภาพการทออาจทำได้โดย การแบ่งระดับคุณภาพของแรงงานตามประสบการณ์ และจ่ายค่าจ้างตามคุณภาพแรงงาน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาฝีมือของแรงงาน และควรมีการแบ่งระดับคุณภาพผ้าทอในระดับชุมชน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาคุณภาพผ้าทอและเอื้อประโยชน์ต่อการตั้งราคาให้แตกต่างกันตามระดับคุณภาพ

7. ศูนย์แสดงสินค้าของหน่วยประกอบการ ควรมีการพัฒนาเพิ่มบทบาทของหน่วยประกอบการในการสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนมากขึ้น โดยปรับรูปแบบเป็นศูนย์ถ่ายทอดความรู้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีการผลิต และให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งผลิตผ้าทอคุณภาพดี

- การตลาด

1.ในกรณีที่หน่วยประกอบการรับผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อ หน่วยประกอบการควรตั้งเงื่อนไขปริมาณสั่งซื้อขั้นต่ำต่อครั้ง เพื่อป้องกันความเสี่ยงในกรณีที่ผลิตสินค้าออกมามาก แต่คู่ค้ารับซื้อสินค้าในปริมาณที่น้อยมากและไม่สามารถนำสินค้าคงคลังไปเสนอลูกค้ารายอื่นได้ เนื่องจากสินค้านั้นๆ มีรูปแบบเฉพาะตามที่คู่ค้านำชิ้นงานตัวอย่างมาให้เป็นแม่แบบในการผลิต

2. หน่วยประกอบการควรได้รับการพัฒนา อบรมความรู้ด้านการออกแบบและการให้สี (โทนสี)

3. อบต. ควรเข้ามามีบทบาทในการแก้ปัญหาเรื่องการตัดราคา เนื่องจากคุณภาพสินค้าของผู้ผลิตแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน แต่กลุ่มที่ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมีต้นทุนต่อหน่วยสูงกว่า กลับขายได้ในราคาไม่ต่างกับกลุ่มที่ผลิตไม่ได้คุณภาพ ทั้งนี้การแก้ปัญหาควรเริ่มจากภายในตำบลเดียวกัน แล้วขยายในวงกว้างขึ้น และควรจัดให้มีเวทีเสวนาเกี่ยวกับปัญหาการตัดราคา โดยเชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มธุรกิจชุมชน

4. ผู้นำกลุ่มฯ ควรติดตามสถานการณ์ตลาดและการออกแบบอยู่เสมอ

5. ควรจัดอบรมด้านการตลาด เช่น วิธีการหาตลาดและวิธีการตั้งราคา ให้แก่หน่วยประกอบการ

6. วิทยาลัยการอาชีพควรเข้ามามีส่วนช่วยในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ลายผ้า ฯลฯ ซึ่งเป็นการสร้างกระแสความสนใจของเยาวชนให้เข้ามาร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

7. การขยายตลาดผ้าจกไปสู่ตลาดระดับบน ต้องพัฒนาคุณภาพให้ดีขึ้น เนื่องจากปัจจุบัน ผ้าจกของบางกลุ่มยังมีคุณภาพไม่ดี การเก็บริมผ้าไม่เรียบร้อย และใช้การยกทอไม่ใช่จก

8. ผลิตภัณฑ์เย็บปักถักร้อย ควรมีการพัฒนาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และใช้วัตถุดิบเส้นด้ายที่มีรูปแบบแปลกตา ซึ่งจะทำให้สามารถขยายตลาดไปสู่บริษัทผลิตเสื้อผ้าชั้นนำได้

9. หน่วยประกอบการควรใช้ยุทธศาสตร์การตลาดเชิงรุก เพื่อให้สามารถวางแผนการผลิต (production plan) ได้

10. ควรเปิดโลกทัศน์ของหน่วยประกอบการให้กว้างขึ้น ทั้งด้านการผลิตและการตลาด เพื่อให้ทราบถึงระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของตน เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาด ได้เห็นถึงผลิตภัณฑ์รูปแบบแปลกใหม่ ทำให้เกิดการพัฒนาการผลิตอย่างเต็มที่ และเพื่อเป็นการขยายช่องทางการจำหน่ายให้กว้างขึ้น

- การเงิน

1. หน่วยประกอบการควรมีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบและครบถ้วน เพื่อใช้เป็นข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการวางแผนการผลิตและการตลาด

2. ควรมีการฝึกอบรมด้านการบริหารการเงินและการจัดการทำบัญชีให้แก่หน่วยประกอบการ

- การส่งเสริมของรัฐ

1. ความช่วยเหลือของรัฐกระจุกตัวและมุ่งไปยังกลุ่มที่เข้มแข็งแล้ว การให้การส่งเสริม / สนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ควรลงไปในพื้นที่ที่ประชาชนยังไม่ค่อยมีงานทำและขาดการส่งเสริม เพื่อไม่ให้ความช่วยเหลือกระจุกตัวอยู่เฉพาะในพื้นที่ที่ได้รับความช่วยเหลือมากอยู่แล้ว หรือในพื้นที่ที่มีอาชีพ / การผลิตที่ดีอยู่แล้ว

2. การส่งเสริม / สนับสนุนหน่วยประกอบการ จากหน่วยงานภาครัฐควรมีความรัดกุมยิ่งขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ควรพิจารณาให้การกระจายประโยชน์ไปสู่ชุมชนด้วย เนื่องจากบางหน่วยประกอบการมีการดำเนินงานในรูปแบบธุรกิจรายเดี่ยว ภายใต้ชื่อกลุ่มฯเพื่อประโยชน์ในการสนับสนุนจากภาครัฐ

3. ควรส่งเสริมให้ผู้ผลิตงานหัตถกรรม บางรายที่สามารถผลิตเส้นฝ้ายและเส้นไหมได้ผลิตเส้นฝ้ายและเส้นไหมขายให้มากขึ้น เพราะปัจจุบันกำลังเป็นที่ต้องการของตลาด

4. การสร้างตลาดให้มีความมั่นใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ (create market demand) เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง

5. การส่งเสริมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ควรมีแนวโน้มไปในการสร้างคุณค่าทางศิลปะและการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเน้นถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เนื่องจากหน่วยประกอบการในท้องถิ่นไม่สามารถผลิตผ้าทอแบบทั่ว ๆ ไปแข่งขันกับโรงงานทอผ้าได้

6. การส่งเสริมอาชีพการทอผ้าในชุมชน ควรคำนึงถึงทางเลือกในการประกอบอาชีพที่มีอยู่ในชุมชนด้วย หากมีทางเลือกอื่นที่สร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่นได้ดีกว่า ก็ควรส่งเสริมงานทอผ้าเป็นงานอดิเรก เพื่อรักษาวัฒนธรรมของท้องถิ่นเอาไว้

7. ควรส่งเสริมการใช้ผ้าทอ ผ่านสื่อต่างๆ โดยให้ผู้ที่มีชื่อเสียงของประเทศหรือคนในวงสังคมเป็นผู้นำเสนอ (presenter) และปลูกฝังจิตสำนึกการใช้สินค้าไทย รวมถึงกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับที่มีผลต่อการใช้สินค้าไทย เช่น การนำผ้าทอไปประยุกต์ใช้เป็นเครื่องแบบนักศึกษาในมหาวิทยาลัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวนโยบายของมหาวิทยาลัยด้วย

8. การส่งเสริมกลุ่มในปัจจุบัน เช่น การปฏิบัติตามนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ทำให้สินค้าบางชนิดล้นตลาด ดังนั้นก่อนการส่งเสริมควรมีการศึกษาว่าผลิตภัณฑ์ใดควรได้รับการส่งเสริม (พิจารณาในเชิงเศรษฐกิจ) และผลิตภัณฑ์ใด ควรควบคุมการผลิต (พิจารณาในแง่การคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ วัฒนธรรมท้องถิ่น) อีกทั้งยังต้องมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดด้วย

9. บางกลุ่ม สามารถใช้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงหมู่บ้าน (home stay) ในการพัฒนากลุ่มได้ เช่น กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านดอนหลวง ซึ่งเป็นหมู่บ้านทอผ้า เป็นต้น

10. ควรสร้างเครือข่ายระหว่างหน่วยประกอบการและเจ้าของวัตถุดิบ

- ประเด็นวิจัย

1. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการผลิตระดับพื้นบ้าน

2. ควรมีการพัฒนาโปรแกรม (software)ระบบบัญชีอย่างง่าย เพื่อใช้ในการประเมินความต้องการกำลังแรงงาน และปัจจัยการผลิตที่ต้องใช้ เมื่อต้องการขยายการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน (competitive advantage)

3. การหาวิธีการใช้วัสดุจากธรรมชาติในการย้อมสีผ้า โดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อม และควรมีการวิจัยในเรื่องอัตราส่วนการผสมสีที่แน่นอน

- เครือข่าย

หน่วยประกอบการที่มีแรงงานฝีมือในการทอผ้าและการแกะลาย ควรเป็นวิทยากรหรือมีการจัดตั้งเป็นศูนย์อบรมการทอผ้า เพื่อถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มอื่นๆ ที่สนใจ

3.5.2 **ผลิตภัณฑ์จักสาน**

ปัญหา

1. ฝีมือการจักสานของหน่วยประกอบการบางราย ยังขาดความประณีต ขาดทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และมีการใช้วัสดุสังเคราะห์เข้ามาปะปน ทำให้ขาดความกลมกลืนและเกิดความขัดแย้งในทางศิลปะ

2. มีการใช้กำมะถันหรือสารเคมีอื่นๆ ในกระบวนการผลิตซึ่งเป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้ผลิต

3. มีแนวโน้มการขาดแคลนวัตถุดิบไม้ไผ่ในอนาคต อีกทั้งในปัจจุบันหน่วยประกอบการผลิตชิ้นงานที่ให้ผลตอบแทนต่ำและสิ้นเปลืองวัตถุดิบ

4. ผู้ผลิตขาดทักษะในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ เช่น เครื่องเลียดตอก

5. ผลิตภัณฑ์จักสานยังขาดเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

6. การรับช่วงการผลิต อาจเกิดผลกระทบในทางลบต่อการถ่ายทอดภูมิปัญญา เพราะผู้ผลิตจะมีความชำนาญเฉพาะขั้นตอนที่ตนรับผิดชอบเท่านั้น และมีผู้ชำนาญเพียงไม่กี่รายนำแต่ละชิ้นส่วนมาประกอบเข้าด้วยกัน ซึ่งหากบุคคลดังกล่าวออกไปจากกลุ่ม หรือเสียชีวิตไปก็จะไม่มีผู้สืบทอดภูมิปัญญา

7. ผู้ผลิตงานหัตถกรรมยังมีโลกทัศน์ที่ไม่กว้างนัก ทั้งในด้านการผลิตและการตลาด

ข้อเสนอแนะ

- การผลิต

1. ผู้ผลิตงานหัตถกรรมควรเพิ่มความเอาใจใส่ในการผลิตให้มากขึ้น รวมไปถึงการนำวัสดุอื่นมาประยุกต์ใช้ในงานจักสาน เช่น การเพิ่มการบุผ้าไหมในตะกร้าจักสาน เป็นต้น เพื่อเพิ่มระดับราคาจำหน่ายให้สูงขึ้น

2. การฝึกคนรุ่นใหม่ให้ทำงานจักสาน ควรให้เริ่มจากการสานจนกระทั่งเกิดความเคยชินแล้วจึงฝึกจักตอก ซึ่งเป็นงานที่ต้องอาศัยเทคนิคฝีมือ

3. หน่วยประกอบการควรหันมาผลิตสินค้าที่ใช้ฝีมือ มีขนาดเล็กใช้วัตถุดิบน้อย แต่มีมูลค่าสูงขึ้น

4. งานจักสานควรยึดการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ท้องถิ่นมาใช้ เพื่อรักษาเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และควรเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์ด้วย

5. การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต

5.1 เทคนิคการป้องกันมอดในไม้ไผ่สามารถทำได้ดังนี้ (1) ใช้โซดาแอส และคอปเปอร์ซัลเฟตเป็นส่วนผสมในการต้มตอก (2) ต้มตอกโดยใช้หม้อความดันไอน้ำ (3) จักตอกให้บางลงแล้วนำมารมควันและเก็บในที่แห้งและร้อน

5.2 เครื่องตัดใบลานหรือป่านศรนารายณ์อาจนำมาใช้ในการตัดผักตบชวาได้

5.3 การใช้หวายสอดเป็นเส้นยืน ทำให้สร้างทรงเครื่องจักสานได้ง่ายขึ้น

5.4 หน่วยประกอบการขนาดใหญ่ควรจัดหาเครื่องขัดกระดาษทรายเพื่อใช้ตัดหน้าไม้ไผ่ให้เรียบและกลมกลึง และหากต้องการเครื่องขัดกระดาษทรายแบบแป้นหมุนต้องประยุกต์ขึ้นเอง ทั้งนี้ติดต่อขอคำแนะนำได้ที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1

5.5 ควรทดลองใช้น้ำมันเบนซินแทนน้ำมันวานิช ในกรณีที่แรงงานเกิดการแพ้กลิ่นน้ำมันวานิช

5.6 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 ช่วยคิดค้นเครื่องมือตัดเส้นผักตบชวาให้ออกมาเป็นรูปธรรมได้

5.7 ควรเปลี่ยนแปลงจากการทาน้ำมันวานิชและน้ำมันสนไปเป็นการพ่นซึ่งน่าจะทำให้สารเคมีเข้าไปเคลือบในซอกลวดลายผลิตภัณฑ์ได้อย่างทั่วถึงเพื่อช่วยให้ป้องกันเชื้อราได้ดียิ่งขึ้น

6. ควรมีการสร้างจิตสำนึกให้มีการนำวัสดุในท้องถิ่นมาจักสาน

7. ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มทำการผลิตควรมี 2 แบบ คือ 1) ผลิตภัณฑ์ที่เน้นงานศิลป์และเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และ 2) ผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้สอยเป็นหลัก

8. ควรส่งเสริมให้มีการปลูกซ่อมไม้ไผ่อย่างถูกต้องควบคู่ไปด้วย เช่น ในประเทศจีนที่รัฐบาลได้จำกัดพื้นที่ป่าไว้เพื่อใช้เป็นทรัพยากรในการผลิต โดยเฉพาะในหมู่บ้านซึ่งเคยมีไผ่เป็นสัญลักษณ์ เช่น บ้านป่าบง

9. ควรส่งเสริมให้แรงงานผลิตตระหนักรู้ถึงความงามทางศิลปะซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้ผู้ผลิตมีการพัฒนาฝีมือให้ประณีตขึ้น เป็นวิธีที่สามารถเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ได้

10. การทำแปลงปลูกผักตบชวาในกว๊านพะเยา เป็นแนวทางที่ดีในการรักษาแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น และช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายจำกัดพื้นที่ผักตบชวาในกว๊านพะเยา

- การตลาด

1. หน่วยประกอบการควรศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์จักสานของทั้งภายในและต่างประเทศเพื่อนำมาปรับใช้พัฒนารูปแบบและรูปทรงผลิตภัณฑ์ของตน โดยยังคงยึดลวดลายและเทคนิคการจักสานของท้องถิ่นเอาไว้เป็นเอกลักษณ์

2. ควรเปิดโลกทัศน์ของผู้ผลิตงานหัตถกรรม โดยการนำไปดูงานในแหล่งผลิตต่างๆ เช่น กลุ่มผู้ผลิตใน จ.อุทัยธานี จ.พิจิตร บ้านบางเจ้าฉ่า อ.โพธิ์ทอง จ.อ่างทอง และดูงานที่ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 เพื่อให้เห็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความประณีต คุณภาพดีและมีมูลค่าสูง และช่วยขยายสู่ทางการตลาดให้กว้างขึ้น (แต่ไม่ลอกเลียนแบบ)

3. หน่วยประกอบการที่ต้องการสร้างยี่ห้อ/ตราสินค้า (brand name) ของตนเองนั้นต้องมีความกระตือรือร้น มุ่งมั่น และสามารถควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้ จึงจะเป็นการพัฒนาระดับตลาดให้สูงขึ้น ในขณะเดียวกันจะเป็นการผลักดันให้หน่วยประกอบการอื่นที่มีความสามารถด้อยกว่าขึ้นมาแทนที่ตนเองในตลาดเดิม ซึ่งเป็นการช่วยพัฒนาทั้งอุตสาหกรรม

4. การมีตราสินค้าทำให้หน่วยประกอบการต้องเร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ เพื่อหนีการลอกเลียนแบบและรักษาเอกลักษณ์ของตนเอง

5. ควรมีการจัดตั้งชมรมจักสานขึ้นในหมู่บ้านที่มีกลุ่มผู้ผลิตย่อยๆ ในหมู่บ้านเช่น บ้านป่าบงหลวง เพื่อแก้ปัญหาการตัดราคา และควรจัดภูมิทัศน์ของหมู่บ้านให้เหมาะที่จะเป็นหมู่บ้านจักสาน และจัดทำพิพิธภัณฑ์เครื่องจักสานประจำหมู่บ้าน

6. ควรสนับสนุนให้มีการแข่งขันด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จักสาน

7. ผู้ผลิตงานหัตถกรรมควรมีแคตตาล็อกสินค้าเพื่อเป็นตัวอย่างให้ลูกค้าพิจารณา

8. ผลิตภัณฑ์ของภาคเหนือยังมีข้อบกพร่องในด้านความละเอียดประณีตของผลิตภัณฑ์ ไม่สามารถแข่งขันกับเวียดนาม อินโดนีเซีย ลาว และฟิลิปปินส์ได้ ดังนั้นไทยต้องหันมาพัฒนาผลิตภัณฑ์

โดยเสริมความประณีตและพัฒนารูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

9. การแก้ปัญหาการตัดราคาอาจทำโดยให้มีการประชุมตกลงราคาร่วมกันของผู้ผลิตทุกกลุ่มในแต่ละจังหวัดเช่น ในเขตรอบกว๊านพะเยา จ.พะเยา เพื่อเป็นการรักษาระดับราคาไม่ให้ตกต่ำ

- การเงิน

ควรมีอบรมการทำบัญชีให้กับผู้ผลิตงานหัตถกรรมซึ่งสามารถติดต่อหน่วยงานของรัฐ เช่น สหกรณ์อำเภอและสหกรณ์จังหวัดได้

- การส่งเสริมของหน่วยงานรัฐ

1. การพัฒนากลุ่มชาวบ้านต้องทำการพัฒนาควบคู่กันไประหว่างการดำเนินธุรกิจเพื่อการยังชีพและการผลิตเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับท้องถิ่น

2. ในการส่งเสริมให้กลุ่มทำการผลิต ควรพิจารณาว่าผลิตเพื่อวัตถุประสงค์ใด ความงาม (เน้นศิลปะ) หรือประโยชน์ใช้สอย (เน้นการเพิ่มยอดขาย)

3. การพัฒนาหัตถกรรมจักสานในระยะยาวต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค

- ประเด็นวิจัย

1. ควรมีการวิจัยเพื่อหาวิธีในการเพิ่มความคงทนและวิธีป้องกันเชื้อราในหญ้าแฝก

2. ควรศึกษาเรื่องการใช้วัสดุหรือวัตถุดิบอื่นทดแทนไม้ไผ่และผักตบชวาซึ่งอาจขาดแคลนในอนาคต

3. ควรมีการวิจัยการใช้สีธรรมชาติในผลิตภัณฑ์จักสาน เช่น สีจากลูกมะเกลือและสะเดา เป็นต้น

4. ควรมีการวิจัยปริมาณที่เหมาะสมในการใช้กำมะถันเพื่ออบผลิตภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

3.5.3 กระดาษสาและผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา

ปัญหา

- การจัดการองค์กร

โครงสร้างองค์กรของกลุ่มบางกลุ่มขาดฝ่ายออกแบบผลิตภัณฑ์

- การผลิต

1. ดอกไม้กระดาษสาชุบยางพารามีอายุการใช้งานสั้นประมาณ 2 ปี หลังจากนั้นจะเริ่มเปลี่ยนเป็นสีเหลืองและแตก

2. การเกิดเชื้อราบนดอกไม้กระดาษสา

3. สีของดอกไม้แห้งในกระดาษสาและผลิตภัณฑ์นั้นไม่คงทน ซีดจางเร็ว

4. กลุ่มไม่ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งวัตถุดิบราคาถูก

5. เครื่องตอกและเครื่องอัดกลีบแบบไฮโดรลิกมีราคาค่อนข้างแพง และต้องใช้ช่างเทคนิคควบคุมซึ่งจะทำให้การใช้แรงงานในท้องถิ่นลดลง

- การตลาด
  1. กลุ่มขาดนโยบายการตลาดในเชิงรุก
  2. กลุ่มขาดความรู้ในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์
- การเงิน

หน่วยประกอบการขาดแคลนเงินทุน (ต้องการเงินทุนไม่มีดอกเบี้ย หรืออัตราดอกเบี้ยต่ำ)

ข้อเสนอแนะ

- การจัดการองค์กร

เนื่องจากโครงสร้างองค์กรของกลุ่มบางกลุ่มขาดฝ่ายออกแบบผลิตภัณฑ์ ดังนั้นกลุ่มควรปรับโครงสร้างองค์กรให้ครอบคลุมทุกหน้าที่ และควรมีการพัฒนาบุคลากรให้สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งหากกลุ่มสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ ได้ตลอดเวลาจะเป็นข้อได้เปรียบที่มีศักยภาพ ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงศักยภาพในการรับเทคโนโลยีของกลุ่มด้วย

- การผลิต
  1. เทคโนโลยี

1.1 ผู้ผลิตงานหัตถกรรมที่ใช้เครื่องอัดกลีบดอกไม้กระดาษสา ควรใช้กระดาษหนังสือพิมพ์รองบนแผ่นรองขณะตัด จะช่วยยืดอายุการใช้งานของแผ่นรองให้ยาวนานขึ้นได้

1.2 การใช้ฝีมือแรงงานในการผลิตแทนการใช้เครื่องจักรไฮโดรลิก ทำให้ผลิตภัณฑ์ออกมาในเชิงศิลปะซึ่งมีชีวิตชีวากว่าผลิตภัณฑ์ในเชิงอุตสาหกรรม และทำให้หัตถกรรมไทยยังสามารถแข่งขันกับของจีนแดงได้

1.3 ผู้ผลิตงานหัตถกรรมควรพัฒนาเครื่องตอกและเครื่องอัดกลีบดอกไม้กระดาษสาให้มีตัวล๊อค เพื่อทุ่นแรงในการกด โดยผู้ผลิตงานหัตถกรรมสามารถติดต่อขอความช่วยเหลือจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 ได้

1.4 การฉีดแลคเกอร์จะช่วยไม่ให้สีของดอกไม้กระดาษสาซุบยางพาราซีดจางเร็ว

1.5 การใช้กาวที่ไม่มีคุณภาพ มีน้ำผสมมากจะส่งผลให้เกิดเชื้อราบนผลิตภัณฑ์ได้ง่าย ดังนั้นกลุ่มควรใช้กาวสำหรับทำดอกไม้กระดาษโดยเฉพาะ

1.6 การนำผลิตภัณฑ์ดอกไม้ซุบยางพารามาคลุกแป้งจะช่วยลดปัญหาการเกิดเชื้อราได้ แต่ไม่ควรคลุกแป้งมากเกินไป โดยเฉพาะในขณะที่ยางพารายังไม่แห้ง

1.7 การใช้เครื่องอบแห้งช่วยป้องกันปัญหาการเกิดเชื้อราของดอกไม้ซุบยางพาราในช่วงฤดูฝนได้

1.8 ไม่ควรใช้เตารีดรีดดอกไม้แห้งเพราะความร้อนจะเป็นปัจจัยทำลายความคงทนของสีโดยตรง

1.9 การใช้เครื่องซักผ้าในการสลัดน้ำออกจากก้อนเยื่อสา จะทำให้ผู้ผลิตงานหัตถกรรมมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าการใช้เครื่องสลัดน้ำซึ่งมีราคาสูงถึงประมาณ 40,000 บาท

1.10 ควรใช้เจลซิลิกาเป็นสารดูดความชื้น และใช้ยูรีเทรนน้ำเคลือบ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ทนทานขึ้นและช่วยดูดความชื้น

2. ผู้ผลิตงานหัตถกรรมควรตักสารเคมีที่สะสมในบ่อบำบัดน้ำเสียไปฝังกลบด้วย

3. กลุ่มควรพัฒนาทักษะฝีมือของแรงงานในการผลิต ซึ่งโรงเรียนสารพัดช่างมีหลักสูตรอบรมการออกแบบจัดดอกไม้ นอกจากนั้นยังมีหลักสูตรการอบรมที่วิทยาลัยอาชีวะ หรือจะติดต่อขอรับการอบรมที่เคหกิจอำเภอได้

4. การทำดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาษสา ผู้ผลิตควรศึกษาถึงลักษณะทางกายภาพของดอกไม้ด้วย

5. ผู้ผลิตงานหัตถกรรมที่ทำเฟรมเอง สามารถติดต่อซื้อไม้ได้จากองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (ออป.) ซึ่งการซื้อไม้จาก ออป. นับเป็นการส่งเสริมการปลูกป่าเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่งด้วย

- การตลาด

1. กลุ่มควรสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (product differentiation) เพราะปัจจุบันรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นแบบทั่ว ๆ ไป

2. กลุ่มควรมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

3. กลุ่มควรปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น เพื่อที่จะสามารถตั้งราคาได้เอง

- การเงิน

นอกจากนี้หากมีความต้องการด้านเงินทุน กลุ่มสามารถติดต่อได้ที่ศูนย์ส่งเสริมฯ ฝ่ายเงินทุนหมุนเวียน

- การส่งเสริมจากหน่วยงานรัฐ

1. การส่งเสริมของหน่วยงานรัฐควรมีแนวทางที่ชัดเจนว่าเพื่อจะให้ชาวบ้านเปลี่ยนมาทำงานหัตถกรรมเพียงอย่างเดียว หรือจะส่งเสริมให้ทำหัตถกรรมควบคู่ไปกับการเกษตร

2. กลุ่มควรติดต่อประสานกับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 ในด้านเทคโนโลยีการออกแบบ และการส่งออก

3. ผู้ผลิตงานหัตถกรรมที่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์และวัตถุดิบยางพารานั้นสามารถติดต่อไปที่สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดอ่างทอง และสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสิงห์บุรี

4. ผู้ผลิตงานหัตถกรรมสามารถสมัครเป็นสมาชิกของศูนย์หัตถกรรมภาคเหนือ เพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลข่าวสารในกรณีที่มีงานแสดงสินค้าหัตถกรรมและการรับข้อมูลข่าวสารทางการตลาด

5. ในการส่งเสริมงานหัตถกรรมควรส่งเสริมให้ผู้ผลิตผนวกวัฒนธรรมและวิถีการดำเนินชีวิตของชาวบ้านลงไปในงานด้วย เพื่อเป็นการสร้างเอกลักษณ์ อันจะเป็นผลดีต่อการกำหนดราคาและช่วยลดความผันผวนทางการตลาดลงได้

- ประเด็นวิจัย

1. ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ (feasibility study) ในการนำเครื่องอบมาใช้อบดอกไม้เพื่อยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ดอกไม้ชุบยางพาราให้ยาวนานกว่า 2 ปี เพื่อให้สามารถขยายตลาดส่งออกได้

2. ควรมีการศึกษาวิจัยถึงวิธีการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้มีอายุการใช้งานยาวนานขึ้นโดยไม่ใช้กำมะถัน

3.5.4 เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิค

ปัญหา

1. การขยายธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา อาจมีอุปสรรคด้านการรักษาระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้คงที่ เนื่องจากเมื่อขยายขนาดโรงงานให้ใหญ่ขึ้น คุณภาพผลิตภัณฑ์มักต่ำลง และมีผลิตภัณฑ์ตกเกรดมากขึ้น

2. หน่วยประกอบการบางรายมีฝีมืออยู่ในเกณฑ์ดี (เช่น กิจการต้นดีเซรามิค) แต่ขาดแนวทางที่ชัดเจนด้านการผลิต และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

3. ผลิตภัณฑ์ของหน่วยประกอบการบางราย (กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาม่อนเขาแก้ว) เป็นสินค้าสิ้นเปลือง เพราะแตกหักง่าย ผลิตภัณฑ์กระเทาะถึงร้อยละ 40 และแตกอีกร้อยละ 30 และสิ้นเปลืองวัตถุดิบมาก ในขณะที่มูลค่าเพิ่มต่ำ แม้ว่าผลิตภัณฑ์ที่แตกเสียหาย จะสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ โดยนำมาบดและใช้แทนทราย แต่ปัญหาคือ การรวบรวมทำได้ยากและใช้ต้นทุนสูงในการบด

ข้อเสนอแนะ

- การจัดการองค์กร

1. ควรมีการรวมกลุ่มเงินกองทุนด้านเทคโนโลยี เพื่อจัดหาเครื่องบดดิน และรีดดินแล้วจำหน่ายดินวัตถุดิบให้แก่ผู้ผลิตรายย่อย

2. ควรมีการอบรมการบริหารจัดการองค์กรให้แก่กลุ่มฯ

- การผลิต

1. กรณีหน่วยประกอบการขนาดเล็ก ดินที่เสียไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องบดดิน แต่สามารถทำเป็นน้ำดินแล้วนำไปหล่อได้ และควรทำการปั้นผสมกับการหล่อ

2. หน่วยประกอบการบางราย (กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาม่อนเขาแก้ว) ควรปรับเทคนิคการเผา โดยใช้เตาอุโมงค์แทนการสุมไฟเผา เพื่อลดการแตกหักของผลิตภัณฑ์

- การตลาด

1. หน่วยประกอบการที่มีฝีมือ (เช่น กิจการต้นดีเซรามิค) ควรเน้นการผลิตแบบงานศิลปะ เพื่อเจาะตลาดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ (niche market) ซึ่งหน่วยงานควรเข้ามาช่วยเหลือในการจัดหาตลาดที่ต้องการสินค้าประเภทนี้ให้กับกิจการ

2. หน่วยประกอบการควรเน้นทำการตลาดเชิงรุก มากกว่าการตั้งรับเพียงอย่างเดียว

3. หน่วยประกอบการควรมีการพัฒนาเอกลักษณ์ของกลุ่มให้ชัดเจน เช่น การใช้วัตถุดิบ (ดิน) ในท้องถิ่น และไม่ควรผลิตลอกเลียนแบบของท้องถิ่นอื่น เพราะจะทำให้สินค้าล้นตลาดและราคาตกต่ำ

4. การใช้ใบโฆษณา รายละเอียดประวัติความเป็นมา หรือการติดตราป๊ม (ไม่ใช่กระดาษกาว) เป็นการช่วยสร้างเอกลักษณ์และจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ได้

- การเงิน

ผู้ผลิตงานหัตถกรรมควรจัดทำบัญชีให้เป็นระบบชัดเจนและครบถ้วน เพื่อใช้ในการวางแผนการผลิต การตลาด และการเงิน

- การส่งเสริมจากหน่วยงานรัฐ

การส่งเสริมควรพิจารณาถึงประเด็นวัฒนธรรมและเศรษฐกิจควบคู่กันไป และควรจัดตั้งกลุ่ม ฯ เป็นศูนย์สาธิตเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (home stay) เช่น กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาม่อนเขาแก้ว

- ประเด็นวิจัย

1. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับความต้องการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เนื่องจากในการหาแนวทางยกระดับอุตสาหกรรมเซรามิค ควรตระหนักถึงระดับความต้องการของตลาดด้วยว่ามีเพียงพอสำหรับรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมหรือไม่

2. ควรศึกษาหาแนวทางในการนำผลิตภัณฑ์ที่แตกเสียหายไปปรับใช้เป็นวัตถุดิบการผลิตอื่น ๆ เช่น ใช้เป็นส่วนผสมในวัสดุก่อสร้าง

3.5.5 ไม้แกะสลัก

ปัญหาและอุปสรรค

- การผลิตและเทคโนโลยี

1. หน่วยประกอบการบางรายขาดเครื่องมือเครื่องจักร เช่น เครื่องเลาเตอร์
2. วัตถุดิบมีคุณภาพไม่ดี
3. ขาดผู้สืบทอดการแกะสลักที่เป็นคนรุ่นใหม่ อาจเป็นเพราะรายได้ที่ไม่แน่นอนเนื่องจากตัวสินค้ายากต่อการจำหน่าย

- การตลาด

1. ขาดบุคลากรด้านการตลาด
2. สมาชิกในกลุ่มฯ มีการตัดราคาสินค้ากันเอง
3. คู่แข่งค่อนข้างมากทั้งในและนอกพื้นที่
4. หน่วยประกอบการยังไม่สามารถสร้างเอกลักษณ์อันเป็นจุดเด่นของชุมชนขึ้นมาได้

- การเงิน

1. ไม่มีการวางแผนการเงินระยะยาว
2. ขาดบุคลากรด้านการเงิน

ข้อเสนอแนะ

- การผลิต

1. ควรนำทรัพยากรไม้ที่ลดน้อยลงมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้วยความประณีตและมีคุณค่าทางศิลปะ

2. ควรปรับใช้วัตถุดิบให้คุ้มค่า เช่น นำวัตถุดิบไม้แบบปาร์เกต์ (parquet) คือนำไม้ชิ้นเล็ก ๆ มาต่อกัน ทำให้งานแกะสลักที่ได้มีน้ำหนักเบา มีการนำเศษวัสดุเหลือใช้จากการผลิตไปประยุกต์ใช้ เช่นผู้ผลิตในอินเดียนำขี้เลื่อยไปผลิตเป็นตุ๊กตา หรือหาวัตถุดิบทดแทนไม้เนื้อแข็ง เช่น ไม้ไผ่ ซึ่งสามารถจัดหาได้ง่าย

3. ควรพิจารณาว่าจะมุ่งไปในแนวทางศิลปะพื้นบ้าน (folk art) หรือศิลปะเหมือนจริง (realistic) หรือผลิตสินค้าให้เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มหรือท้องถิ่น เช่น การแกะสลักรูปพระธาตุดอยสุเทพ เพื่อเจาะตลาดลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หรือผลิตของเล่นไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ของบ้านป่าขาม

4. ควรคำนึงถึงปัญหาฝุ่นละอองที่มีผลกระทบต่อสุขภาพของชาวบ้าน

5. ลักษณะของเครื่องจักรที่ใช้ยังเป็นแบบดัดแปลง และแรงงานยังขาดความรู้ในการใช้เครื่องจักรอย่างปลอดภัย นอกจากนั้นในขั้นตอนการผลิตจะเกิดฝุ่นไม้ ซึ่งจะมีผลกระทบโดยตรงต่อสุขภาพของบุคคลแวดล้อมหากเข้าตาหรือสูดดม ดังนั้นกลุ่มฯ ควรจัดสถานที่ทำการผลิตให้เกิดความปลอดภัยยิ่งขึ้น

- การตลาด

ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์งานไม้แกะสลักให้มากขึ้นโดยกลุ่มฯ และหน่วยงานสนับสนุนในท้องถิ่นควรร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยผลักดันชุมชนที่เป็นแหล่งผลิตงานไม้แกะสลักที่เน้นศิลปะและมีเอกลักษณ์ให้เป็นศูนย์หรือแหล่งท่องเที่ยว