

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่น
และการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง:
กรณีศึกษาผ้าทอชาติพันธุ์กะเหรี่ยง

โดย

ชานนท์ ชิงขยานุรักษ์

พัชรา ตันติประภา

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน)
Highland Research and Development Institute (Public Organization)
สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน)

มกราคม 2550

บทคัดย่อ

“การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง: กรณีศึกษาผ้าทอชาติพันธุ์กะฉิ่น” เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ “การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง” ทำการศึกษาโดยยึดชาติพันธุ์เป็นตัวแปรหลัก การศึกษาจะทำการศึกษาจากชาติพันธุ์ต่างๆ ได้แก่ ไทยใหญ่ กะเหรี่ยง เมี่ยน กะฉิ่น ลัวะ ม้ง ปะหล่อง ลาหู่ อาข่า และลีซอที่อาศัยอยู่ในแหล่งผลิตหลักของพื้นที่โครงการหลวง

“การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง: กรณีศึกษาผ้าทอชาติพันธุ์กะฉิ่น” ฉบับนี้จะมุ่งเน้นศึกษาในเชิงลึกเฉพาะในส่วน ของ ชาติพันธุ์กะฉิ่นในพื้นที่ บ้านใหม่สามัคคี ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว ต.เมืองนะ อ.เชียงดาว จ. เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ ทักษะ ความต้องการ ของ ชาติพันธุ์กะฉิ่น ที่มีต่อการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมเฉพาะเครื่องเงิน ในด้าน ความสามารถในการผลิต ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ ตลอดจนวิเคราะห์โอกาสทาง การตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมสำหรับตลาดระดับบน พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทาง ในการพัฒนาตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรม สำหรับตลาดปัจจุบัน และตลาดระดับบน

ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว ตั้งอยู่ ณ หมู่บ้านใหม่สามัคคี ตำบลเมืองนะ อำเภอ เชียงดาว มีพื้นที่รับผิดชอบ 30 ตารางกิโลเมตร ภูมิอากาศอยู่ในเขตร้อนจัด มีประชากรอยู่อาศัย 6 เผ่า ได้แก่ ลัวะ ลาหู่ ลีซอ อาข่า จีนฮ่อ และกะฉิ่น จากการสัมภาษณ์หัวหน้าศูนย์พัฒนาโครงการหลวง หนองเขียวพบว่า ปัจจุบันในหมู่บ้านมีชาวกะฉิ่นอาศัยอยู่ทั้งสิ้นประมาณ 60 ครอบครัว นับเป็น ประชากรจำนวน 591 คน อาชีพหลักของชาวกะฉิ่น คือทำการเกษตร โดยมีการทำหัตถกรรมเป็น อาชีพเสริม มีโรงทอผ้า 2 โรง โรงทำตุ๊กตาจากไม้แกะ 2 โรง ได้รับความช่วยเหลือจาก โครงการ หลวงและชุด รพช.

ผลการศึกษา พบว่า ในด้านทัศนคติชาวกะฉิ่นมีความคิดเห็นว่า การผลิตงานหัตถกรรมผ้าทอ เป็นอาชีพเสริมที่สร้างรายได้ให้กับชุมชนและครัวเรือน หากมีผู้มาส่งเสริมให้ผลิตงานฝีมือที่มีความ ประณีตและใช้เวลาในการทำนาน แต่ให้ราคาสูงกว่างานทั่วไป ทางกลุ่มเห็นว่าน่าสนใจและต้องการที่จะทำ นอกจากนั้นทางกลุ่มมีความยินดีหากจะขอให้ไปถ่ายทอดความรู้ในการผลิตให้กับกลุ่มอื่น ๆ

สำหรับศักยภาพในการผลิต เนื่องจากบ้านใหม่สามัคคี เป็นหมู่บ้านของชาวคะฉิ่นเพียงแห่งเดียวในประเทศไทย กอปรกับอาชีพหลักของชาติพันธุ์ดังกล่าว ๗ บ้านใหม่สามัคคี คือ การทำเกษตรกรรม ส่งผลให้ปริมาณการผลิตต่อเดือนมีความไม่แน่นอนและอยู่ในปริมาณที่ไม่สูงมากนัก อย่างไรก็ตามเนื่องจากการรวมกลุ่มทอผ้าโดยผู้นำกลุ่มที่เข้มแข็ง และมีผู้เฒ่าซึ่งมีทักษะในการทอผ้า และสามารถถ่ายทอดความรู้ในการทอได้ ดังนั้นหากมีตลาดที่แน่นอน ชาวคะฉิ่น ๗ บ้านใหม่สามัคคี จึงมีความพร้อมในการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

ด้านการตลาด พบว่า ผลิตภัณฑ์ของบ้านใหม่สามัคคีโดยหลัก ๆ คือ การทอผ้าชิ้น โดยจำหน่ายให้กับชาวคะฉิ่นทั่วไปซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศไทย นอกจากนั้นยังสามารถผลิตชิ้นงานในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น กระเป๋า หมวก ผ้ารัดน่อง ของใช้มือถือ ฯลฯ สำหรับการตั้งราคาการตั้งราคาโดยคิดกำไรที่ต้องการบวกเข้ากับต้นทุนค่าแรงและวัตถุดิบ สำหรับผ้าชิ้นหากไม่มีลวดลายมากอาจขายอยู่ที่ 300 – 400 บาท แต่หากมีความประณีตและมีลวดลายมากราคาอาจสูงถึง 4,000 บาท ในด้านการจัดจำหน่ายทางกลุ่มใช้วิธีการฝากโครงการหลวงไปจำหน่าย หรือขายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวภายในหมู่บ้าน

ด้านความคาดหวัง พบว่า ชาวคะฉิ่น ๗ บ้านใหม่สามัคคี ต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการหาตลาดให้ เนื่องจากปัจจุบันประสบกับปัญหาความไม่แน่นอนของตลาดคือส่วนใหญ่ผลิตไปแล้วแต่ไม่สามารถขายได้ นอกจากนั้นยังต้องการที่จะสืบทอดวัฒนธรรมคะฉิ่นให้ลูกหลานรุ่นใหม่ได้มีความภาคภูมิใจในความเป็นคะฉิ่น

จากการศึกษา คณะผู้วิจัยได้ข้อเสนอแนะว่าผ้าทอของชาติพันธุ์คะฉิ่น โครงการหลวงหนองเขื่อนนั้น ผลิตภัณฑ์ผ้าทอในเชิงวัฒนธรรมที่น่าจะได้รับการส่งเสริม และนำเข้าสู่ตลาดระดับบนได้เนื่องจากมีคุณค่าและความหมายในเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์คะฉิ่น น่าจะได้แก่ ผ้าทอที่เน้นลวดลายที่เห็นได้บ่อยของคะฉิ่น ซึ่งได้แก่ ลายสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (diamond) และลายซิกแซก (zigzag) ซึ่งนอกจากจะพบเห็นได้บ่อยแล้ว ยังสามารถนำไปเชื่อมโยงกับลวดลายที่อยู่บนเสามะหน่าว ซึ่งเป็นเสาหลักสี่ทิศของชาวคะฉิ่น รวมถึงลวดลายดังกล่าวยังเป็นเส้นทางของการรำรำในพิธีรำมะหน่าวอันเป็นพิธีมงคลสำหรับชาวคะฉิ่น

ทางคณะผู้วิจัยเห็นว่า เพื่อช่วยให้ผลิตภัณฑ์นี้สามารถจำหน่ายในตลาดระดับบน นอกจากนั้นในเรื่องของความประณีตในการผลิตและความเชื่อมโยงของลวดลายหลัก ๆ กับความเป็นสิริมงคลดังที่ได้กล่าวไปแล้ว ควรเน้นให้เห็นกระบวนการผลิตว่าลวดลายต่าง ๆ ได้มาจากทักษะการทอผ้าไม่ใช่การปัก รวมถึงควรมีการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยประยุกต์ลวดลายหลักดังกล่าวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย

คำนำ

“การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง: กรณีศึกษาผ้าทอชาติพันธุ์กะฉิ่น” มีขอบเขตพื้นที่ศึกษาคือ พื้นที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว หมู่บ้านใหม่สามัคคี ตำบลเมืองนะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ “การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง” ทำการศึกษาโดยเน้นชาติพันธุ์ต่างๆ 10 ชาติพันธุ์เป็นตัวแปรหลัก ได้แก่ ไทใหญ่ กะเหรี่ยง เมี่ยน กะฉิ่น ลัวะ ม้ง ปะหล่อง ลาหู่ อาข่า และลีซอ ที่อาศัยอยู่ในแหล่งผลิตหลักของพื้นที่โครงการหลวง

การศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือและความร่วมมือจากหลายฝ่าย คณะผู้วิจัยขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) ที่ได้ให้ทุนสนับสนุนในการศึกษาวิจัย ขอขอบคุณ คุณภานุมาศ ทองกระจ่าง หัวหน้าศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว และคุณเปรมฤทัย เสมอเชื้อ เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว ที่ให้ข้อมูลและประสานงานในพื้นที่และความช่วยเหลือในด้านอื่น ๆ ในขณะที่คณะผู้วิจัยปฏิบัติงานในพื้นที่ ตลอดจนนางสาววาสนา เพทาย นางสาวสาวิตรี จำรัส เจ้าหน้าที่ฝ่ายหัตถกรรม มูลนิธิโครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ให้ข้อมูลและช่วยประสานติดต่อเจ้าหน้าที่ในพื้นที่ศึกษา

ขอขอบคุณ คุณอุดร สดสม คุณอังคณา ราชนิยม คุณองอาจ เลี้ยงพันธุ์สกุล นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ช่วยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ศึกษา

ขอขอบคุณผู้ผลิตกะฉิ่นบ้านหนองเขียว ได้แก่ คุณธีรารม ปะปี่ คุณจาตอน ละลิ คุณจານาน ละปาง คุณโยนะธาน คุณตุตุ ระไพ และคุณแนนตัง ที่สละเวลาอันมีค่าในการให้สัมภาษณ์เพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ด้วยดี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

นักวิจัยโครงการฯ

มกราคม 2550

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญรูปภาพหรือผังภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
แนวคิดในการศึกษา	2
ขอบเขตการศึกษา	8
วิธีการศึกษา	8
บทที่ 2 ประวัติความเป็นมาและชาติพันธุ์ของชุมชน	
ประวัติของชาวกะฉิ่นในรัฐกะฉิ่น	12
ประวัติของชาวกะฉิ่นในไทย	13
การรื้อฟื้นวัฒนธรรมของชาวกะฉิ่นในไทย	13
การรำนะหน่าว	15
การแต่งกายของชาวกะฉิ่น	16
บทที่ 3 ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์หัตถกรรม	
ประวัติความเป็นมา	22
การรวมกลุ่มการผลิต	23
รูปแบบผลิตภัณฑ์	23
กระบวนการผลิต	27
การบริหารจัดการ	31
การขายสินค้าและการตั้งราคา	31
ทัศนคติต่อการผลิตงานหัตถกรรม	31

บทที่ 4

สรุปวิเคราะห์ และข้อเสนอแนะ

ทัศนคติ	32
ศักยภาพในการผลิต	32
การตลาดของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง	33
ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการผลิต	34
ความคาดหวังของกลุ่ม	34
การวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ	34
บรรณานุกรม	37
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก – แบบสัมภาษณ์หัวหน้าศูนย์	39
ภาคผนวก ข – แบบสัมภาษณ์หัวหน้ากลุ่ม/ผู้รู้/ผู้ส่งเสริม	42
ภาคผนวก ค – แบบสัมภาษณ์ผู้ผลิต	46
ภาคผนวก ง – ประวัตินักวิจัย	51

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญรูปภาพหรือผังภาพ

รูปที่		หน้า
2-1	เสามะหน่าวบริเวณลานหญ้า ณ บ้านใหม่สามัคคี	15
2-2	ชุดของชายและหญิงชาวคะฉิ่นเผ่าจิ้งเผาะ	16
2-3	ชุดของชายและหญิงชาวคะฉิ่นเผ่าราวาง	17
2-4	ชุดของชายและหญิงชาวคะฉิ่นเผ่าลาฮี	17
2-5	ชุดของชายและหญิงชาวคะฉิ่นเผ่าลีสุ	17
2-6	ชุดของหญิงชาวคะฉิ่นเผ่าKhaku	18
2-7	ผ้าชิ้นของหญิงชาวคะฉิ่น เผ่าจิ้งเผาะ	19
2-8	ผ้าชิ้นของหญิงชาวคะฉิ่น เผ่าจิ้งเผาะ	19
2-9	ผ้าชิ้นของหญิงชาวคะฉิ่น เผ่าจิ้งเผาะ	20
2-10	ผ้าชิ้นของหญิงชาวคะฉิ่น เผ่าจิ้งเผาะ	20
2-11	ผ้าชิ้นของหญิงชาวคะฉิ่น เผ่าจิ้งเผาะ	20
3-1	ชาวคะฉิ่น เผ่าจิ้งเผาะ (สีดำ) และเผ่าระหว่าง (สีขาว) ถ่ายรูปร่วมกับชุดรพช- ที่ให้การช่วยเหลือ ณ บ้านใหม่สามัคคี	23
3-2	ผ้าชิ้นขนาด 1 x 2 ม- ผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มผลิตมากที่สุด	24
3-3	ผ้าชิ้นลวดลายต่าง ๆ ที่ผลิตโดยสมาชิกในกลุ่ม	24
3-4	ผ้าชิ้นดั้งเดิมของชาวคะฉิ่น อายุกว่า 50 ปี	25
3-5	นางจามานและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ประดิษฐ์ขึ้น	26
3-6	ผ้าชิ้นทอโดยนางจาดอน ตั้งราคาขายไว้ 4,000 บาท	26
3-7	ก๊อและก๊อกระตูกของกลุ่มทอผ้า ณ บ้านนางธีรรม ประธานกลุ่ม	27
3-8	การถอดแบบลายจากผ้าทอในอดีต	27
3-9	ลายที่ทำยาก แต่สามารถขายได้ราคาสูง	28
3-10	เสามะหน่าวเสาคัดสีที่ประจำชนเผ่าคะฉิ่น ที่มาบางส่วนจากลวดลายต่าง ๆ	28
3-11	ลายต่าง ๆ ที่มีชื่อเรียกเป็นภาษาคะฉิ่น	29
3-12	ผ้าชิ้นของเผ่าระหว่างแบบเก็บลาย ใช้เวลาในการทอ 4 วัน	30

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

โครงการหลวงเป็นโครงการที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณา โปรดเกล้าฯ ตั้งขึ้นเป็นโครงการส่วนพระองค์เมื่อปี พ.ศ. 2512 โดยมีพระราชประสงค์ให้กลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยบนภูเขาและที่สูงต่างๆ ในภาคเหนือเลิกการปลูกฝิ่นและทำไร่เลื่อนลอย อันเป็นสาเหตุสำคัญของการบุกรุกทำลายป่าต้นน้ำลำธาร ต่อมาในปี พ.ศ. 2535 ได้โปรดเกล้าฯ พระราชทานให้โครงการหลวง เปลี่ยนสถานภาพเป็นมูลนิธิโครงการหลวง มีขอบเขตการดำเนินงานอย่างกว้างขวางทั้งการศึกษาวิจัย ส่งเสริมเผยแพร่และฝึกอบรมเจ้าหน้าที่และเกษตรกรกลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่โดยรอบพื้นที่โครงการฯ ปัจจุบันสถานีวิจัยและศูนย์พัฒนาโครงการหลวงมีทั้งสิ้น 36 แห่ง กระจายอยู่ในพื้นที่ 5 จังหวัด ภาคเหนือตอนบน และได้ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพทั้งภาคเกษตรและนอกภาคเกษตร เพื่อพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของกลุ่มชาติพันธุ์ให้มีความเป็นอยู่อย่างพอเพียง

การส่งเสริมนอกภาคเกษตรที่สำคัญคือ งานหัตถกรรมท้องถิ่น ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติพันธุ์ และสืบต่อกันมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน มีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ เครื่องใช้ต่างๆ ซึ่งบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ ในระยะแรกกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ได้ผลิตงานหัตถกรรมทอผ้า ปักผ้า จักสาน และการเครื่องเงิน ฯลฯ ไว้ใช้ในครัวเรือน โดยใช้เวลาวางจากอาชีพเกษตร โดยเฉพาะในช่วงฤดูแล้ง และเมื่อมีการผลิตเพิ่มขึ้น เริ่มมีการจำหน่ายภายในชุมชน ทำให้มีรายได้เสริมนอกจากอาชีพเกษตร ต่อมาสำนักงานพัฒนาเกษตรที่สูงได้ร่วมกับโครงการหัตถกรรม มูลนิธิโครงการหลวง เข้าไปส่งเสริมงานฝีมือหัตถกรรม ในด้านการผลิต รูปแบบ คุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของสินค้าให้มีช่องทางการตลาดที่กว้างขวางมากขึ้น แต่จากการดำเนินงานที่ผ่านมา ยังประสบปัญหาทางด้านคุณภาพของงานและช่องทางการจำหน่าย ทำให้ไม่สามารถสร้างยอดขายให้แก่กลุ่มชาติพันธุ์ได้มากนัก

การศึกษาคือความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง ในครั้งนี้จะมุ่งเน้นไปยังผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ที่น่าจะมีโอกาสสูงได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องเงิน โดยเหตุที่งานหัตถกรรมเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติพันธุ์ มีรูปแบบที่หลากหลาย บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์

การศึกษาครั้งนี้จึงจะทำการศึกษาโดยยึดชาติพันธุ์¹ เป็นตัวแปรหลัก ได้แก่ ไทใหญ่ กะเหรี่ยง เมียนมา ละโว้ ลัวะ ม้ง ปะหล่อง ลาหู่ อาข่า และลีซอที่อาศัยอยู่ในแหล่งผลิตหลักของพื้นที่โครงการหลวง โดยจะศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ ทักษะ ความต้องการ ของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่โครงการหลวง ที่มีต่อการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรม(ประเภทผ้าและเครื่องเงิน) ความสามารถในการผลิต ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินการ เพื่อแสวงหาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรม สำหรับตลาดระดับบนของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่โครงการหลวง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งเสริมและพัฒนาทางด้านหัตถกรรมท้องถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่โครงการหลวงในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ ทักษะ ความต้องการ ของชาติพันธุ์ละโว้ในพื้นที่โครงการหลวง ที่มีต่อการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมประเภทผ้าทอ ความสามารถในการผลิต ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ
2. วิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมสำหรับตลาดระดับบน พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรม สำหรับตลาดปัจจุบัน และตลาดระดับบน

แนวคิดในการศึกษา

แนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ มีดังนี้

1. แนวคิดด้านการตลาด (Marketing) (ศิริวรรณ, 2541)

กระบวนการวางแผนและการบริหาร แนวความคิดเกี่ยวกับการตั้งราคาการส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่ายสินค้าบริการหรือความคิด เพื่อสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลและบรรลุเป้าหมายขององค์กร หรือกล่าวได้ว่าการตลาดเป็นการใช้เครื่องมือการตลาด โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้ต้นทุนที่เหมาะสม และสามารถเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ได้ทันเวลา ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) เป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

¹ กลุ่มชาติพันธุ์อาจมีชื่อเรียกดังนี้ เผ่าลัวะ หรือ ละว้า, ปะหล่อง หรือ คาระอั้ง, กะเหรี่ยง หรือ ปกแกอญ, ลาหู่ หรือ มูเซอ, อาข่า หรือ อีเก้อ, เมียน หรือ เย้า

ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) เป็นกิจกรรมการออกแบบลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์หรือบริษัทให้แตกต่างจากคู่แข่ง สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า องค์ประกอบหรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line) ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ หมายถึง กลุ่มของสินค้าหลายชนิดที่ธุรกิจผลิตออกมาเสนอขายให้กับผู้ซื้อ สายผลิตภัณฑ์ หมายถึง กลุ่มของสินค้าหลายชนิดที่มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด เช่น ผลิตภัณฑ์ทำหน้าทีคล้ายคลึงกัน ผลิตภัณฑ์ขายให้ลูกค้ากลุ่มเดียวกัน เป็นต้น

ราคา

ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาก็ตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ราคาสินค้าจะต้องคำนึงถึงต้นทุนสินค้า และค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องบวกด้วยกำไรที่ต้องการ ภาวะการแข่งขัน การแข่งขันที่รุนแรงมีแนวโน้มที่ราคาสินค้าจะต่ำลง ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ กฎหมาย ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (Demand) ผู้ขายวัตถุดิบและปัจจัยการผลิต และจรรยาบรรณของธุรกิจ

การจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวของสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่าย



ประกอบด้วย 2 ส่วนต่อไปนี้ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ(หรือ)กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Market Logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือผู้ใช้อุตสาหกรรม ประกอบด้วย การขนส่ง (Transportation) การเก็บรักษาสินค้า (Storage) การคลังสินค้า (Warehousing) และการบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

การส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication: IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่งกัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญมีดังนี้ การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การ และ(หรือ)ผลิตภัณฑ์ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจุดตลาดโดยใช้บุคคล ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขายและการจัดการหน่วยงานขาย (Sales force Management) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึงกิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงาน การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้ หรือการซื้อ การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบคือ การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) ได้แก่ การแจกของตัวอย่าง การลดราคา เป็นต้น การกระตุ้นคนกลางเรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade Promotion) ได้แก่ การแจกรางวัลสำหรับผู้ค้าส่ง การสะสมยอดขายเพื่อรับรางวัลของตัวแทนขาย เป็นต้น และการกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales force Promotion) ได้แก่ การแข่งขันการทำยอดขาย การแจกโบนัสพิเศษ เป็นต้น การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing) และการตลาดเชื่อมโยงตรง (Online Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการ



ตอบสนองในพื้นที่ ประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมายตรง การขายโดยใช้แคตตาล็อก การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือ หนังสือพิมพ์ ซึ่งจุดมุ่งใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้รูปโปสเตอร์

2. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมายของทัศนคติ (Attitudes) ที่มักจะมีผู้นำไปใช้ ได้แก่ ความหมายที่เขียนขึ้นโดย Gordon Allport ที่เขียนไว้เมื่อ 50 ปีก่อนว่า “ทัศนคติคือการเรียนรู้ที่มีความโน้มเอียงที่จะตอบสนองต่อวัตถุหรือประเภทของวัตถุในทางที่ชอบหรือไม่ชอบ” (Allport, 1935) ในการศึกษาเรื่องทัศนคตินั้น ทัศนคติจะหมายถึงสิ่งซึ่งเราทำการอธิบายด้วยวิธีการอ้างอิงถึงสิ่งที่อยู่ในความนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งสิ่งที่เป็นสาเหตุที่อยู่ภายในดังกล่าวนี้อาจเป็นเหตุทำให้มีผลกระทบต่อแบบของพฤติกรรมที่แสดงออก

3. แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาตลาด

The Ansoff Matrix อาจเรียกว่า Product Market Expansion Grid, the Growth Vector Matrix and the Product Market Matrix โดยที่ H. Igor Ansoff ได้ตีพิมพ์เกี่ยวกับการวิเคราะห์การเจริญเติบโตโดยใช้เมทริกซ์นี้เป็นครั้งแรกในวารสาร Harvard Business Review ฉบับเดือนกันยายน/ตุลาคม ปี ค.ศ.1957 เมทริกซ์นี้เป็นหนึ่งในการวิเคราะห์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการระบุถึงกลยุทธ์ทางเลือกที่กิจการจะใช้ในการเจริญเติบโต

product / market expansion grid เป็นเครื่องมือในการวางแผนที่ช่วยกิจการระบุถึงโอกาสทางการตลาดโดยใช้หนึ่งในสี่ของวิธีการ ที่ประกอบด้วย การเจาะตลาด การพัฒนาตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การขยายตัวด้านอื่น ดังแสดงในตารางที่ 1-1

การเจาะตลาด (Market penetration) ในการใช้กลยุทธ์นี้กิจการจะเติบโตโดยการเพิ่มยอดขายของสายผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบันโดยไม่ต้องปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์

การพัฒนาตลาด (Market development) ในการใช้กลยุทธ์นี้กิจการจะเติบโตโดยการหาและพัฒนาส่วนของตลาดใหม่สำหรับช่วงของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development) ในการใช้กลยุทธ์นี้กิจการจะเติบโตโดยปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีในปัจจุบันให้ดีขึ้นหรือนำเสนอสินค้าใหม่ในส่วนของการตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบัน

การขยายตัวด้านอื่น (Diversification) ในการใช้กลยุทธ์นี้กิจการจะเติบโตโดยการซื้อหรือเริ่มธุรกิจใหม่ที่อยู่นอกสายผลิตภัณฑ์ที่กิจการมีอยู่และส่วนของตลาดที่มีอยู่

ตารางที่ 1-1 product / market expansion grid

		ผลิตภัณฑ์	
		ปัจจุบัน	ใหม่
ตลาด	ปัจจุบัน	การเจาะตลาด	การพัฒนาผลิตภัณฑ์
	ใหม่	การพัฒนาตลาด	การขยายตัวด้านอื่น

การตลาดย้อนยุค (Retro Marketing) (ชูศักดิ์และมนัสศิริ, 2548)

การย้อนสู่อดีต (Retroscape) นั้นมีอยู่ 2 แกน ฟังแรกทางซ้ายมือนั้นหมายถึงอะไรที่เป็นของแท้ ดั้งเดิมมี “Originality” ส่วนอีกฝั่ง ด้านขวามือเป็นการทำเลียนแบบขึ้นมาราวกับว่าเป็นของแท้ดั้งเดิม ฟังขวามือนี้นั้นเป็นพวก “Resemblance” ระดับของความเป็นของแท้จะลดลงตามลำดับเมื่อเราเคลื่อนจากซ้ายไปขวา ทั้งหมดแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ตารางที่ 1-2 แสดงระดับของความเป็นของแท้

ขั้นที่ 1	ขั้นที่ 2	ขั้นที่ 3	ขั้นที่ 4
-Re-Search -Remain -Recount	-Repair -Restore -Revamp	-Rename -Regroup -Revive -Recapitulation	-Replicate -Remake -Reclaim -Repro -Refer Reactivate -Retro Futuristic
Trueno Retro	Semi Retro	Neo Retro	Pseudo Retro

Originality

Resemblance

-Authenticity

- Inauthenticity

-Antique

-Pseudoantique



ขั้นที่ 1: Trueno Retro

แกนซ้ายสุด ตรงนี้เป็นของแท้ ดั้งเดิม “ไม่จำเป็น” ต้องอยู่ในสภาพที่ดี ความรู้สึกที่ได้เข้าไปจดจ่อ หาข้อมูล รอคอยรอค้น ของพวกนี้แต่ละอย่างนั้นก่อให้เกิดความสุข ทางใจอย่างยิ่ง ต้องเสาะหา (Re-Search) เพื่อให้ได้ของที่คงสภาพเดิมมากที่สุด (Remain)

ขั้นที่ 2: Semi

มีการปรับ ซ่อม แปลง ไปบ้างจากของแท้ดั้งเดิม มีบูรณภาพ ขั้นที่ 2 มีการ Repair, Restore, Renovate มีการเทียบสเปกเทียบเบอร์ ไซ้ของใหม่ใส่เข้าแทนที่บางตัวที่หาไม่ได้ มีการซ่อม สร้างใหม่ผสม ไม่ได้ Remain, Antique ดั้งเดิม ดัง ขั้นที่ 1

ขั้นที่ 2: Revamp เช่น ใส่ใส่ทุเรียนเพิ่มเข้าไปในขนมเปียะ ไม่ได้ใช้สูตรวางดังต่อไป

ขั้นที่ 3: Neo Retro

ขั้นที่ 3 นั้นเป็นบริเวณที่เก็บซากเก่าเอามาทำใหม่ก็ไม่ใช่ ทำใหม่ให้เป็นของเก่าก็ไม่เชิง เช่น เอาเรือบรรทุกข้าวยุคคนจีนใช้ขนข้าวมาตกแต่งบรรยากาศใหม่ หุหุรา ปรับเป็นมุมพักผ่อนนั่งเล่น มีหลายห้องนอน สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เรือเอี่ยมจูนปรับสภาพเป็น “Antiquarianist” ทั้งความโรแมนติก ลักษณะ “Romanticist” ผนวกกับการตกแต่งทันสมัยได้ความหมาย Modernist รวมกันเป็น “Anachonist” ในการย้อนสู่อดีต

ขั้นที่ 4: Pseudo Retro

ถือเป็น Retro ที่ทำขึ้น “เสมือน” ประหนึ่งดังว่าเป็นของเก่าจริงๆ แต่เป็นของใหม่ที่ทำขึ้น ในวิญญูณเก่า

ขนมเปียะรุ่นใหม่ที่ใช้เค้าโครงเดิม แต่ภายในกลายเป็นชาเขียว ลูกพรุน สาหร่าย สไปรูลีน่า บราวน์ กาแฟปูชิโนของ Starbuck U.S.A. ถือเป็น “Pseudo Retro” อาศัยทำร่างแห่งขนมเปียะความดั้งเดิมหายไปสิ้น เหลือกลิ่นอายจางๆ เกลือกความเป็นตำนาน เพียงแต่กล่าวอ้างถึง (Reclaim) “หาง” ของขนมเปียะ

ข้อจำกัดของงานวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการในช่วงระยะเวลาสั้น ชิ้นงานหลายชิ้นได้ถูกรวบรวมส่งให้โครงการหลวงซึ่งจะนำไปออกจำหน่าย และหลายชิ้นที่ผู้ผลิตส่งให้กับผู้ตั้งซื้อสินค้าไปแล้ว จึงอาจมีชิ้นงานที่สวามญแต่คณะผู้วิจัยไม่มีโอกาสเห็น

ขอบเขตของการศึกษา

1. ประชากรในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาแนวลึกเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ที่สนใจ การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง ประชากรในการศึกษาได้แก่กลุ่มประชากรชาติพันธุ์กะฉิ่นที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว

2. ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหา ทำการศึกษาถึง ทักษะ ทักษะ ความต้องการ ศักยภาพในการผลิต ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการผลิต และการตลาดของกลุ่มชาติพันธุ์กะฉิ่น ในพื้นที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว โดยศึกษาจากหัตถกรรมประเภทผ้าทอ ตลอดจนวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมสำหรับตลาดระดับบน พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรม สำหรับตลาดปัจจุบัน และตลาดระดับบน

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (อารีย์วรรณ, 2549) ต้องการเข้าใจความหมาย กระบวนการความรู้ที่นักคิดโดยเชื่อมโยงกับบริบทของสังคม โดยมีวิธีการศึกษาดังนี้

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาโดยศึกษาจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภทดังนี้

1) ข้อมูลเบื้องต้น(Primary data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแหล่งข้อมูลโดยตรง มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1) การสำรวจพื้นที่ที่ศึกษา เพื่อสังเกตข้อมูลโดยทั่วไป และสอบถามเบื้องต้นจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้าใจสภาพความเป็นอยู่ และพื้นที่ ใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ต่อไป

1.2) การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ซึ่งบุคคลที่รับการสัมภาษณ์ประกอบด้วย

หัวหน้าศูนย์พัฒนาโครงการหลวง

เพื่อทราบลักษณะข้อมูลเบื้องต้น เช่น จำนวนและลักษณะของกลุ่มชาติพันธุ์ภายในสังกัดของศูนย์ เช่น ประเภทหัตถกรรมที่ทำ รายชื่อบุคคลและหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้องในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ทั้งในด้านการส่งเสริม การผลิต การจัดจำหน่าย และ ปัญหาและอุปสรรค เป็นต้น

หัวหน้ากลุ่ม/ผู้เกี่ยวข้อง/หน่วยงานสนับสนุน

เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในด้านต่างๆ เช่นการดำเนินการด้านการผลิต การบริหารจัดการ แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การตลาด เรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต (ถ้ามี) ตลอดจนทัศนคติ ความต้องการ และความคาดหวังของกลุ่มชาติพันธุ์ ชาติพันธุ์ต่างๆ ในการผลิตสินค้าหัตถกรรม และปัญหาและอุปสรรค เป็นต้น

กลุ่มชาติพันธุ์ที่ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประเภทผ้าทอ

เพื่อทราบถึง ทัศนคติ ความต้องการ และความคาดหวังของกลุ่มชาติพันธุ์ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

1.3) สังเกต และรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับชนิดผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ และรวบรวมตัวอย่างผลิตภัณฑ์

2) ข้อมูลทุติยภูมิ(Secondary data) เป็นการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ตำรา เอกสารต่างๆ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การคัดเลือกตัวอย่าง

การคัดเลือกตัวอย่างใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ จึงใช้ตัวอย่างจำนวนน้อย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) การสังเกต คณะผู้วิจัยใช้กระบวนการสังเกต ประกอบการซักถาม การจดบันทึกและการบันทึกภาพ เกี่ยวกับลักษณะทางวัฒนธรรม สภาพวิถีการดำเนินชีวิตของสมาชิกในชุมชน รวมถึงสภาพทางเศรษฐกิจ กระบวนการผลิต แนวทางการออกแบบลวดลาย และ การจัดการตลาด

2) การสัมภาษณ์ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จำนวน 3 ชุด ดังนี้

2.1) แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 1 แบบสัมภาษณ์ หัวหน้าศูนย์พัฒนาโครงการหลวง เพื่อทราบลักษณะข้อมูลเบื้องต้น เช่น จำนวนและลักษณะของกลุ่มชาวไทยภูเขาภายในสังกัดของศูนย์ เช่น ประเภทหัตถกรรมที่ทำ รายชื่อบุคคลและหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้องในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ทั้งในด้านการส่งเสริม การผลิต การจัดจำหน่าย และ ปัญหาและอุปสรรค เป็นต้น(แบบสัมภาษณ์ในภาคผนวก)

2.2) แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 2 แบบสัมภาษณ์ หัวหน้าหมู่บ้าน / หัวหน้ากลุ่ม / ผู้รู้ /

หน่วยงานสนับสนุน เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในด้านต่างๆ เช่นการดำเนินการด้านการผลิต การบริหารจัดการ แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การตลาด เรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต (ถ้ามี) ตลอดจนทัศนคติ ความต้องการ และความคาดหวังของกลุ่มชาติพันธุ์ ชาติพันธุ์ต่างๆ ในการผลิตสินค้าหัตถกรรม และปัญหาและอุปสรรค เป็นต้น (แบบสัมภาษณ์ในภาคผนวก)

2.3) แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 3 แบบสัมภาษณ์ ผู้ผลิตชิ้นงานหัตถกรรม เพื่อทราบถึงทัศนคติ ความต้องการ และความคาดหวังของกลุ่มชาติพันธุ์ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรม(แบบสัมภาษณ์ในภาคผนวก)

การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลการส่งเสริมทั้งหน่วยงานของรัฐบาล และเอกชนเพื่อมาใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์

2) ศึกษารูปแบบและวิธีการสัมภาษณ์

3) ประมวลรายละเอียดจากเอกสารงานวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง การสอบถามผู้เกี่ยวข้องเบื้องต้น

4) สร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

5) ประชุมกลุ่มวิจัยย่อย เพื่อปรับปรุงแก้ไข

6) ประชุมกลุ่มวิจัยกลุ่มใหญ่ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อแก้ไขปรับปรุงแบบสัมภาษณ์

7) นำแบบสัมภาษณ์ที่สมบูรณ์แล้วไปดำเนินการเก็บข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการโดยการ สังเกต และการสัมภาษณ์เจาะลึก

การตรวจสอบข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูลทำตามลำดับขั้นดังนี้

1) ประมวลรูปภาพ เครื่องบันทึกเสียงดิจิทัล เทปบันทึกเสียง เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ เปรียบเทียบกับข้อมูลที่จดบันทึกมาในแบบสัมภาษณ์

2) ตรวจสอบจำนวนตัวอย่าง ตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของข้อมูลตามวัตถุประสงค์ หากยังไม่สมบูรณ์ในส่วนใด มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติม



3) รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและสัมภาษณ์ นำไปประชุมกลุ่มย่อยในคณะผู้วิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลร่วมกัน ก่อนนำข้อมูลไปใช้ในการทำรายงาน และการวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการวิเคราะห์จากเนื้อหาที่ได้จากข้อมูลทุกขุม และประมุขุมต่างๆ เป็นการวิเคราะห์กรณีศึกษา

การรายงานผล

รายงานผลโดยอ้างอิงคำพูดหรือเรื่องราวจริงจากกลุ่มตัวอย่าง (Report rich narrative) การสรุปผล จะสามารถใช้อ้างอิงได้เฉพาะกลุ่ม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 2

ประวัติความเป็นมาและชาติพันธุ์ของชุมชน

ชาวคะฉิ่นเป็นชนชาติหนึ่งที่มีวัฒนธรรมเป็นของตัวเองอย่างเด่นชัด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ ภาษา รวมถึงพิธีกรรมและความเชื่อต่าง ๆ แต่เดิมตั้งถิ่นฐานอยู่อาศัยและเดินทางเร่ร่อนไปในดินแดนต่าง ๆ ของประเทศสหภาพพม่าและสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมากอาศัยอยู่ในดินแดนรัฐคะฉิ่น ที่อยู่ทางตอนเหนือของพม่า รัฐคะฉิ่นเป็นดินแดนที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติและป่าไม้เนื่องจากมีแม่น้ำสองสายไหลมาบรรจบกันที่เมืองมิตจินอัน เป็นเมืองหลวงของรัฐ นอกจากรัฐคะฉิ่นแล้วบางส่วนของชาวคะฉิ่นยังอาศัยอยู่ในรัฐฉานดินแดนของชาวไทยใหญ่ และบางส่วนได้อพยพเข้าไปอยู่ทางมณฑลคุนหมิง ประเทศจีน

ชาวคะฉิ่นยังสามารถแบ่งออกเป็น 6 เผ่าย่อย ๆ ได้แก่ คะฉิ่นจิ้งเผาะ คะฉิ่นราวาง คะฉิ่นลีสุ คะฉิ่นอาชี คะฉิ่นลาชี และคะฉิ่นมารู โดยคะฉิ่นจิ้งเผาะมีจำนวนมากที่สุด และคะฉิ่นราวางเป็นอันดับสอง แต่ละเผ่าจะมีเอกลักษณ์ของการแต่งกาย ภาษา รวมทั้งรายละเอียดของวัฒนธรรมบางอย่างที่ต่างกันไป แต่สิ่งที่เป็นจุดร่วมซึ่งบ่งบอกถึงความเป็นชาวคะฉิ่น คือ ภาษาจิ้งเผาะ ซึ่งมีทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน โดยภาษาเขียนจะเป็นลักษณะของการประยุกต์ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษ เช่นเดียวกับภาษามาเลเซีย และอินโดนีเซีย กิคคั้นโดยมิชชันนารีชาวอเมริกันเชื้อสายสวีดิชชื่อ โอลา อันเซน

ประวัติของชาวคะฉิ่นในรัฐคะฉิ่น

ชาวคะฉิ่นเป็นชนชาติที่มีความภาคภูมิใจในความเป็นชาติของตนสูง สังกัดได้จากความพยายามที่จะปกครองตัวเองในฐานะรัฐอิสระตั้งแต่ช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 19 ที่พม่าตกอยู่ใต้อาณานิคมของประเทศไทย เจ้าฟ้าและผู้นำคะฉิ่นได้แสดงความจำนงค์ต่อรัฐบาลอังกฤษที่จะขอเป็นเอกราช แต่ได้รับการปฏิเสธ จนมาถึงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ชาวคะฉิ่นได้ร่วมกับชาวพม่าเพื่อเรียกร้องเอกราชจากอังกฤษ โดยร่วมทำข้อตกลงสนธิสัญญาปางโหลงที่จะให้มีการรวมประเทศและการปกครองแบบสหภาพ โดยในสัญญาระบุว่าหากชาวคะฉิ่นอยู่ร่วมกับสหภาพได้ครบ 10 ปี จะมีสิทธิแยกตัวออกไปปกครองตนเองได้ แต่ในที่สุดผู้นำพม่ากลับเพิกเฉย ส่งผลให้เกิดสงครามกลางเมืองระหว่างคะฉิ่นกับพม่ามาเป็นเวลาหลายทศวรรษ

กองกำลังคะฉิ่นอิสระ (Kachin Independence Organization) ซึ่งพัฒนามาจากนักศึกษาและปัญญาชนที่ได้รับการศึกษาในมหาวิทยาลัยย่างกุ้งและมหาวิทยาลัยมณฑลยูนนาน ที่ได้รวมตัวกันเพื่อ



เรียกร้องเอกราชให้รัฐกะฉิ่นได้ทำการสู้รบกับกองกำลังทหารพม่ามาเป็นเวลาเกือบครึ่งศตวรรษ และในที่สุดทั้งสองฝ่ายได้เจรจาหยุดยิงเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2537 เพื่อให้รัฐกะฉิ่นได้รับการพัฒนาและประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตามเจตนารมณ์ดังกล่าวกลับไม่ได้รับการตอบสนองในทางปฏิบัติจากรัฐบาลทหารพม่า ชาวกะฉิ่นยังคงขาดสิทธิ เสรีภาพ ในการทำมาหากิน ขาดโอกาสทางการศึกษา และปัจจัยต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต การอพยพของชาวกะฉิ่นไปยังประเทศเพื่อนบ้านที่มีความสงบจึงเกิดขึ้นตลอดในช่วงสงครามกลางเมือง และหนึ่งในจุดหมายคือประเทศไทย

ประวัติของชาวกะฉิ่นในไทย

ชาวกะฉิ่นได้ทยอยอพยพเข้ามาในประเทศไทยด้วยสาเหตุของความไม่สงบจากสงครามกลางเมืองและสาเหตุอื่นๆ จากคำบอกเล่าของผู้นำฝ่ายวัฒนธรรมชาวกะฉิ่น ชาวกะฉิ่นกลุ่มแรกที่เข้ามาในประเทศไทยเป็นทหารในประเทศพม่า ที่เข้าร่วมรบในสงครามปราบคอมมิวนิสต์สมัยก๊กมินตั๋ง เมื่อสงครามสงบลงพวกเขาไม่ได้กลับไปยังภูมิลำเนาที่รัฐกะฉิ่น แต่กลับอพยพมายังประเทศไทยแทน

ในช่วงแรกของการอพยพชาวกะฉิ่นยังไม่เป็นที่รู้จักในประเทศไทย ดังนั้นชาวกะฉิ่นจึงปกปิดชาติพันธุ์ของตัวเองและพยายามที่จะผสมกลมกลืนกับชนเผ่าท้องถิ่น แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นตามมาคือ เด็กที่เป็นลูกครึ่งของชาวกะฉิ่นและชาวเขาในประเทศไทยจะสูญเสียอัตลักษณ์ความเป็นคนกะฉิ่นที่มีทั้งภาษาและวัฒนธรรมเป็นของตนเองไป ดังนั้นเพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาและรื้อฟื้นวัฒนธรรมของชาวกะฉิ่น จึงเกิดแนวคิดที่จะรวมตัวกันโดยสังเวยเสี่ยงชักชวนให้ชาวกะฉิ่นมาอาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน การรวมตัวกันเริ่มจากชาวกะฉิ่น 7 ครอบครัว ในปี พ.ศ. 2519 ที่หมู่บ้านปางมะเยา ตำบลปิงโค้ง อำเภอเชียงดาว แต่อยู่ได้ไม่นานก็เกิดปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัยทับซ้อนกับพื้นที่ป่าสงวน จึงต้องโยกย้ายมาที่โครงการหลวงหนองเขียว

ด้วยพระมหากรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในปี 2525 ชาวกะฉิ่นสามารถตั้งหมู่บ้านได้ภายใต้ความอุปถัมภ์ของโครงการหลวง ที่ บ้านใหม่สามัคคี ตำบลเมืองนะ อำเภอเชียงดาว โดยจนถึงปัจจุบันยังเป็นหมู่บ้านกะฉิ่นเพียงหมู่บ้านเดียวในประเทศไทย เมื่อชาวกะฉิ่น ที่กระจัดกระจายอยู่ทั่วประเทศรวมถึงชาวกะฉิ่นในรัฐกะฉิ่นและรัฐฉานที่ได้รับความเดือดร้อนจากการถูกจำกัดอิสระในการดำรงชีวิตจากรัฐบาลทหารพม่าได้ทราบข่าวการจัดตั้งหมู่บ้านขึ้น จึงตัดสินใจอพยพย้ายถิ่นมาอาศัยในหมู่บ้านดังกล่าวมากขึ้นจากเดิมมีเพียง 7 ครัวเรือน ได้เพิ่มขึ้นเป็น 70 ครัวเรือน

การรื้อฟื้นวัฒนธรรมของชาวกะฉิ่นในไทย

ชาวกะฉิ่น ณ บ้านใหม่สามัคคี ได้ตระหนักถึงปัญหาการสูญเสียอัตลักษณ์ความเป็นคนกะฉิ่นที่จะเกิดขึ้นกับเด็กรุ่นใหม่ซึ่งเป็นลูกครึ่งระหว่างพ่อหรือแม่ชาวกะฉิ่นกับชนเผ่าอื่น จึงได้ริเริ่มให้มีการฟื้นฟูวัฒนธรรมกะฉิ่นให้กับเด็กๆ ในหมู่บ้าน โดยจัดกิจกรรมการเรียนรู้ภาษากะฉิ่น เนื่องจากเชื่อว่าหากเด็กสามารถใช้ภาษากะฉิ่นในการติดต่อสื่อสารได้ จะรักและภูมิใจในความเป็นชาวกะฉิ่นมากขึ้น เป็นเวลาหลายปีแล้วที่ในช่วงปิดเทอมเด็กชาวกะฉิ่นไม่ว่าจะอาศัยอยู่ในหมู่บ้านหรือในเมืองจะมีโอกาสได้ศึกษาภาษากะฉิ่น จนในปัจจุบันเด็กๆ ในหมู่บ้านส่วนใหญ่สามารถพูดภาษากะฉิ่นและนำมาใช้ในการสื่อสารได้

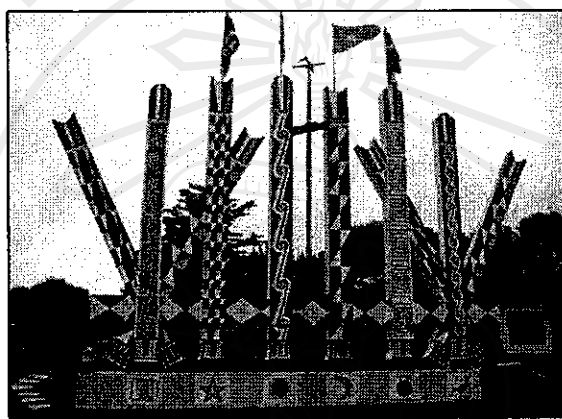
นอกเหนือจากภาษาแล้ว ศูนย์รวมจิตใจที่สำคัญที่สุดอีกอย่างหนึ่งสำหรับชาวกะฉิ่นทุกเผ่าพันธุ์ คือ เสาะหน่าว หรือ มะหน่าวซาตุง (รูปที่ 2-1) เสาะหน่าวบริเวณลานหญ้าในบ้านใหม่สามัคคีถูกจำลองตามแบบของเสาะหน่าวในรัฐกะฉิ่น นอกจากเป็นสัญลักษณ์แห่งการสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณ ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและใช้ในการประกอบพิธีรำมะหน่าวถวายพระพรชัยแล้วยังเป็น สัญลักษณ์ของความร่วมมือร่วมใจของชาวกะฉิ่นที่ได้ร่วมกันจัดตั้งหมู่บ้านขึ้นมางบประมาณที่ใช้ในการก่อสร้างส่วนหนึ่งได้มาจากส่วนราชการแต่ไม่เพียงพอ จึงทำการเรียไ้รจากชาวกะฉิ่นจากทั่วประเทศ สะท้อนให้เห็นถึงความสามัคคีและการช่วยเหลือซึ่งกันและกันของชาวกะฉิ่นในการสร้างสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชนเผ่าให้สำเร็จ

เสาะหน่าวมีจำนวนสิบคัน แบ่งเป็นหกคันแรกซึ่งหัวเสามีลักษณะโค้งกลม มีสีส้มสวยงามเปรียบเหมือนเพศสตรี ซึ่งเป็นพระมารดาของชนเผ่ากะฉิ่นที่ชื่อ “หนึ่งก่อนจะนูน” สีต่างๆ ที่ใช้มีความหมาย สีแดง คือ ความกล้าหาญ สีขาว คือ ศาสนาและจิตใจที่สะอาดบริสุทธิ์ สีเขียว คือ ความอุดมสมบูรณ์ของพืชผลทางการเกษตร สีฟ้า คือ ความสวยงาม และสีเหลือง คือ แสงสว่างให้ความอบอุ่น แสดงถึงความสงบสุข สำหรับเสา 4 คันที่เหลือมีหัวเสาที่เว้า เปรียบเหมือนเพศชาย ซึ่งเป็นพระบิดาผู้ให้กำเนิด ชื่อ หนึ่งก่อนแห้วซุ่น เสาทั้งสิบคันจะถูกยึดไว้ด้วยกันโดยเสาขวางซึ่งหากจากพื้นดินเพียงเล็กน้อย

ลวดลายบนเสาได้มาจากการจำลองร่องรอยของมด นก ผีเสื้อที่กำลังบิน วัว คattle และเมล็ดพันธ์ที่เบ่งบาน โดยลวดลายต่าง ๆ เหล่านี้ส่วนใหญ่อยู่ในรูปของสีเหลี่ยมขนมเปียกปูนและเส้นโค้ง ถัดจากเสาลงมาเล็กน้อยจะมีนกกก หรือนกเงือก ขวางตรึงยึดอีกชั้น นกเงือกถือเป็นราชาของนก มีความอดทน รักเดียวใจเดียว และปกป้องผู้ที่อ่อนแอกว่า ชาวกะฉิ่นจึงยกย่องให้นกเงือกเป็นสัญลักษณ์ของการอยู่เป็นคู่ สมัยก่อนแต่งงานแล้วจะอยู่กันจนกว่าจะตายจากกัน ไม่มีการหย่าร้าง บริเวณลำตัวของนกเงือกจะมีรูปภาพสัตว์ เช่น นกเขา นกอีแร้ง ปลา พญานาค และกบ ซึ่งภาพสัตว์ต่าง ๆ จะมีความหมายในตัวเองบ่งบอกถึงสถานะและคุณสมบัติต่างๆ ภาพนกพิราบเป็นสัตว์ที่เป็นที่รักของนก



ทุกชนิด ถ้าหากส่งเสียงร้องนกทั้งหลายจะบินมาหา ภาพดวงอาทิตย์ ดวงจันทร์ และดวงดาว บ่งบอกถึงการดำรงชีวิตของสัตว์โลก และสิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นผู้สร้าง ดวงอาทิตย์เป็นแสงสว่างของชาวโลกในเวลากลางวัน ดวงจันทร์เป็นแสงสว่างของชาวโลกในเวลากลางคืน ดวงดาวเปรียบเสมือนความมั่งมีศรีสุข เงินทองมากมาย มีความสดใสเหมือนดาวที่อยู่บนท้องฟ้า ภาพเป่า (ฆ้อง) สมัยก่อนมีอยู่ที่บ้านเจ้าฟ้า ถ้าหากมีเรื่องสำคัญมากๆ ก็จะตีฆ้องเพื่อเรียกทุกคนมารวมตัวกันที่บ้านของเจ้าฟ้า ภาพทอง (กลอง) ใช้ตีเพื่อเรียกประชุมเรื่องธรรมดา หรือแจ้งข่าวสารตามปกติ



รูปที่ 2 - 1 เสามะหน่าวบริเวณลานหน้า ณ บ้านใหม่สามัคคี

ความพยายามในการรื้อฟื้นวัฒนธรรมคะฉิ่นไม่ได้ถูกจำกัดเฉพาะการฟื้นฟู ภาษา และเสามะหน่าว แต่ยังรวมถึงการนำเอาความรู้ในเรื่องของประเพณีและเครื่องแต่งกายดั้งเดิมของชนเผ่ามาถ่ายทอดให้กับเด็กๆ ในหมู่บ้านเพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ของตน (สุจิตา จาปะนะ, สาละวินโพสท์ ฉบับที่ 19 วันที่ 15 พ.ย. – 31 ธ.ค. 47)

การรำมะหน่าว

จากบทความเรื่อง The Kachin Manau Festival เขียนโดย Kyi Kyi Hla ได้กล่าวถึงวัฒนธรรมการรำมะหน่าวว่า ผู้ชายจะแต่งตัวคล้ายๆ นักรบพร้อมกับถือดาบ ส่วนผู้หญิงจะแต่งกายด้วยชุดที่มีสีสันสวยงาม ในวัฒนธรรมของชนเผ่าคะฉิ่นการรำมะหน่าวจะรำในงานพิธีเฉลิมฉลองมะหน่าว ซึ่งในอดีตเป็นพิธีกรรมในการบวงสรวงวิญญาณ (หรือ nat ในภาษามะหน่าว) การรำมะหน่าว มีอยู่กว่า 10 ประเภท แต่สามารถแบ่งเป็นประเภทหลักๆ ได้ 5 ประเภท ซึ่งได้แก่ ชู เริน มะหน่าว (hsu rein manau) ปาดาน มะหน่าว (pa dan manau) จู มะหน่าว (ju manau) กุน แรน มะหน่าว (kun ran manau) และ ชา ดิป มะหน่าว (Sha Dip Manau)

ในขณะที่ ปาดาน มะหน่าว เป็นงานพิธีที่จัดขึ้นเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจในการออกศึก รวมถึงเป็นการรวมพลเพื่อที่จะไปทำสงคราม งานพิธี อุ มะหน่าว จัดขึ้นเพื่อใช้ขอพรให้มีสุขภาพที่ดี ปราศจากอันตราย คุณ แรน มะหน่าว เป็นพิธีดั้งเดิมในการอวยพรสมาชิกในครอบครัวที่ตัดสินใจจะออกไปสร้างครอบครัวใหม่ รวมถึงการออกไปทำงานหาเลี้ยงตนเอง งานพิธี ชา คิป มะหน่าว ถึงจัดขึ้นเพื่อขับไล่สิ่งที่ไม่ดี ออกจากผืนดินที่กำลังจะทำการเพาะปลูก และพิธีที่สำคัญที่สุด คือ ชู เริน มะหน่าว ซึ่งเป็น งานพิธีที่เฉลิมฉลองความใญ่ของ Duwagyi ปัจจุบันการร่ำมะหน่าว ชู เริน ยังคงจัดในรัฐคะฉิ่นเพื่อเป็นเกียรติแก่ความพยายามของชาวคะฉิ่นในการพัฒนารัฐคะฉิ่น

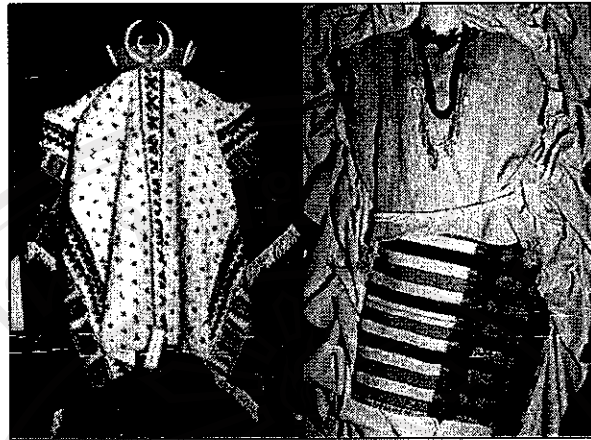
ระหว่างวันที่ 2 -5 ธันวาคม 2548 ที่ผ่านมา ณ หมู่บ้านใหม่สามัคคีได้มีการจัดงาน “คะฉิ่น ร่ำ มะหน่าว ถวายพระพรชัยมงคล แด่องค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว” เพื่อแสดงถึงความสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณของพระองค์ท่านที่มีต่อชนเผ่าคะฉิ่น โดยพิธีร่ำมะหนาวนั้นถือได้ว่าเป็นการถวายความเคารพขั้นสูงสุดของชนเผ่าคะฉิ่น

การแต่งกายของชาวคะฉิ่น

ในเทศการณ์สำคัญต่างๆ เช่น งานเฉลิมฉลอง งานแต่งงาน และงานศพ ชาวคะฉิ่นจะสวมใส่เสื้อผ้าของชนเผ่าที่มีการประดิษฐ์และตกแต่งอย่างวิจิตร ชุดดั้งเดิมของชาวคะฉิ่นนั้นมีความแตกต่างกันในแต่ละเผ่าทั้งในด้านรูปแบบ การใช้วัสดุ เทคนิคในการประดิษฐ์ รวมถึงการออกแบบ อย่างไรก็ตามบ่อยครั้งที่ชุดของชาวคะฉิ่นจึงเผาะ (รูปที่ 2-2) ได้รับการยอมรับให้เป็นตัวแทนชุดของชาวคะฉิ่นทั้งหมด สืบเนื่องจากประชากรของเผ่าดังกล่าวมีจำนวนมากที่สุด



รูปที่ 2-2 ชุดของชายและหญิงชาวคะฉิ่นเผ่าจิ้งเผาะ



รูปที่ 2 - 3 ชุดของชายและหญิงชาวคะฉิ่นเผ่ารวง



รูปที่ 2 - 4 ชุดของชายและหญิงชาวคะฉิ่นเผ่าลาฮี



รูปที่ 2 - 5 ชุดของชายและหญิงชาวคะฉิ่นเผ่าลีสุ



รูปที่ 2-6 ชุดของหญิงชาวคะฉิ่น จิ้งเผาะ Hkaku

ชุดของชาวคะฉิ่นจิ้งเผาะผู้ชายประกอบไปด้วย กางเกงขายาวสีดำแบบของรัฐบาลน เสื้อเชิ้ตสีขาว เสื้อคลุมแขนยาวสีดำแบบเหมา และโพกศีรษะด้วยผ้าไหมสีเหลือง โดยทั่วไปสามารถหาซื้อได้ตามท้องตลาด นอกจากนั้นในงานแต่งงานชายชาวคะฉิ่นจะสะพายย่ามสีแดงทอมือมีลวดลายในแนวขวาง ประดับตกแต่งด้วยเครื่องเงิน พร้อมทั้งถือดาบที่ทำจากเงิน สำหรับเครื่องแต่งกายของหญิงชาวคะฉิ่นจะสวมใส่ผ้าชิ้นทอมือโดยใช้กี่เอว หากมีความประณีตมากจะกินเวลาในการทอหลายเดือน เช่นเดียวกับหมวกและที่รัดน่องจะได้จากการทอ สำหรับเสื้อคลุมจะถูกตัดเย็บด้วยผ้ากำมะหยี่สีดำประดับด้วย พู่ และแผ่นเงินกลม โดยคุณภาพและปริมาณของเงินที่นำมาใช้ในการตกแต่งจะขึ้นอยู่กับฐานะที่ผู้สวมใส่สามารถจัดหาได้ (รูปที่ 2 - 3 ถึง 2 - 6)

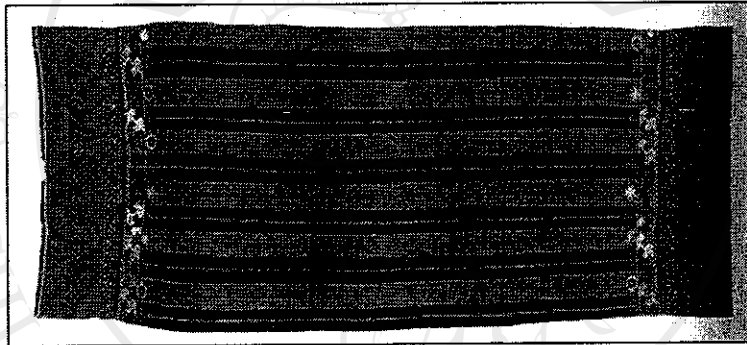
รูปแบบเครื่องแต่งกายของแต่ละเผ่า รวมถึงเทคนิคในการประดิษฐ์ บางกลุ่มจะมีลักษณะเหมือนกัน เช่น ผู้ชายเผ่า จิ้งเผาะ Htingnai และจิ้งเผาะ Hkaku จะแต่งกายด้วย ผ้าชิ้นลายตาราง เสื้อเชิ้ตสีขาว เสื้อคลุมสีดำ และโพกศีรษะด้วยผ้าลายตาราง ในขณะที่ชุดผู้หญิงของชาวเผ่าทั้งสองมีความแตกต่างกัน โดยพบว่ากระโปรงของเผ่า Htingnai จะผลิตจากผ้าทอด้วยกี่เอว 2 - 3 ผืน ซึ่งเต็มไปด้วยลวดลายมาเย็บต่อกัน แต่กระโปรงของเผ่า Hkaku จะใช้ผ้าไหมสีดำ ม่วง และเขียว อาจทอด้วยกี่เอวหรือกี่กระตุก ผ้าทอมีลักษณะเป็นลายตารางตกแต่งด้วยแถบผ้าทอเล็กๆ ที่เต็มไปด้วยลวดลาย ด้านหนึ่งด้านใดของผืนผ้าทอ

นอกเหนือจากความแตกต่างที่ได้กล่าวมาแล้ว Michael C. Howards ได้เก็บรวบรวมตัวอย่างของผ้าชิ้นที่มีรูปแบบและลวดลายที่แตกต่างกันออกไปไว้ในหนังสือ Textile of the Highland Peoples of Burma รูปที่ 2 - 7 ถึง 2 - 8 แสดงให้เห็นถึงผ้าชิ้นของคะฉิ่นจิ้งเผาะทางตอนเหนือ มีพื้นเป็นแถบสีแดงสลับกับสีดำตามแนวยาว มีการเก็บลายทางขวางด้วยค้ายสีต่าง ๆ บริเวณด้านปลายทั้งสองข้างของ



ผ้าทอ รูปที่ 2 - 9 เป็นรูปผ้าชิ้นที่ได้จากการต่อผ้าสองผืนมีแถบซึ่งทอจากด้ายสีน้ำตาลบนพื้นที่เป็นสีดำและสีแดงคาดอยู่ 16 แถบเล็กๆ ลายตรงกลางผืนเป็นแถบของลายสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (diamond) ส่วนใหญ่ทอด้วยด้ายสีแดงแต่มีการใช้ด้ายสีชมพู สีน้ำตาล และสีส้มแซมในบางส่วน บริเวณปลายทั้งสองข้างประกอบไปด้วยแถบที่มีพื้นสีแดง ประดับลายซึ่งส่วนมากเป็นลายสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนและลายตะขอ (hook)

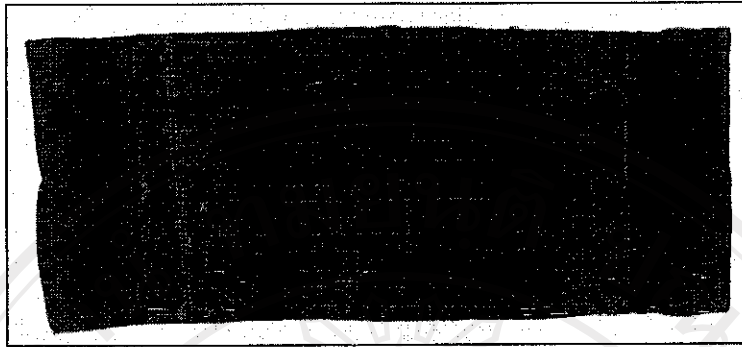
รูปที่ 2 -10 และ 2 -11 เป็นรูปผ้าชิ้นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน คือ ลายตรงกลางผืนจะตกแต่งด้วยลายสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนและลายตัววีที่มีเส้นลักษณะคล้ายตะขอยื่นออกมา ในขณะที่บริเวณด้านล่างของผืนจะใช้ลายซิกแซก (zigzag) ที่มีลายตะขอยื่นออกมาเช่นเดียวกัน ที่ปลายทั้งสองด้านตกแต่งด้วยแถบผ้าที่มีแถบของลายสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนและลายตะขอ



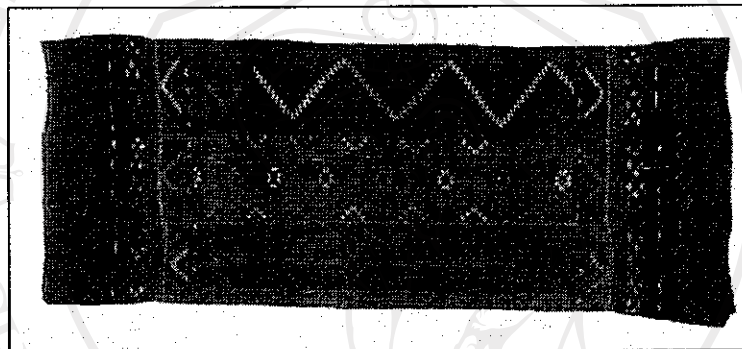
รูปที่ 2 - 7 ผ้าชิ้นของหญิงชาวคะฉิ่น เผ่าจิ้งเผาะ



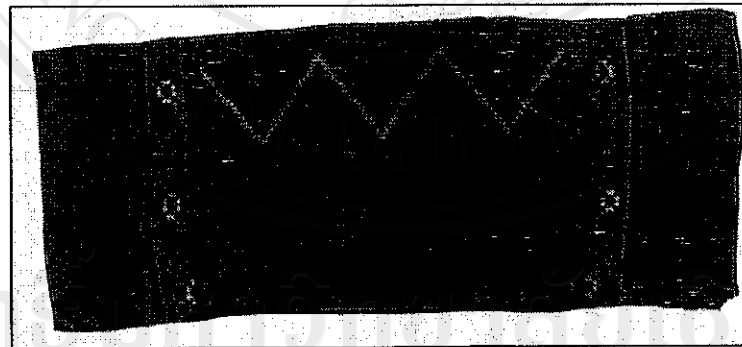
รูปที่ 2 - 8 ผ้าชิ้นของหญิงชาวคะฉิ่น เผ่าจิ้งเผาะ



รูปที่ 2-9 ผ้าชิ้นของหญิงชาวคะฉิ่น ผ้าจิ้งเมาะ



รูปที่ 2-10 ผ้าชิ้นของหญิงชาวคะฉิ่น ผ้าจิ้งเมาะ



รูปที่ 2-11 ผ้าชิ้นของหญิงชาวคะฉิ่น ผ้าจิ้งเมาะ

ผ้าชิ้นดั้งเดิมของชาวคะฉิ่นจะมีลายหลัก (mother pattern) อยู่บนแถบ ๆ หนึ่งซึ่งเย็บต่อไว้ที่ปลายด้านใดด้านหนึ่งของผืนผ้าทอ ลวดลายหลักจะแตกต่างกันไปตามเผ่า แต่มีลักษณะร่วมกันอย่างหนึ่งคือ หากหญิงชาวคะฉิ่นสามารถเรียนรู้ที่จะทอตามลวดลายหลักได้ ก็รู้เทคนิคที่จะต้องใช้เก็บลายของผ้าส่วนที่เหลือทั้งผืนได้ สำหรับลวดลายต่างๆ ที่พบมากมีการพัฒนามาจาก ต้นไม้ เครื่องใช้

ในบ้าน หรือเรื่องเล่าของชนเผ่าเอง จากงานวิจัยผ้าทอสนับสนุนโดยพิพิธภัณฑน์มณฑลเชียงใหม่ ในปี 2001 เทคนิคในการทอผ้าสามารถแบ่งออกได้เป็นสองลักษณะ คือ การทอเก็บลายแบบไม่ต่อเนื่อง (ลาฮี มาดา) และการทอเก็บลายต่อเนื่อง (ชาพัน มาดา) การเลือกใช้เทคนิคและการตีความจะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับผู้ทอ ผู้ทอรายหนึ่งเลือกใช้เทคนิค ชาพัน มาดา ที่เป็นเทคนิคดั้งเดิม มีความซับซ้อนและกินเวลานานกว่า ในขณะที่บางคนเลือกใช้เทคนิค ลาฮี มาดา เพื่อต้องการแสดงให้เห็นความแตกต่างจากกะฉิ่นเผ่าอื่น นอกจากการทอแบบเก็บลายแล้วบางครั้งผู้ทอได้มีการประยุกต์ลวดลายของผ้าทอไปใช้กับการปักเสื้อคลุมด้วย

สำหรับวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการทอและการตกแต่ง นั้นมีความแตกต่างกันไปตามประเภทของชุด โดยปกติจะทำจากผ้าฝ้ายและผ้าขนสัตว์ แต่อาจใช้ผ้าไหม หรือผ้าใยสังเคราะห์แทนได้ เส้นด้ายที่นำมาตกแต่งลวดลายนิยมใช้สีย้อมเคมีมากขึ้นเนื่องจากหาซื้อได้ง่าย แม้ว่าชาวกะฉิ่นส่วนหนึ่งยังสามารถทำการย้อมโดยใช้สีธรรมชาติได้ก็ตาม สีที่ชาวกะฉิ่นนิยม คือ สีแดง สีเหลือง และสีดำ เครื่องตกแต่งที่นิยมนำมาประดับชุด ได้แก่ เครื่องเงิน เหรียญ เมล็ดพืช ปอมปอม กระดุม และเปลือกหอย โดยชนิดและปริมาณของเครื่องประดับจะแสดงให้เห็นฐานะของผู้สวมใส่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 3

ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์หัตถกรรม เรื่องราวเชิงวัฒนธรรมชิ้นงานหัตถกรรม การผลิต การบริหารจัดการ การตลาด และ ทักษะคน

จากการเข้าไปสำรวจพื้นที่ บ้านใหม่สามัคคี ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว ต.เมืองนะ อ.เชียงดาว จ.เชียงใหม่ ในวันที่ 10 สิงหาคม 2549 ในส่วนของงานหัตถกรรมผ้าทอของชนเผ่ากะฉิ่น คณะผู้วิจัยได้ผลจากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง ดังนี้

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1. นายภานุมาศ ทองกระจ่าง | หัวหน้าศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว |
| 2. นางสาวเปรมฤทัย เสมอเชื้อ | เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว |
| 3. นางถิรรม ปะปี้ | ประธานกลุ่มทอผ้าที่เอวและที่กระตุก บ้านเลขที่ 122 |
| 3. นายโยนะธาน | ผู้รู้และผู้นำประจำหมู่บ้าน บ้านเลขที่ 122 |
| 4. นางจาดอน ละลึ | ผู้ผลิต บ้านเลขที่ 609 |
| 5. นางจามาน ละปาง | ผู้ผลิต บ้านเลขที่ 625 |
| 6. นางตุล ไร่ไผ่ | ผู้ผลิต บ้านเลขที่ 640 |
| 7. นางสาวแนนตัง | ลูกสาวประธานกลุ่มทอผ้าที่เอวและที่กระตุก |

ประวัติความเป็นมา

ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียวก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2523 ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่ทรงห่วงใยราษฎรในพื้นที่ซึ่งเป็นชาวเขาที่ยากจน สุขภาพอนามัยทรุดโทรม เด็กชาวเขาส่วนใหญ่เป็นโรคขาดสารอาหาร และยังไม่มียุทธศาสตร์หน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือ เนื่องจากลักษณะภูมิทัศน์ที่โอบล้อมด้วยภูเขาหินปูน พื้นที่เป็นลูกคลื่นลอนลาดและลอนชันจึงมักพบหินปูนผุดขึ้นมาและมีหลุมยุบตัวกระจายอยู่ทั่วไปไม่มีแหล่งน้ำอุปโภคบริโภค จะมีก็แต่น้ำซับซึ่งปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการ ราษฎรต้องอาศัยน้ำฝนในการทำเกษตร บ่อเก็บน้ำและการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ได้รับจึงเท่ากับชีวิตใหม่ให้กับชาวคอย

ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว ตั้งอยู่ ณ หมู่บ้านใหม่สามัคคี ตำบลเมืองนะ อำเภอเชียงดาว มีพื้นที่รับผิดชอบ 30 ตารางกิโลเมตร ภูมิอากาศอยู่ในเขตร้อนจัด มีประชากรอยู่อาศัย 6 เผ่า ได้แก่ ลัวะ มูเซอ ลีซอ อีเก้อ จีนฮ่อ และกะฉิ่น จากการสัมภาษณ์หัวหน้าศูนย์พัฒนาโครงการหลวง



หนองเขียวพบว่า ปัจจุบันในหมู่บ้านมีชาวคะฉิ่นอาศัยอยู่ทั้งสิ้นประมาณ 60 ครัวเรือน นับเป็นประชากรจำนวน 591 คน อาชีพหลักของชาวคะฉิ่นคือทำการเกษตร โดยมีการทำหัตถกรรมเป็นอาชีพเสริม มีโรงทอผ้า 2 โรง โรงทำตุ๊กตาจากไม้แกะหุ 2 โรง ได้รับความช่วยเหลือจาก โครงการหลวงและ ชุมพรพ.



รูปที่ 3-1 ชาวคะฉิ่น เผ่าจิ้งเพาะ (สีดำ) และเผ่าระหว่าง (สีขาว)
ถ่ายรูปร่วมกับชุมพรพ. ที่ให้การช่วยเหลือ ณ บ้านใหม่สามัคคี

การรวมกลุ่มการผลิต

กลุ่มทอผ้าที่เอวและกักระตุกจัดตั้งขึ้นเมื่อ 2 ปีที่ผ่านมา โดยมีนางถิราม ปะปี้ เป็นประธานกลุ่ม ได้รับการสนับสนุนจากทหารโดยให้ทุนกลุ่มทอผ้าที่เอวจำนวน 6,000 บาท และกลุ่มทอผ้าที่กระตุกจำนวน 5,000 บาท โดยการบริหารของทั้งสองกลุ่มอยู่ภายใต้การดูแลของประธานกลุ่มคนเดียวกัน นางถิรามให้สัมภาษณ์ว่าปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมด 9 คน ก่อตั้งกลุ่มขึ้นเมื่อ ปี 2547 ในฤดูฝนสมาชิกส่วนมากจะไปทำไร่ปลูกข้าวสาลีในช่วงพฤษภาคม ถึง สิงหาคม แต่ถ้าเป็นฤดูแล้งหรือว่างจากการเพาะปลูกในช่วงสิงหาคมถึงพฤศจิกายน สมาชิกของกลุ่มจะมารวมตัวที่บ้านของนางถิรามเพื่อทอผ้ากัน เนื่องจากพื้นที่ของบ้านใหม่สามัคคีค่อนข้างแห้งแล้ง ต้องอาศัยน้ำฝนสำหรับการเพาะปลูกเป็นส่วนใหญ่

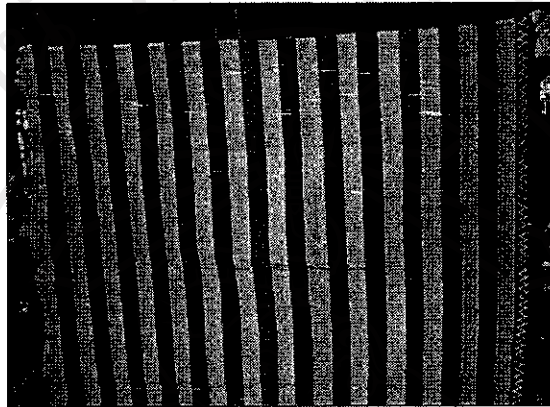
สมาชิกบางคนเช่น นางจาคอน ละลิ ซึ่งปัจจุบันอายุมากแล้ว (65 ปี) เดินทางไม่สะดวก จึงทอผ้าอยู่ที่บ้าน ไม่ได้ไปรวมกลุ่มกับสมาชิกคนอื่น ๆ ที่บ้านของนางถิราม ประธานกลุ่ม

รูปแบบผลิตภัณฑ์

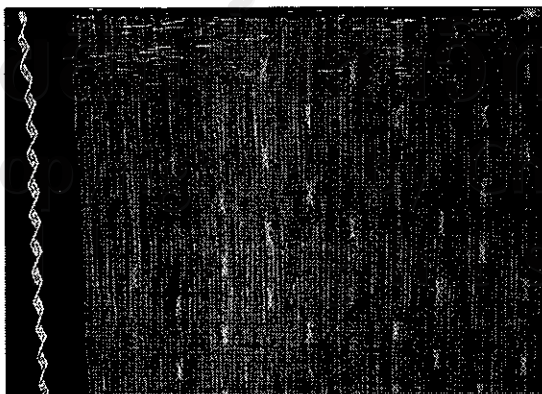
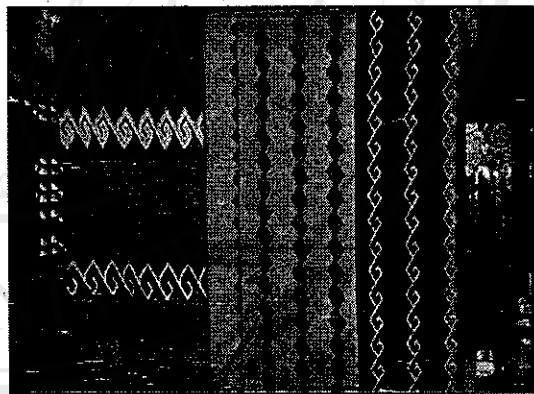
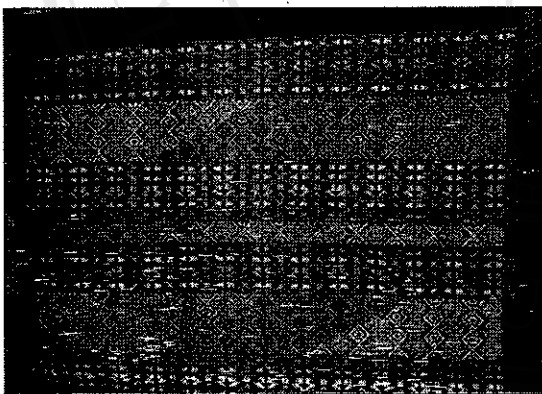
กลุ่มทอผ้าที่เอวและกักระตุกผลิตสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้หลายรูปแบบ (รูปที่ 3-2 และ 3-3) ไม่ว่าจะเป็น ผ้าชิ้น กระเป๋า ผ้าพันคอ ถุงน่อง หมวก ยาม ผ้าคลุมไหล่ แต่รูปแบบที่ที่ทางกลุ่มผลิตมาก



ที่สุดจะเป็นผ้าชิ้นทอเรียบๆไม่ค่อยมีลวดลายตกแต่งมากนัก ขนาดกว้าง 1 เมตร ยาว 2 เมตร สำหรับเผ่าจื๋นเผาะ (สีดำ) และเผ่าระหว่าง (สีขาว) เนื่องจากที่ศูนย์หนองเขียวจะเป็นแหล่งผลิตผ้าลักษณะนี้แห่งเดียวในไทย ส่งผลให้ชาวคะฉิ่นและระหว่างที่กระจายกันอยู่ทั่วประเทศ ต้องมาสั่งซื้อชุดคะฉิ่นที่บ้านใหม่สามัคคี



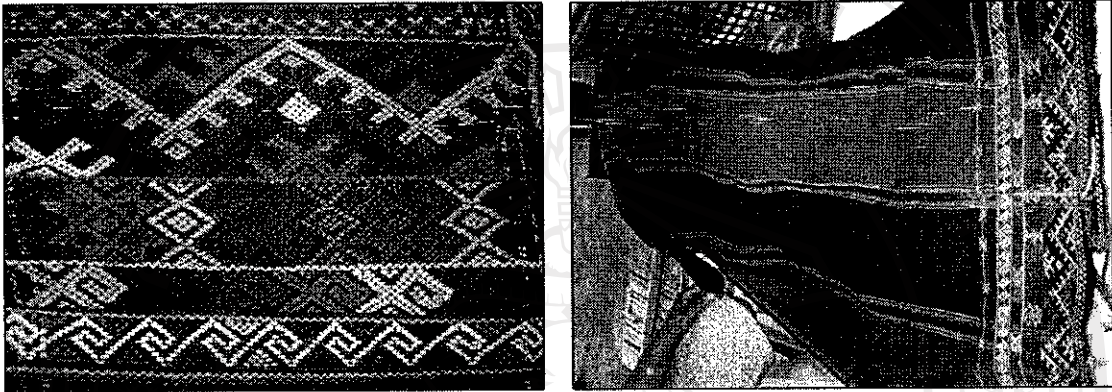
รูปที่ 3 - 2 ผ้าชิ้นขนาด 1 x 2 ม. ผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มผลิตมากที่สุด





รูปที่ 3 - 3 ผ้าชิ้นลวดลายต่าง ๆ ที่ผลิตโดยสมาชิกในกลุ่ม

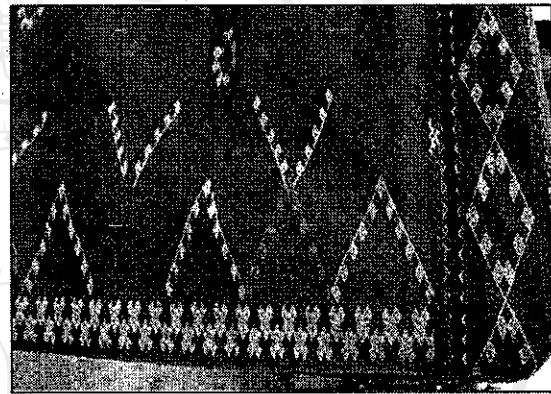
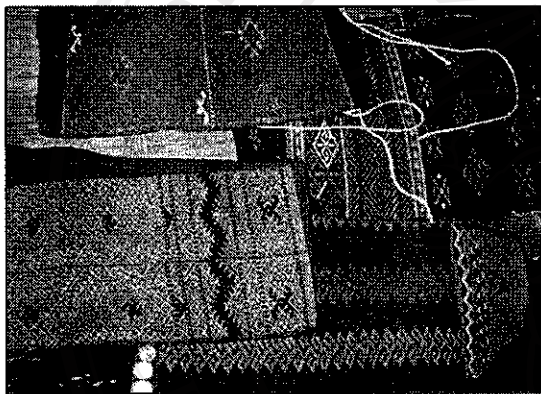
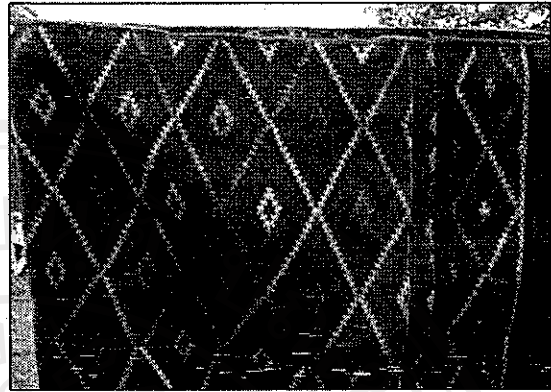
นอกจากผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มประดิษฐ์ขึ้นแล้ว นางธีรารัม ยังได้นำผ้าชิ้นเก่าอายุกว่า 50 ปี มาให้ทางกลุ่มผู้ทำการวิจัยได้ทำการศึกษาถึงความละเอียดและประณีตของลวดลายและเทคนิคดั้งเดิมในการเก็บลายของผ้าทอคะฉิ่น (รูปที่ 3-4)



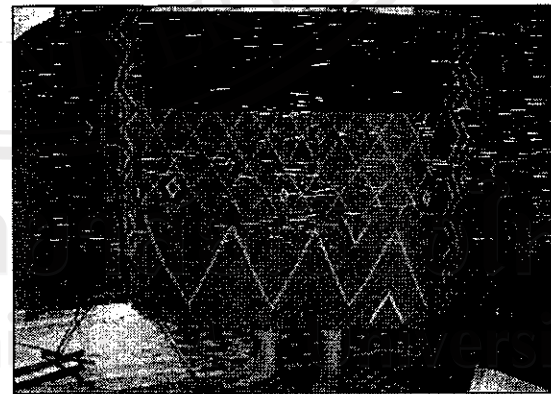
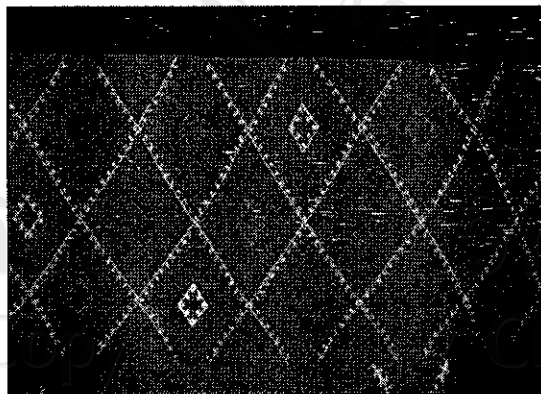
รูปที่ 3 - 4 ผ้าชิ้นดั้งเดิมของชาวคะฉิ่น อายุกว่า 50 ปี

นอกจากผลิตภัณฑ์ของสมาชิกในกลุ่มที่จำหน่าย ณ บ้านของนางธีรารัมแล้ว นางจามาน ได้นำเสนอผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ผลิตเองได้แก่หมวก ของใส่มือถือ (คิดเอง) ผ้าชิ้น กระเป๋า (รูปที่ 3-5) เช่นเดียวกับนางจาดอนซึ่งได้ผลิต ผ้าชิ้น ถุงน่อง และข้อม (รูปที่ 3-6) อย่างไรก็ตาม เนื่องจากทั้งนางจามานและนางจาดอนเป็นผู้เฒ่าของหมู่บ้านและเริ่มเรียนรู้การทอผ้าจากคุณแม่เมื่ออายุได้ 13 ปี จึงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความประณีต และมีลวดลายที่สวยงามอย่างเห็นได้ชัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



รูปที่ 3 - 5 นางจามานและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ประดิษฐ์ขึ้น

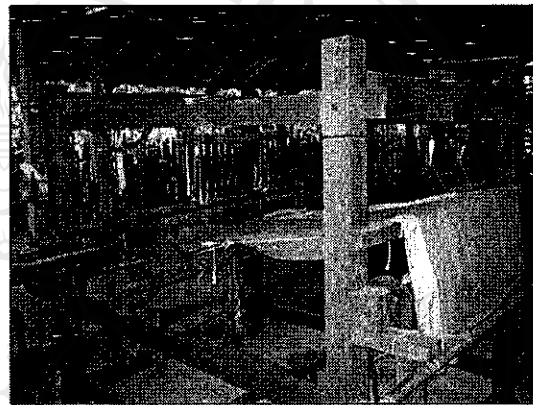


รูปที่ 3 - 6 ผ้าขึ้นทอโดยนางจาดอน ตั้งราคาขายไว้ 4,000 บาท

กระบวนการผลิต

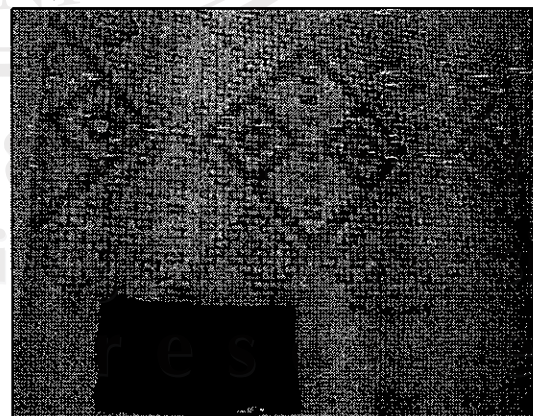
ผ้าทอชาติพันธุ์จีน

นางธีรรมได้ให้สัมภาษณ์ว่าในการผลิตมีทั้งการทอผ้าแบบกี่เอว และแบบกี่กระตุก (รูปที่ 3- 7) สมาชิกทุกคนสามารถทอกี่เอวได้ (วัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา) แต่การทอกี่เอวมีข้อจำกัดคือใช้เวลา มากกว่า ผ้าที่ทอได้นั้นจะแคบกว่าต้องนำมาต่อกันหลายๆ ชิ้น และไม่สามารถทิ้งไว้เพื่อไปทำธุระ อย่างอื่นได้ อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่ากี่กระตุกจะสามารถผลิตผ้าที่มีคุณภาพสูงกว่า แต่สมาชิกในกลุ่ม สามารถทอกี่กระตุกได้เพียง 3 คน เนื่องจากต้องใช้เวลาฝึกฝนอย่างหนักประมาณ 3-4 เดือน

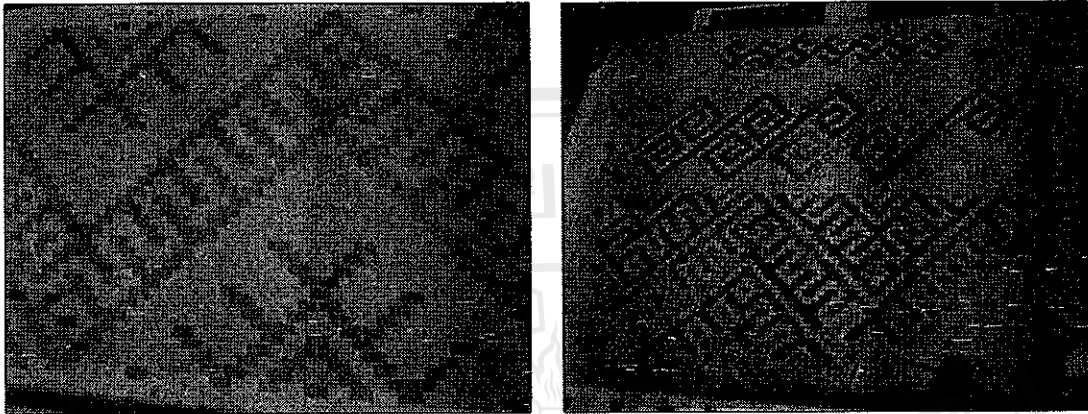


รูปที่ 3 - 7 กี่เอวและกี่กระตุกของกลุ่มทอผ้า ณ บ้านนางธีรรม ประธานกลุ่ม

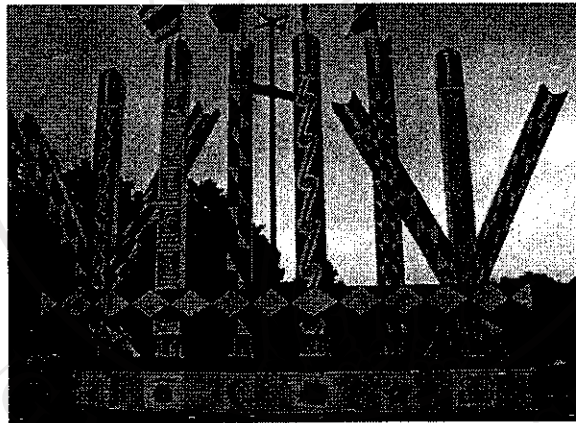
สำหรับลวดลายที่ใช้ในการทอ มีการถอดแบบจากลายดั้งเดิมเก็บไว้โดยนายโยนระธาน ผู้รู้ของกลุ่ม เนื่องจากเสียดายหากลายดั้งเดิมต้องสูญหายไป บางส่วนเป็นการลอกมาจากเสมาหน้า (ลายดั้งเดิมของชาวคะฉิ่นที่วาดบนเสา) บางส่วนมาจากผ้าของบรรพบุรุษ ลวดลายที่ใช้มีทั้งลายที่เป็นของดั้งเดิมและสมัยใหม่ผสมกัน (รูปที่ 3- 8 ถึง 3-10)



รูปที่ 3 - 8 การถอดแบบลายจากผ้าทอในอดีต



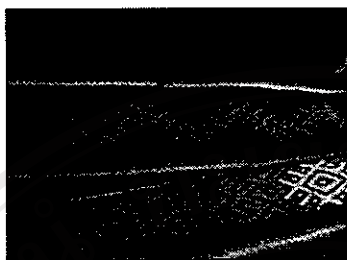
รูปที่ 3-9 ลายที่ทำยาก แต่สามารถขายได้ราคาสูง



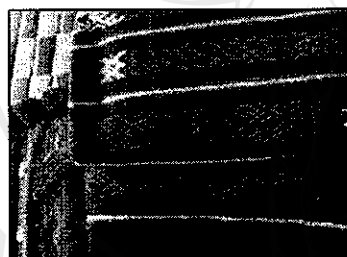
รูปที่ 3-10 เสามะนาวเสาคัดคี่สิทธิ์ประจำชนเผ่าคะฉิ่น ที่มาบางส่วนจากลวดลายต่าง ๆ

ในการผลิตหากลูกค้าขอให้ทำการเก็บลายทางกลุ่มก็จะทำให้ตามที่ต้องการ แต่หากไม่ได้กำหนดการตัดสินใจว่าจะเก็บลายหรือทำแบบเรียบๆ ก็ต้องพิจารณาจากกำลังการผลิตในขณะนั้นๆ อีกครั้งหนึ่ง

สำหรับความหมายของลายนั้นผู้ให้สัมภาษณ์ต่างให้คำตอบในทิศทางเดียวกันว่า ไม่ทราบความหมายและที่มาของแต่ละลาย เพียงแต่จำลักษณะได้ นางจาดอนบอกชื่อลายต่างๆ ต่อไปนี้เป็นภาษาคะฉิ่น(รูปที่ 3-11)



สันคำมะกา

กรังมะกา
(เส้นสีเหลือง)หย่าเทียนปู
(ลายสีน้ำเงิน)

รูปที่ 3 - 11 ลายต่าง ๆ ที่มีชื่อเรียกเป็นภาษาคะลีน

ต้นทุนวัตถุดิบ

กลุ่มทอผ้าที่เอวและกึ่งกระตุกซื้ออุปกรณ์การผลิตที่ตลาดวโรรส ร้านชิงทอง

- ด้ายห่อใหญ่ (100 มัด) ราคา 900 บาท
- ไหมเทโร (100 มัด) ราคา 1,300 บาท (เส้นเล็ก, สวยและใส่สบายกว่าด้ายธรรมดา)
- เหล็ก (500 เส้น) ราคา 150 บาท
- ด้ายสี ห่อเล็ก (20 มัด) ราคา 150 บาท

การซื้อต่อครั้งเฉลี่ยประมาณ 2,000 บาทจ่ายเป็นเงินสด จะซื้อต่อเมื่อวัตถุดิบใกล้หมด เช่น หากด้ายสีไหนหมดก็จะฝากคนที่ไปธุระในเมืองซื้อกลับมาให้

การผลิตผ้าถุงหนึ่งผืนใช้ด้ายประมาณ 4 มัด (แต่ถ้าเป็นไหมเทโรจะใช้ไม่ถึง 4 มัด) ในหนึ่งผืนจะใช้ทั้งด้ายธรรมดาและไหมเทโรผสมกันเพื่อให้สวมใส่สบายและเป็นการลดต้นทุน



ต้นทุนต่อผ้าชิ้นทอขนาด 1 x 2 เมตรหนึ่งผืนประกอบด้วย

- ค่าด้าย 80 บาท
- ค่าแรง 120 บาทสำหรับแบบเรียบ ๆ และถ้ามีลายค่าแรงอาจสูงถึง 300 กว่าบาท
- ราคาราย 250 บาทสำหรับแบบเรียบ ๆ และ 400 – 500 บาทสำหรับแบบมีลวดลาย

จำนวนผลผลิต

การทอผ้าสำหรับทางกลุ่มทอผ้าที่เอวและที่กระดุกทำกันเป็นอาชีพเสริมในยามว่าง สำหรับที่กระดุกหากทอผ้าแบบไม่เก็บลายโดยไม่ทำงานอย่างอื่น หนึ่งวันสามารถผลิตได้สามผืน ในขณะที่ถ้าทำการเก็บลายหนึ่งผืนจะใช้เวลาประมาณ 4 วัน (รูปที่ 3 -12) หากเป็นที่เอวใช้เวลาประมาณ 15 วันต่อหนึ่งผืนในปีที่ผ่านมาสามารถทอได้ประมาณ 40 ผืน

สำหรับกระเป๋านาขนาด 1 เมตร ใส่ลายเยอะ ๆ หากไม่ทำงานอย่างอื่นใช้เวลาประมาณ 2-3 วัน



รูปที่ 3-12 ผ้าชิ้นของเผ่ากระหว่างแบบเก็บลาย ใช้เวลาในการทอ 4 วัน

ปัญหาในการผลิต

1. สมาชิกส่วนมากยังเก็บลายไม่เป็น (ลายได้มาจากการทอ ไม่ใช่การปัก) ผลิตได้แต่งานผ้าทอเรียบๆ
2. มีความต้องการที่จะเรียนรู้ลายใหม่ๆ เพิ่มเติม โดยเฉพาะลายที่เป็นลักษณะไทยๆ
3. การทอที่กระดุกมีคุณภาพดีกว่า และช่วยลดระยะเวลาในการผลิต แต่ต้องอาศัยการฝึกฝนอย่างหนัก โดยใช้เวลาประมาณ 3 – 4 เดือน ทำให้คนที่มาฝึกจะไม่มีรายได้ในช่วงของการฝึก ส่งผลให้สมาชิกในกลุ่มยังคงนิยมทอผ้าโดยใช้ที่เอว
4. คนรุ่นใหม่ไม่ให้ความสนใจ อยากไปทำงานในเมือง

การบริหารจัดการ

กลุ่มทอผ้าที่เอวและที่กระตุกใช้เงินของกลุ่มในการซื้อวัตถุดิบ โดยทางกลุ่มมีเงินทุนหมุนเวียนประมาณ 5,000 – 6,000 บาท เมื่อขายผ้าได้หนึ่งผืน สมาชิกต้องจ่าย 20% เข้ากลุ่มเพื่อใช้เป็นทุนหมุนเวียนต่อไป และจ่ายค่าวัตถุดิบคือด้ายประมาณ 8 ม้วน (9 บาทต่อม้วน) เป็นเงิน 72 บาท อย่างไรก็ตามไม่ได้คิดต้นทุนของที่กระตุก ซึ่งนายโยนะธานเป็นผู้ประกอบขึ้นเองเป็นจำนวน 4 เครื่อง หากซื้อสำเร็จรูปจะตกเครื่องละประมาณ 20,000 บาท

การขายสินค้า และการตั้งราคา

การตั้งราคา นางธีรมา ประธานกลุ่มกล่าวว่าตนเป็นผู้ตั้งราคาเองโดยคิดจากต้นทุนรวมกับค่าแรง ซึ่งหากอยู่ที่ประมาณ 200 บาท ก็จะตั้งราคาขายที่ 250 บาท การขายปกติจะไม่มีพ่อค้ามาสั่ง แต่เมื่อทอเสร็จทางกลุ่มจะนำไปฝากญาติที่เชียงใหม่ขายอีกต่อ โดยมากเป็นการขายให้กับชาวคะฉิ่นกันเอง รวมถึงคุณกึ่งเจ้าหน้าทีท่องเที่ยวศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียวก็จะช่วยนำไปขายตามงานต่างๆ และในฤดูหนาวมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวก็จะซื้อกลับไปบ้าง

การเก็บเงินจากการขายสินค้าจะได้หลังจากสินค้าขายได้แล้วซึ่งใช้เวลาประมาณ 3 – 4 เดือน ส่งผลให้ทางกลุ่มเกิดปัญหาในเรื่องสภาพคล่องของเงินทุนหมุนเวียนทำให้ไม่สามารถซื้อวัตถุดิบเพื่อนำมาผลิตสินค้าใหม่ได้ ทางกลุ่มแก้ปัญหาโดยการพยายามใช้วัตถุดิบเดิมที่มีเหลืออยู่

สำหรับสินค้าที่ผู้ผลิตทำกันเองนอกเหนือจากของกลุ่ม เช่น ผ้าถุงขายที่ 4,000 บาท (ลายเยอะมีความประณีต ใช้เวลา 2-3 เดือน ในการทอเก็บลาย) ในขณะที่แบบเรียบๆ อยู่ที่ 800 บาท (ใช้เวลา 10 วัน) กระเป๋าขายที่ราคา 200 บาท (ใช้เวลา 3 วัน) ผ้าคลุมไหล่ 1,000 บาท (ใช้เวลา 5 วัน) ของใช้มือถือ 40 บาท

ทัศนคติต่อการผลิตงานหัตถกรรม

กลุ่มทอผ้าที่เอวและที่กระตุกมีความสนใจหากมีคนมาอบรมให้ ทางโครงการหลวงเคยอบรมการตัดเย็บกระเป๋า ทางกลุ่มพอใจเนื่องจากขายได้หมด ดังนั้นหากโครงการหลวงหาผู้ซื้อให้ถึงแม้ชิ้นงานจะต้องอาศัยเวลาและมีมือทางกลุ่มก็ยินดี ปัจจุบันชาวบ้านมีรายได้จากการรับจ้าง 100 บาทต่อวัน แต่หากการทอผ้าทำให้มีรายได้ 80 บาทต่อวันก็ตัดสินใจทอผ้าแล้ว รวมถึงหากขอร้องให้ทางกลุ่มช่วยถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มอื่นๆ ก็ยินดีเช่นกัน

ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันคือผู้ซื้อบางคนไม่สามารถแยกออกเลยว่าผ้าที่ทำได้ยากและลวดลายที่ทำได้ง่ายได้ ดังนั้นชิ้นงานที่ทำได้ยากกว่าจึงถูกมองว่าแพงเกินไป ส่งผลให้คนไม่ตัดสินใจซื้อ แต่สำหรับคนที่เข้าใจจะยินดีจ่ายในราคาที่สูง

บทที่ 4

สรุป วิเคราะห์ และข้อเสนอแนะ

“การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง: กรณีศึกษาชาติพันธุ์กะเหรี่ยง” นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง

ขอบเขตเนื้อหา ได้ทำการศึกษาถึง ทักษะ ความต้องการ ศักยภาพในการผลิต ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการผลิต และการตลาดของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง ในแหล่งผลิตหลักของพื้นที่โครงการหลวงหนองเขียว โดยศึกษาจากหัตถกรรมประเภทผ้าทอ ตลอดจนวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมสำหรับตลาดระดับบน พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรม สำหรับตลาดปัจจุบัน และตลาดระดับบน ผลจากการศึกษาสามารถสรุปได้ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

ทักษะ

ชาวกะเหรี่ยง ณ บ้านใหม่สามัคคี โครงการหลวงหนองเขียว ซึ่งปัจจุบันผลิตงานหัตถกรรมผ้าทอเพื่อจำหน่ายเป็นอาชีพเสริม ต่างมีความเห็นในลักษณะเดียวกันว่า หากผลิตแล้วสามารถขายได้แน่นอนไม่ว่าจะเป็นงานง่ายๆ หรืองานที่มีความละเอียดสูงซึ่งต้องอาศัยฝีมือและเวลาในการผลิตมากกว่าปกติ ก็ยินดีทำ แต่ทั้งนี้ต้องได้รับค่าตอบแทนที่สูงขึ้นบ้างเพื่อชดเชยความพยายามและเวลาที่ตนต้องไ้มากขึ้นด้วย

ปัจจุบันผู้ผลิตในหมู่บ้านพอใจกับการผลิตงานที่ไม่เน้นรายละเอียดมากนัก เช่น การทอผ้าจะไม่เก็บลายมาก หรือลายที่ใช้จะเลือกง่ายๆ ไม่ใช้ลายยาก รวมถึงการเลือกใช้วัตถุดิบที่หาง่าย และมีอยู่ในท้องถิ่น เนื่องจากสามารถผลิตและจำหน่ายได้เร็วในราคาที่ไม่แพงนัก แต่หากผลิตงานยากที่มีรายละเอียดเยอะ ต้องจำหน่ายในราคาที่สูง ส่งผลให้ผู้ซื้อส่วนหนึ่งซึ่งไม่เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างชิ้นงานที่ผลิตได้ง่ายและชิ้นงานที่ผลิตได้ยาก ไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เพราะมองว่าราคาสูงเกินไป

ศักยภาพในการผลิต

แม้ว่าชาวคะฉิ่นจะมีการรวมกลุ่มกันเพียงหมู่บ้านเดียวในประเทศไทยที่บ้านใหม่สามัคคีนี้ ชาวคะฉิ่นกลุ่มดังกล่าวก็มีการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็ง ส่วนหนึ่งเนื่องจากความพยายามที่จะรักษา วัฒนธรรมของชาวคะฉิ่นให้คงอยู่ และยังได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มทอผ้าที่เอวและที่กระตุกเป็นหนึ่งในตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นถึงการรวมกลุ่มที่ได้รับการ สนับสนุนเพื่อผลิตงานหัตถกรรมผ้าทอเป็นอาชีพเสริมแก่สมาชิก กลุ่มดังกล่าวมีสมาชิก 9 คน และ ก่อตั้งขึ้นได้สองปี มีโรงเรือนในการผลิตที่เป็นสัดส่วนและเปิดจนถึง 21.00 น. สมาชิกสามารถมา ผลิตงานร่วมกันหรือมาผลิตตามอริยาศัยเมื่อว่างเว้นจากการทำการเกษตร มีอุปกรณ์การทอ คือ ที่ กระตุก 4 เครื่อง และที่เอว มีการถ่ายทอดความรู้กันระหว่างสมาชิกในกลุ่ม รวมถึงมีการบริหารจัดการ ในเรื่องการเงิน การซื้อวัตถุดิบ และการแบ่งปันผลประโยชน์ที่ชัดเจน

ในหมู่บ้านมีการผสมผสานระหว่างผู้ผลิตหลายรุ่นทำให้มีความหลากหลายในด้านปริมาณ การผลิต และคุณภาพของงาน หากเป็นผู้เฒ่าการผลิตจะใช้เวลานานเนื่องจากใช้การทอแบบที่เอว และ มีปัญหาในเรื่องสายตา แต่สามารถผลิตงานที่มีความประณีตและมีความหลากหลาย ในขณะที่รุ่นลูก เช่น ประธานกลุ่ม (อายุ 45 ปี) สามารถทอโดยใช้ที่กระตุกซึ่งสามารถผลิตชิ้นงานได้เร็วขึ้น แต่ ลวดลายอาจทำได้ไม่หลากหลายเท่า

การตลาดของกลุ่มชาติพันธุ์คะฉิ่น

ด้านการตลาดพบว่า ชาวคะฉิ่นในหมู่บ้านใหม่สามัคคีทำการผลิตหัตถกรรมผ้าทอในรูปแบบ ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของชาติพันธุ์ซึ่งได้แก่ ผ้าซิ่น หมวก ผ้ารัดน่อง ยาม รวมถึง ผลิตภัณฑ์สมัยใหม่ที่คิดค้นขึ้นเอง หรือ ได้รับการอบรมจากบุคลากรของหน่วยงานต่างๆ เช่น กระเป๋า ที่ใส่ของ ผ้าคลุมไหล่ ของใส่มี้อถือ ฯลฯ โดยที่ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมากที่สุดของกลุ่มทอผ้าที่เอว และที่กระตุก คือ ผ้าซิ่น เนื่องจากเป็นแหล่งผลิตผ้าของคะฉิ่นแห่งเดียวในประเทศไทย ทำให้ชาวคะ ฉิ่นที่อาศัยอยู่ในที่อื่นๆ ต้องมาสั่งซื้อที่นี่ ลวดลายบนผ้าทอของชาวคะฉิ่นมีเอกลักษณ์คือเป็นลวดลาย ที่เกิดจากการทอไม่ใช่การปัก สำหรับลวดลายต่าง ๆ บางส่วนได้จาก ความทรงจำของผู้เฒ่าในหมู่บ้าน ที่เคยเห็นตอนเป็นเด็ก บางส่วนได้จากการนำเอาลายของผ้าเก่ามาแกะแบบและบันทึกไว้เป็นต้นแบบ บางส่วนได้มาจากลายบนเสามะหน่าว และบางส่วนได้จากการประดิษฐ์ขึ้นใหม่ สำหรับความหมาย หรือที่มาของลวดลายดั้งเดิม ผู้ให้สัมภาษณ์ต่างไม่ทราบถึงที่มาและความหมาย บอกได้แต่เพียงชื่อ และลักษณะของลวดลายว่าคล้ายกับอะไร



ด้านวัตถุดิบปัจจุบันชาวบ้านไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการใช้วัสดุดั้งเดิม ไม่ยอมสีเองโดยใช้วัตถุดิบตามธรรมชาติเช่นในอดีต แต่เลือกที่จะซื้อสำเร็จจากตลาดในตัวเมืองเชียงใหม่ เช่น ค้ายี่ต่างๆ ที่ย้อมด้วยสีเคมี เนื่องจากความสะดวกและสามารถหาซื้อได้ง่าย

การตั้งราคาขายของผ้าชิ้น ประธานกลุ่มเป็นผู้กำหนดโดยคิดจากต้นทุนวัตถุดิบ (80 บาท) รวมกับค่าแรง (120 บาท) ซึ่งหากราคาค้นทุนอยู่ที่ประมาณ 200 บาท ก็จะตั้งราคาขายที่ 250 บาท นอกจากนั้นราคาจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของการเก็บลาย เช่นในกรณีของผ้าชิ้นขนาด 1 x 2 เมตรถ้าไม่มีลายตั้งราคา 200 - 250 บาท หากมีลายตรงปลายผืนราคาจะสูงขึ้นเป็น 300 - 400 บาท และถ้ามีการเก็บลายทั้งผืนราคาจะเพิ่มมากกว่า 500 บาท หากเป็นผ้าทอที่มีความประณีตและมีลวดลายที่สวยงามอาจตั้งราคาสูงถึง 4,000 บาท ในกรณีของสินค้าประเภทอื่นที่ผู้ผลิตทำขายเองโดยไม่ผ่านกลุ่ม ผู้ผลิตจะตั้งราคาขายด้วยตนเองตามความพอใจ

ด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจุบันผู้ผลิตไม่ได้จำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง แต่ทำการจำหน่ายอยู่ที่กลุ่มเองที่บ้านใหม่สามัคคี โดยชาวคะฉิ่นที่กระจายอยู่ตามที่ต่างๆ ทั่วประเทศ หากต้องการซื้อจะรู้ว่าต้องมาสั่งซื้อที่นี้โดยมากเพื่อนำไปใส่เอง นอกจากนั้นยังวางขายนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ในช่วงฤดูหนาว รวมถึงการส่งไปให้ญาติที่เปิดร้านที่เชียงใหม่ และเจ้าหน้าที่จากโครงการหลวงไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าต่างๆ

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการผลิต

สมาชิกส่วนมากยังเก็บลายไม่ได้ (ลายได้มาจากการทอ ไม่ใช่การปัก) ผลิตได้แต่งานผ้าทอเรียบ ๆ เนื่องจากประสบการณ์ยังน้อยและไม่มีแรงจูงใจในการพัฒนาในการประดิษฐ์ลายที่ยากหรือมีความละเอียดขึ้น การทอผ้าของชาวคะฉิ่นในหมู่บ้านเป็นเพียงอาชีพเสริม ทำเมื่อว่าง และไม่มีลูกค้าหลัก

ความคาดหวังของกลุ่ม

ประธานกลุ่มผู้ผลิตให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับความคาดหวังของกลุ่มว่า อยากให้มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาสอนลายใหม่ๆ เนื่องจากอยู่ในไทยอยากทำลายที่เป็นของไทยได้ ในขณะที่ผู้เฒ่าในหมู่บ้านอยากที่จะทำงานทอผ้าเป็นอาชีพหลัก และผู้ให้สัมภาษณ์เกือบทุกคนอยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยหาตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้

การวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ

วิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมสำหรับตลาดระดับบน

จากการศึกษา คณะผู้วิจัยได้ทำการระดมสมองร่วมกัน และได้ผลสรุปว่า สำหรับผ้าทอของชาวคะฉิ่น ณ บ้านใหม่สามัคคี โครงการหลวงหนองเขียว ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่น่าจะได้รับการส่งเสริม และนำเข้าสู่ตลาดระดับบนได้เนื่องจากมีคุณค่าและความหมายในเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์คะฉิ่นน่าจะได้แก่ ผ้าทอลายที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของความเป็นคะฉิ่นที่ชัดเจนและพบเห็นบ่อยซึ่งได้แก่ ลายสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (diamond) และลายคลื่น (zigzag)

แม้ว่าจากการสัมภาษณ์และการสืบค้นข้อมูลทุกมิติจะไม่สามารถสืบหาความเป็นมาและความหมายของลายทั้งสองได้ แต่ลายทั้งสองนี้เป็นที่พบเห็นได้บ่อยบนผ้าทอของคะฉิ่นดังจะเห็นได้จากข้อมูลทุกมิติและการเก็บข้อมูลในภาคสนาม ณ บ้านใหม่สามัคคี นอกจากนั้นลายดังกล่าวยังเป็นลายที่อยู่บนเสามาหน้าอันเป็นเสาที่ใช้ประกอบพิธีการรำนะหนาวซึ่งเป็นพิธีศักดิ์สิทธิ์ของชาวคะฉิ่นเพื่อสร้างความเป็นมงคล ในด้านต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวไปในเนื้อหาตอนต้น

จากเรื่องราวความเป็นมงคลของพิธีดังกล่าว ประกอบกับความสอดคล้องและความสำคัญของลวดลายบนเสาศักดิ์สิทธิ์ โดยสังเกตอีกอย่างได้จากการรำนะหนาวนั้นผู้รำจะเดินไปในลักษณะเดียวกับลวดลายที่อยู่บนเสา คณะผู้วิจัยจึงเห็นว่าหากมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ้าทอของชาติพันธุ์คะฉิ่นที่มีเรื่องราวเชิงวัฒนธรรม ผ้าทอซึ่งมีลายสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (diamond) และลายคลื่น (zigzag) อันเป็นเอกลักษณ์ของชาวคะฉิ่นและอาจสื่อความหมายถึงความเป็นสิริมงคลได้เป็นลวดลายหลักบนผืนผ้าทอ น่าจะเป็นทางเลือกที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าทอเชิงวัฒนธรรม

สำหรับตลาดระดับบน

1. แม้ว่าผ้าทอของชาวคะฉิ่นจะมีความสวยงามในตัวเองอยู่แล้ว แต่ในการยกระดับผลิตภัณฑ์ขึ้นสู่ตลาดบน อาจต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เรื่องราวเชิงวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับชิ้นงานเพิ่มเติม สำหรับชาวคะฉิ่นเรื่องราวของพิธีการรำนะหนาวและเสาศักดิ์สิทธิ์ซึ่งมีความสอดคล้องกับลายสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน และลายคลื่น ซึ่งเป็นสองลายที่พบได้บ่อยและเป็นเอกลักษณ์ของผ้าทอคะฉิ่นเป็นทางเลือกหนึ่งซึ่งคณะผู้วิจัยเห็นว่าเป็นไปได้และน่าสนใจ
2. การเพิ่มมูลค่านอกจากจะอาศัยเรื่องราวเชิงวัฒนธรรมเป็นตัวเสริมแล้ว การประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงกรรมวิธีในการผลิตว่าลวดลายที่สวยงามของผ้าคะฉิ่นทั้งหมดมาจากการทอด้วยความพยายาม ไม่ใช่การปัก และกระบวนการทอในบางครั้งเป็นการทอโดยใช้กี่เอวซึ่งเป็นวิธีที่สืบ

ทอดกันมาแต่โบราณ มีระยะเวลาในการผลิตชิ้นงานนาน หน้าผ้า(ความกว้าง)ที่ทอดได้แถบ และต้องอาศัยความอดทนสูง แต่ลักษณะชิ้นงานที่ได้จะมีความเป็นเอกลักษณ์ เช่น ถ้าเป็น ผ้าชิ้นดั้งเดิม จะใช้ผ้า 2 – 3 ชิ้น มาเย็บต่อกัน

3. เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดในระดับบนได้ อาจต้องอาศัยคำแนะนำจากนักออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความเชี่ยวชาญในตลาดระดับบน เพื่อนำผ้าทอลายที่มีความงดงามไปแปรรูปหรือใช้เป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า ผ้าห่ม ชุดรับแขก ผ้าที่ใช้ตกแต่งผนัง ฯลฯ นอกจากนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจต้องช่วยในด้าน การหาตลาดและประชาสัมพันธ์เรื่องราวเชิงวัฒนธรรมดังกล่าวมาแล้วในข้อเสนอแนะ ข้อที่ 1 และข้อที่ 2

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมสำหรับ ตลาดปัจจุบัน

1. เนื่องจากทางชุมชนมีความต้องการที่จะรื้อฟื้นวัฒนธรรมเพื่อปลูกฝังให้กับลูกหลานรุ่นหลังที่อาศัยอยู่ในไทยได้มีความภูมิใจในความเป็นคะฉิ่น การรวบรวมภูมิปัญญาซึ่งเกี่ยวข้องกับ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ไม่ว่าจะเป็นทางด้าน รูปแบบ ลวดลาย ความหมาย และเทคนิคการผลิตต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จากผู้รู้ทั้งในและนอกหมู่บ้าน (ชาวคะฉิ่นที่อยู่ในพม่า) เก็บไว้เป็นหลักฐาน เป็นทางเลือกหนึ่งซึ่งสามารถช่วยได้ นอกจากนั้นความพยายามดังกล่าวจะช่วยทำให้ทราบเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่แท้จริง ส่งผลต่อการเพิ่มคุณค่าของชิ้นงาน และในที่สุดจะเป็นประโยชน์ต่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ขึ้นสู่ตลาดบนได้เพิ่มขึ้น
2. จากการเก็บข้อมูลพบว่า ชาวคะฉิ่น ณ หมู่บ้านใหม่สามัคคี โครงการหลวงหนองเขียว มีศักยภาพในการผลิตทั้งในด้านของปริมาณและคุณภาพ แต่ไม่มีศักยภาพในการหาตลาดได้เอง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนในด้านการหาตลาดให้รวมถึงประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านการขายและการพัฒนาทักษะด้านการบริหาร จัดการ และการผลิตแก่ผู้ผลิต

บรรณานุกรม

- ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล และมนัสศิริ เพื่อกสกันธ. 2548. **สูตรใหม่การตลาดย้อนยุคปลุกกระแส (Retro Marketing)**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : บริษัทระพีฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.
- สายเมือง วิริยศิริ. 2529. **ชาวเขาในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- สุจิตรา ปานจนะ. **اجرรัฐกะฉิ่นสู่ถิ่นเชียงดาว การรื้อฟื้นวัฒนธรรมของชาวกะฉิ่นในไทย**. สาละวิน โปสท์. วันที่ 15 พ.ย. – 31 ธ.ค. 2547.
- สำนักงานจังหวัดพะเยา. 2549. **“สถานที่ท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ”**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.phayao.go.th/travel_nature.html (28 กันยายน 2549).
- อภิรักษ์ ม้วนภักดี. **กะฉิ่นชาวป่าแสนสวย หมู่บ้านเดียวในประเทศไทย**. อนุสาร อ.ส.ท. มิถุนายน 2547.
- อารีวรรณ อ่วมธานี. 2549. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.krupai.net/qualitative_arcewan.doc
- Allport Gordon W., “Attitudes.” in C.A. Murchinson, ed., **A Handbook of Social Psychology** (Worcester, Mass: Clark University Press, 1935) pp. 798
- E. Dell and S. Dudley. **Textile from Burma**. Philip Wilson Publishers. London
- M. C. Howard. **Textile of the Highland Peoples of Burma**. White Lotus Co. Ltd., Bangkok.
- Kachin People. 2549 [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.kachinstate.com/kachinpeople.html> (10 ตุลาคม 2549)
- Kyi Kyi Hla. **The Kachin Manau Festival**. 2549. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.dpsmap.com/festival/manufestival.htm> (10 ตุลาคม 2549)

ลิขสิทธิ์โดยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ภาคผนวก ก

ผู้สัมภาษณ์.....

วันที่สัมภาษณ์.....

แบบสัมภาษณ์หัวหน้าศูนย์พัฒนาโครงการหลวง.....

“โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง”

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วัตถุประสงค์: เพื่อทราบข้อมูลในภาพรวมเกี่ยวกับหัตถกรรมของศูนย์ฯ

1. ข้อมูลพื้นฐานของหัตถกรรมในศูนย์ฯ

1.1 คนเฒ่า (ตามที่คุณสัมภาษณ์ระบุ).....

- กลุ่มที่นำเข้าไปศึกษาเกี่ยวกับหัตถกรรม (ผ้าทอ/เครื่องเงิน) อยู่ที่หมู่บ้านไหน

ผ้าทอ				เครื่องเงิน			
หมู่บ้าน	จน. ประชากร	จน. ครัวเรือน	อาชีพ หลัก	หมู่บ้าน	จน. ประชากร	จน. ครัวเรือน	อาชีพหลัก

2. ประเภทหัตถกรรมผ้าทอ

- ชาวบ้านมีการรวมกลุ่มกันไหม.....

- ผู้ใหญ่หมู่บ้านและหัวหน้ากลุ่มคือใคร มีเบอร์โทรศัพท์ไหม

- มีหน่วยงานที่เข้าไปสนับสนุนหรือไม่ หน่วยงานอยู่ที่ไหน ผู้ประสานงานเป็นใคร มีเบอร์โทรศัพท์ไหม



- ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ชาวบ้าน/กลุ่มทำ (ทำอะไรบ้าง สินค้าเด่นคืออะไร และเคยได้รางวัลไหม)
.....
.....
- ช่องทางการตลาด (ชาวบ้านขายผลิตภัณฑ์ที่ไหนอย่างไร)
.....
.....
- คนกลางที่เกี่ยวข้องมีใครบ้าง
.....
.....
- ชาวบ้าน/กลุ่มมีการตั้งราคาอย่างไร (ชาวบ้านตั้งราคาเองหรือพ่อค้าเป็นคนตั้งราคา)
.....
.....
- ทักษะของชาวบ้านต่อการทำสินค้าที่มีคุณภาพ (งานที่ทำยากเพื่อจำหน่ายในจำนวนมาก) คิดว่าชาวบ้านจะทำหรือไม่
.....
.....
- ปัญหาเกี่ยวกับหัตถกรรม ผ้าทอที่พบในปัจจุบันของชาวบ้าน คืออะไร
.....
.....
- ผู้รู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือผู้เชี่ยวชาญในหัตถกรรม/ผ้าทอ มีไหม ชื่ออะไร อยู่หมู่บ้านไหน
.....
.....

(ขอหัวหน้าศูนย์นัดหมาย สถานที่นัดหมาย ผู้ที่จะสัมภาษณ์ด้วย ตามแผนปฏิบัติการ)

3. ประเภทหัตถกรรมเครื่องเงิน

- ชาวบ้านมีการรวมกลุ่มกันไหม.....
- ผู้ใหญ่หมู่บ้านและหัวหน้ากลุ่มคือใคร มีเบอร์โทรติดต่อไหม
.....
.....



- มีหน่วยงานที่เข้าไปสนับสนุนหรือไม่ หน่วยงานอยู่ที่ไหน ผู้ประสานงานเป็นใคร มีเบอร์โทรศัพท์ติดต่อไหม

.....

- ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ชาวบ้าน/กลุ่มทำ (ทำอะไรบ้าง สินค้าเด่นคืออะไร และเคยได้รางวัลไหม)

.....

- ช่องทางการตลาด (ชาวบ้านขายผลิตภัณฑ์ที่ไหนอย่างไร)

.....

- คนกลางที่เกี่ยวข้องมีใครบ้าง

.....

- ชาวบ้าน/กลุ่มมีการตั้งราคาอย่างไร (ชาวบ้านตั้งราคาเองหรือพ่อค้าเป็นคนตั้งราคา)

.....

- ทักษะของชาวบ้านต่อการทำสินค้าที่มีคุณภาพ (งานที่ทำยากเพื่อจำหน่ายในจำนวนมาก) คิดว่าชาวบ้านจะทำหรือไม่

.....

- ปัญหาเกี่ยวกับหัตถกรรมเครื่องเงินที่พบในปัจจุบันของชาวบ้าน คืออะไร

.....

- ผู้รู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือผู้เชี่ยวชาญในหัตถกรรมเครื่องเงินมีไหม ชื่ออะไร อยู่หมู่บ้านไหน

.....

(ขอหัวหน้าศูนย์นัดหมาย สถานที่นัดหมาย ผู้ที่จะสัมภาษณ์ด้วย ตามแผนปฏิบัติการ)

ภาคผนวก ข

ผู้สัมภาษณ์.....

วันที่สัมภาษณ์.....

แบบสัมภาษณ์ หัวหน้าหมู่บ้าน/ หัวหน้ากลุ่ม/ ผู้รู้/ หน่วยงานสนับสนุน
“โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง”
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วัตถุประสงค์: เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในด้านต่างๆ

1. การดำเนินด้านการผลิต

- วัตถุประสงค์ในการผลิต (ใช้เอง/ เพื่อจำหน่าย) และเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม

.....

- จำนวนผลผลิต ต่อเดือน ต่อปี

.....

- จำนวนผู้ทำการผลิตได้ในหมู่บ้านนั้นๆ

.....

- จำนวนผู้ที่ผลิตประจำ

.....

- แหล่งวัตถุดิบมาจากไหน

.....

- การซื้อวัตถุดิบ

.....



- ช่วงเวลาในการผลิต ช่วงไหนของวัน/ฤดูไหน

.....

.....

- รูปแบบของผลิตภัณฑ์เป็นการสืบทอดมาแต่เดิมหรือไม่

.....

.....

- มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบหรือไม่ อย่างไร และทำไม

.....

.....

- ปัญหาและอุปสรรคในการผลิต

.....

.....

ในกรณีที่จุดประสงค์เป็นการผลิตเพื่อใช้เอง ให้ข้ามไปสัมภาษณ์ต่อดังแต่ ข้อ 4 เป็นต้นไป

2. การบริหารจัดการ

- เงินทุนในการซื้อวัตถุดิบ มาจากไหน

.....

.....

- มีการรวมกลุ่มการผลิตหรือไม่

.....

.....

- ใครเป็นหัวหน้ากลุ่ม

.....

.....

- เวลาขาย คิรราคาขายอย่างไร

.....

.....

- ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการ

.....

.....



3. แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์

- เอาสินค้าไปส่ง/ขายที่ไหนบ้าง

.....

.....

- ขายเงินสดหรือไม่ และมีการตั้งราคาเองหรือไม่

.....

.....

- พ่อค้าตั้งราคาให้หรือไม่ และ พอใจราคาหรือไม่ ทำไม

.....

.....

- ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่าย

.....

.....

4. เรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. ทักษะของชาติพันธุ์ ในการผลิตสินค้าหัตถกรรม (ดี/ ไม่ดี/ เพิ่มรายได้/ เสียเวลาแต่ได้เงินน้อย/ ว่างถึงทำ/ อยากได้เงินน้อยทำ)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหาและอุปสรรค

.....

.....



6. ความต้องการ (อยากได้เงินทุน/ อยากให้มีคนมาสอน/ อยากให้คนช่วยขาย/ อยากให้คนรู้จักวัฒนธรรม)

.....

.....

.....

7. ความคาดหวังของกลุ่มชาติพันธุ์ในการผลิตสินค้าหัตถกรรม

.....

.....

.....

ปัญหาและอุปสรรค

.....

.....

.....

8. ถ้ามีคนเข้ามาส่งเสริมให้ผลิต โดยมีการกำหนดจำนวนชิ้น และแบบที่ต้องผลิต โดยลักษณะงานจะเป็นงานฝีมือ ใช้เวลาในการทำงาน แต่ให้ราคาสูงกว่างานทั่วไป อยากจะทำหรือไม่ทำไม

.....

.....

.....

และถ้าจะขอให้ไปสอนชนเผ่าเดียวกันในคนละหมู่บ้านเพื่อผลิตจะยินยอมหรือไม่.....

ทำไม.....

.....

.....

* สังเกต และรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับชนิดผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ และรวบรวมตัวอย่างผลิตภัณฑ์ *

ภาคผนวก ก

ผู้สัมภาษณ์.....

วันที่สัมภาษณ์.....

แบบสัมภาษณ์ผู้ผลิตชิ้นงานหัตถกรรม

“โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาดในพื้นที่โครงการหลวง”

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-นามสกุล.....

ที่อยู่.....

2. ชาติพันธุ์.....

3. อายุ.....ปี เพศ ชาย/หญิง

4. ทอผ้า/ทำเครื่องเงิน มาแล้วกี่ปี

5. เริ่มเรียนรู้การทำหัตถกรรม ทอผ้า/เครื่องเงิน จากใคร.....

ตอนอายุเท่าใด.....

ตอนที่ 2 การผลิตและการตลาดชิ้นงานหัตถกรรม(ทอผ้า/เครื่องเงิน)

1. กระบวนการผลิต แบบย่อ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ถามเพื่อให้เข้าใจกระบวนการผลิต และดูว่าทำการผลิตเองทั้งหมดหรือซื้อบางส่วนมา

แล้วนำมาประกอบเข้าด้วยกัน

2. ผลิตชิ้นงานหัตถกรรมที่รูปแบบอะไรบ้าง

.....

.....



3. จำนวนผลผลิต ต่อเดือน.....
-จำนวนผลผลิตต่อปี.....
4. ชื่อวัตถุดิบ/อุปกรณ์ที่ไหน.....
.....
ชื่อเงินสดหรือ/เงินเชื่อ
.....
5. ต้นทุนวัตถุดิบเป็นเท่าไร
.....
.....
6. จำนวนผู้ทำการผลิตได้ในหมู่บ้านนั้นๆ (มีกี่หลังคาเรือน /หรือมีกี่คน)
.....
7. จำนวนผู้ผลิตประจำ
.....
8. ช่วงเวลาในการผลิต ช่วงไหนของวัน/ฤดูไหน
.....
9. ทำเป็นอาชีพหลัก หรือเสริม
10. ดอนผลิตเดิมๆ ทำอะไร รูปแบบไหน.....
.....
.....
11. มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไหม (อย่างไร ทำไม และใครมาสอน)
.....
.....
-อย่างไร.....
.....
-ทำไม.....
.....
และใครมาสอน
.....
12. ปัญหาและอุปสรรค.....
.....

**การบริหารจัดการ**

13. เงินทุนในการซื้อวัตถุดิบ มาจากไหน.....

.....

14. มีการรวมกลุ่มการผลิตหรือไม่

15. ใครเป็นหัวหน้ากลุ่ม

16. เวลาขาย คิดราคาขายอย่างไร.....

.....

17. ปัญหาและอุปสรรค

.....

แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์

18. เอาสินค้าไปส่งที่ไหนบ้าง

.....

มีคนมารับซื้อ เป็นใคร

นำไปส่งให้พ่อค้าในเมือง เป็นใคร ที่ไหน

.....

19. ขายเงินสดหรือไม่..... ตั้งราคาเองหรือไม่/อย่างไร.....

.....

พ่อค้าตั้งราคาให้หรือไม่..... พ่อใจราคาหรือไม่.....

.....

มีปัญหาอะไร หรือไม่

.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ผ้าทอชาติพันธุ์กะฉิ่น



ตอนที่ 4 เรื่องราวเชิงวัฒนธรรมของชิ้นงานหัตถกรรม

24. เรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต (ถ้ามี)

.....

.....

.....

25. ชิ้นงานที่ผลิตชิ้นงานใดที่ทำยากที่สุด.....

.....

.....

26. ชิ้นงานใดที่ผลิต เป็นชิ้นงานที่มีการสืบทอดกันมานาน.....

.....

.....

27. ลวดลายที่ใช้ มีชื่อเรียก/ความหมายหรือไม่.....

.....

.....

28. ลวดลายดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ คือลายใด.....

.....

.....

29. ลวดลายที่ถูกค่านิยม คือลายใด.....

มีความหมายหรือไม่

.....

.....

30. สีที่ใช้ มีความหมาย มีเอกลักษณ์ หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

สังเกต และรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับชนิดผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ และรวบรวมตัวอย่างผลิตภัณฑ์



ภาคผนวก ง

ประวัตินักวิจัย

ชื่อ-นามสกุล: นายชานนท์ ชิงชยานุรักษ์

ตำแหน่ง : อาจารย์ ภาควิชาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

หมายเลขโทรศัพท์ : 053-942126 ต่อ 115

E-Mail : chanon@ba.cmu.ac.th

การศึกษา

2547 : MSc. , สาขา International Business , Aston University , UK

2543 : วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต , สาขา วิศวกรรมไฟฟ้า , มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ความเชี่ยวชาญ การเงินและการธนาคาร

งานวิจัย

- โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาดในพื้นที่โครงการหลวง , (ผู้ร่วมวิจัย) , (อยู่ในระหว่างดำเนินการ)
- วิสาหกิจชุมชนกับการสนองตอบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัด , (หัวหน้างานวิจัย) , (อยู่ในระหว่างดำเนินการ)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ประวัตินักวิจัย

ชื่อ นางสาว พัชรา สกุล ตันติประภา

ตำแหน่งวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 8

สังกัด ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เชียงใหม่ 50200

โทร 053-942134-5 ต่อ 105 Fax 053-892692 e-mail : patchara@ba.cmu.ac.th

ที่อยู่ 143 ถนนเจริญเมือง อ.เมือง เชียงใหม่ 50000 โทร 01-9928145

ประวัติการศึกษา ปริญญาเอก บริหารธุรกิจ-การตลาด

New Mexico State University

ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต-การเงิน

มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปริญญาตรี บัญชีบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 1 เหรียญทอง)

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประวัติการทำงาน 2529-2530 เจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา สำนักงานใหญ่

2531-2532 สมทบบัญชี โรงแรมพรพิงค์ทาวเวอร์ เชียงใหม่

2533-ปัจจุบัน อาจารย์ – ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

งานวิจัย หรือผลงานทางวิชาการ

งานวิจัย

พัชรา ตันติประภา. (2545). ภาวะที่นำไปสู่ปัญหาด้านจริยธรรมในการขายและความแตกต่างในการรับรู้ของนักศึกษา นักวิชาการ พนักงานขาย และผู้บริหารหน่วยงานขาย : รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

พัชรา ตันติประภาและคณะฯ. (2546). พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ลำไยและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลำไยของผู้บริโภค. โครงการการพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยส่งออก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ทิพย์วรรณ งามศักดิ์ สายณรงค์ รสานนท์ วรณช ศรีเกษมรักษ์ เพ็ญศรี เจริญวานิช พัทธรา ตันติประภา. (2546). การศึกษากฎระเบียบ ปัญหา และอุปสรรคของการนำเข้าผลิตภัณฑ์ลำไยของสาธารณรัฐประชาชนจีน เขตการปกครองพิเศษฮ่องกง ประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา และแคนาดา. โครงการการพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยส่งออก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)



วรรณ ขศรีเจษฎารักษ์ เพ็ญศรี เจริญวานิช พัทธา ตันติประภา สายณรงค์ รสานนท์ ทิพย์
วรรณ

งามศักดิ์ เกษม นันทชัย. ระบบตลาดที่เชื่อมโยงกับระบบผลิตผลิตภัณฑ์ลำไยภายใน
ประเทศ. โครงการการพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยส่งออก สำนักงานกองทุนสนับสนุน
การวิจัย (สกว.)

วรรณ ขศรีเจษฎารักษ์ เพ็ญศรี เจริญวานิช พัทธา ตันติประภา สายณรงค์ รสานนท์ ทิพย์วรรณ
งามศักดิ์ เกษม นันทชัย. ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ลำไยของไทย. โครงการ
การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยส่งออก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

วรรณ ขศรีเจษฎารักษ์ เพ็ญศรี เจริญวานิช พัทธา ตันติประภา สายณรงค์ รสานนท์ ทิพย์วรรณ
งามศักดิ์ เกษม นันทชัย. การศึกษารูปแบบและลักษณะของผลิตภัณฑ์ลำไยที่สอดคล้อง
กับความต้องการของผู้บริโภค. โครงการการพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยส่งออก สำนัก
งานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

จิราวรรณ ฉายสุวรรณ, นิตยา เจริญประเสริฐ, พัทธา ตันติประภา, อรรถ มณีสงฆ์. (2547).

ยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมของที่ระลึกหัตถกรรมผ้าฝ้าย. สำนักยุทธศาสตร์การค้าหอ
การค้าไทย.

วิชา สอาดสุด สรัญยา ณ ลำปาง สุชาติ จิรพรเจริญ กานดา หวังชัย อุษาวดี ชนสุด ลักขมี
วรชัย อรอนงค์ อาร์ทีโร พัทธา ตันติประภา เรนัส เสริมบุญสร้าง และ ชัยวัฒน์
ชาติเสถียร. (2547). โครงการมช. โครงการพัฒนาขีดความสามารถในธุรกิจลำไยไทย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. งบประมาณตามแผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่.

ผลงานวิชาการ

เอกสารประกอบการสอน

1. การจัดการการค้าปลีก
2. การตลาดธุรกิจ/อุตสาหกรรม

ตำรา พฤติกรรมผู้บริโภค

การเขียนกรณีศึกษา

งานเขียนกรณีศึกษาบริษัทรวงผึ้งจำกัด กรณีศึกษาของธุรกิจที่เข้าร่วมโครงการ 13 ระยะที่ 2
ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้รับทุนสนับสนุนจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

งานเขียนกรณีศึกษาบริษัทากิโมจิ จำกัดและกรณีศึกษาเหมมกรีนโพเรส จำกัดโครงการ
ชุบชีวิตธุรกิจ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้รับทุนสนับสนุนจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม



เอกสารวิชาการ

ผู้ร่วมเขียน เอกสารเรื่อง “ส่งเสริมและสื่อการตลาดแบบครบวงจร” ในหนังสือ SmartOtop 2547

บรรณาธิการร่วม เอกสาร แบบอย่างการลงทุน ธุรกิจอาหารแปรรูป ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 2548.

บรรณาธิการร่วม เอกสาร แบบอย่างการลงทุน ธุรกิจที่ปรึกษา ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 2548

บรรณาธิการร่วม เอกสาร แบบอย่างการลงทุน ธุรกิจแฟรนไชส์ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 2548

บรรณาธิการร่วม เอกสาร แบบอย่างการลงทุน ธุรกิจตัวกลางทางการค้า ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 2548

บรรณาธิการร่วม เอกสาร แบบอย่างการลงทุน ธุรกิจท่องเที่ยว ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 2548

งานบริการวิชาการ (ในสาขาวิชาที่ปฏิบัติงาน)

1. วิทยากรอบรม แผนการตลาด หลักสูตรเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ บริษัททองคะ จำนวน 2 รุ่น
2. วิทยากรอบรมหัวข้อแผนการตลาด และแผนการจัดการ ของโครงการพัฒนาผู้ประกอบการ ธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม หลักสูตร “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่” คณะบริหารธุรกิจ จำนวน 6 รุ่น
3. วิทยากรอบรมหัวข้อเทคนิคการออกแบบสอบถามและการประมวลผล ให้แก่พนักงาน ธนาคารแห่งประเทศไทย
4. วิทยากรอบรมหัวข้อเทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างและการเก็บรวบรวมข้อมูล ให้แก่ พนักงานธนาคารแห่งประเทศไทย
5. วิทยากรหลักสูตรการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ให้แก่พนักงานในสังกัด สำนักงาน ประปาเขต 9
6. วิทยากรโครงการพัฒนาทักษะด้านการตลาด สำหรับผู้บริหารระดับสูงของจังหวัด เชียงใหม่
7. วิทยากรโครงการพัฒนาทักษะด้านการตลาด สำหรับผู้บริหารระดับสูงของจังหวัด เชียงราย

- 8 วิทยากรหัวข้อการวางแผนการตลาด และการบริหารการตลาด โครงการฝึกอบรมฟื้นฟูความรู้และทักษะของบัณฑิตเพื่อเพิ่มพูนศักยภาพทรัพยากรบุคคลของชาติ จำนวน 6 รุ่น
 - 9 วิทยากรหัวข้อแผนการเงิน โครงการจัดงาน SMEs DAY
 - 10 วิทยากรอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การตลาดกับการพัฒนาหน่วยบริการปฐมภูมิ” ให้แก่ทีมวิทยากรพัฒนาหน่วยบริการปฐมภูมิระดับเขต และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในหน่วยบริการปฐมภูมิ (ศูนย์สุขภาพชุมชน)
 - 11 วิทยากรฝึกอบรม คพอ. CEFE หลักสูตร การบริหารการตลาด ณ โรงแรมเพชรงาม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 9-12 ธันวาคม 2546
 - 12 วิทยากรหลักสูตร การพัฒนากลุ่มและหลักสูตรการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสำหรับพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร 13-19 กรกฎาคม 2546
 - 13 วิทยากร โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) หลักสูตร “ทายาทธุรกิจ” 22-23 สิงหาคม 2546
 - 14 วิทยากรการอบรมเชิงปฏิบัติการ การจัดทำแผนธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในครัวเรือนรุ่นที่ 1 วันที่ 5 สิงหาคม 2546
 - 15 วิทยากรฝึกอบรม คพอ. CEFE หลักสูตร การจัดการการเงิน 9-12 มีนาคม 2547
 - 16 วิทยากรหลักโครงการฝึกอบรมผู้นำ OTOP โครงการ Smart Otop จำนวน 5 รุ่น สิงหาคม 2547
 - 17 ที่ปรึกษาการจัดทำแผนธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ SME โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปี 2544-2547 จำนวน 7 รุ่น
 - 18 ที่ปรึกษา โครงการ 13 ระยะที่ 2 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ด้านการตลาด จำนวน 2 กิจกรรม
 - 19 ที่ปรึกษาโครงการชุบชีวิตธุรกิจไทย ITB กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ด้านการตลาดและบัญชี จำนวน 5 กิจกรรม
 - 20 ที่ปรึกษาโครงการชุบชีวิตธุรกิจไทย ITB ระยะที่ 2 ITB สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการตลาด จำนวน 2 กิจกรรม
- วิทยากร โครงการ “การยกระดับผลิตภัณฑ์อาหารตามโครงการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และอุตสาหกรรม SMEs สู่ครัวโลก”