

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรม
ท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง :
กรณีศึกษาหัตถกรรมผ้ากลุ่มชาติพันธุ์อาข่า

โดย

พัชรา ตันติประภา

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จิรพร ศรีวัฒนานุกุลกิจ

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ชานนท์ ชิงชยานุรักษ์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน)
Highland Research Center

Copyright © by Chiang Mai University

เสนอต่อ

All rights reserved
สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน)

มกราคม 2550



บทคัดย่อ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง : กรณีศึกษาหัตถกรรมผ้ากลุ่มชาติพันธุ์อาข่า ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงสะโงะและศูนย์พัฒนาโครงการหลวงสะโงะหนองเขียว มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับทัศนคติความต้องการของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า ในพื้นที่โครงการหลวง ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมประเภทผ้า ตลอดจนความสามารถในการผลิต ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ 2) เพื่อวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมประเภทผ้าสำหรับตลาดบน พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมประเภทผ้า สำหรับตลาดปัจจุบันและตลาดบน

การเก็บรวบรวมข้อมูล ทำโดยการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์เชิงลึกหัวหน้าศูนย์พัฒนาโครงการหลวง ผู้เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประเภทผ้า และผู้ผลิต ในพื้นที่ที่ศึกษา ผลการศึกษาพบว่า

1) กลุ่มชาติพันธุ์อาข่าที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงสะโงะ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ได้แก่ ผ้าปัก และมีการนำมาแปรรูปเป็นย่าม เสื้อ กลุ่มมีทัศนคติว่าการผลิตหัตถกรรมว่าการทอผ้าและการปักผ้าเสียเวลา จึงนิยมไปซื้อผลิตภัณฑ์จากแหล่งผลิตอื่นมาใช้ และใช้เวลาในการประกอบอาชีพการเกษตรและการรับจ้างทำงานต่าง ๆ เนื่องจากพื้นที่ตั้งอยู่ไม่ห่างจากชุมชนเมืองมากนัก ศักยภาพในการผลิตมีน้อยจากการที่ไม่สามารถสร้างกลุ่มที่เข้มแข็งได้ ผู้ผลิตส่วนใหญ่มีฝีมือในระดับปานกลาง งานหัตถกรรมที่ทำการสืบทอดกันมาและมีการประยุกต์เปลี่ยนไป ไม่มีเรื่องราวความเป็นมาของงานหัตถกรรม ปัญหาที่สำคัญคือด้านการตลาด มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าน้อย และไม่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้มาก จึงทำให้การรวมกลุ่มทำได้ยาก สมาชิกกลุ่มลดจำนวนลง

จากลักษณะข้างต้นจึงทำให้มีโอกาสน้อยในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประเภทผ้าของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าที่สะโงะเข้าสู่ตลาดบน ข้อเสนอแนะสำหรับตลาดปัจจุบันประกอบด้วย หน่วยงานสนับสนุนควรให้การสนับสนุนในด้านการอบรมพัฒนาฝีมือในการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในระดับปานกลางขึ้นไป ให้ความรู้เกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การเลือกประเภทสินค้าและการใช้สีที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ตลอดจนความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการนำเสนอขายสินค้า การช่วยเหลือสนับสนุนหาช่องทางการจัดจำหน่าย และการสนับสนุนให้กลุ่มชาติพันธุ์กันหารวบรวมเรื่องราวเชิงวัฒนธรรมดั้งเดิมเพื่อใช้ประกอบในการนำเสนอขายสินค้า



2) กลุ่มชาติพันธุ์อาข่าที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียวผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้แก่ เข็มขัด สร้อยข้อมือ สร้อยข้อเท้า สร้อยคอ กระเป๋า ยาม หมวก และเสื้อ มีทัศนคติว่าการผลิตหัตถกรรมเป็นสิ่งช่วยสร้างรายได้ ต้องการที่จะทำ แต่ชอบทำงานที่ง่ายไม่ยุ่งยาก ศักยภาพในการผลิตมีน้อยเนื่องจากการไม่มีการรวมกลุ่มผลิต ต่างคนต่างผลิตแต่จะรวมกันนำสินค้าไปเดินเร่ขายตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

จากลักษณะข้างต้นจึงทำให้มีโอกาสน้อยในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประเภทผ้าของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าที่หนองเขียวเข้าสู่ตลาดบน ข้อเสนอแนะสำหรับตลาดปัจจุบันประกอบด้วยหน่วยงานสนับสนุนควรให้การสนับสนุนในการให้ความรู้เกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกจำหน่ายยังคงซ้ำในรูปแบบเดิม ๆ การเลือกประเภทสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ตลอดจนความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการนำเสนอขายสินค้า การช่วยเหลือสนับสนุนหาช่องทางการจัดจำหน่าย และการสนับสนุนให้กลุ่มชาติพันธุ์กันหารวบรวมเรื่องราวเชิงวัฒนธรรมดั้งเดิมเพื่อใช้ประกอบในการนำเสนอขายสินค้า



คำนำ

“การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง : กรณีศึกษาหัตถกรรมประเภทผ้าของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า” นี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ “การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง” ทำการศึกษาโดยเน้นชาติพันธุ์ต่างๆ 10 ชาติพันธุ์เป็นตัวแปรหลัก ได้แก่ ไทใหญ่ เมี่ยน กะเหรี่ยง ม้ง ปะหล่อง คะฉิ่น อาข่า ลัวะ ลาหู่ และ ลีซอ ที่อาศัยอยู่ในแหล่งผลิตหลักของพื้นที่โครงการหลวง จากความแตกต่างทางสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ คณะผู้วิจัยจึงได้ศึกษาและจัดทำรายงานวิจัยแยกตามกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ 10 กลุ่มดังกล่าว

การศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือและความร่วมมือจากหลายฝ่าย คณะผู้วิจัยขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) ที่ได้ให้ทุนสนับสนุนในการศึกษาวิจัย ขอขอบคุณหัวหน้าศูนย์และเจ้าหน้าที่ของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงสะโงะและหนองเขียว ที่ให้ความอนุเคราะห์ด้านข้อมูล และการประสานงานในพื้นที่

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่ทุกท่านที่ได้สละเวลาในการตอบคำถามและนำผลิตภัณฑ์มาให้ชม และท้ายสุดขอขอบคุณผู้ช่วยนักวิจัยทุกท่านที่ช่วยให้งานการเก็บรวบรวมข้อมูลสำเร็จลงได้ด้วยดี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัทธา ดันติประภา

จิรพร ศรีวัฒนากุลกิจ

ชานนท์ ชิงชยานุรักษ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญรูปภาพหรือผังภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
แนวคิดในการศึกษา	2
ข้อจำกัดของการศึกษา	6
ขอบเขตการศึกษา	6
วิธีการศึกษา	7
บทที่ 2 ประวัติและความเป็นมาของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า	11
ประวัติความเป็นมา	11
อาข่าในประเทศไทย	12
ลักษณะทางสังคม	13
เศรษฐกิจ	14
จำนวนประชากรอาข่า	14
การแต่งกายของอาข่า	15
บทที่ 3 ผลการศึกษา	20
ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงสะโงะ	20
ประวัติความเป็นมา	21
การรวมกลุ่มการผลิต	21
รูปแบบผลิตภัณฑ์	22
กระบวนการผลิต	25



เรื่องราวทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	25
ต้นทุนการผลิต	26
จำนวนผลผลิต	26
การตลาด	27
ทัศนคติต่อการผลิตงานฝีมือเชิงวัฒนธรรม	29
ปัญหา	29
ความคาดหวังและความต้องการ	29
ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว	30
ประวัติความเป็นมา	30
การรวมกลุ่มการผลิต	30
รูปแบบผลิตภัณฑ์	31
กระบวนการผลิต	33
เรื่องราวทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และลายผ้าปักต่างๆ	34
ต้นทุนวัตถุดิบ	35
จำนวนผลผลิต	36
การตลาด	36
ทัศนคติต่อการผลิตงานฝีมือเชิงวัฒนธรรม	37
ปัญหา	37
ความคาดหวังและความต้องการ	38
บทที่ 4 สรุป วิเคราะห์ และข้อเสนอแนะ	36
ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงสะโงะ	39
ทัศนคติ	39
ความคาดหวัง	40
ศักยภาพในการผลิต	40
การตลาดของกลุ่มชาติอาข่าสะโงะ	41
ปัญหาและอุปสรรค	41
วิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมประเภทผ้า	41
สำหรับตลาดบนสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าที่สะโงะ	
ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรม	42
ประเภทผ้า สำหรับตลาดระดับปัจจุบันสำหรับกลุ่มอาข่าที่สะโงะ	



ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว	43
ทัศนคติ	43
ความคาดหวัง	44
ศักยภาพในการผลิต	44
การตลาดของกลุ่มชาติอาข่าที่หนองเขียว	44
ปัญหาและอุปสรรค	45
วิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมประเภทผ้า สำหรับตลาดระดับบนสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าที่หนองเขียว	45
ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรม สำหรับตลาดปัจจุบันสำหรับกลุ่มอาข่าที่หนองเขียว	46
บรรณานุกรม	47



สารบัญรูปลูกภาพ

รูปที่		หน้า
2-1	ลักษณะลวดลายพื้นฐาน	17
2-1	ตัวอย่างลายเส้นพื้นฐานของกลุ่มอุ โถ	18
2-1	ตัวอย่างลายผ้าของกลุ่มลอบือ	19
3-1	ผ้าปัก เพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น	22
3-2	หมวกที่ผลิตจำหน่าย	23
3-3	เสื้อผู้หญิง	23
3-4	เสื้อผู้ชาย	23
3-5	ผ้าคลุมหมวก	24
3-6	ผ้ารัดน่อง	24
3-7	ย่าม	24
3-8	ย่ามที่ผลิตขาย	32
3-9	หมวก	32
3-10	สร้อยข้อมือ เข็มขัด	32
3-11	ผ้ารัดน่อง	33
3-12	ลายปักของเสื้อ	33
3-13	ผ้าที่ตัดเพื่อนำไปปะติด	34
3-14	ผ้าที่ตัดแล้วนำมาเย็บปะติดผ้าชิ้นอื่น	34



บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

โครงการหลวงเป็นโครงการที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณา โปรดเกล้าฯ ตั้งขึ้นเป็นโครงการส่วนพระองค์เมื่อปี พ.ศ. 2512 โดยมีพระราชประสงค์ให้กลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัย บนภูเขาและที่สูงต่างๆ ในภาคเหนือเลิกการปลูกฝิ่นและทำไร่เลื่อนลอย อันเป็นสาเหตุสำคัญของการบุกรุกทำลายป่าต้นน้ำลำธาร ต่อมาในปี พ.ศ. 2535 ได้โปรดเกล้าฯ พระราชทานให้โครงการหลวงเปลี่ยนสถานภาพเป็นมูลนิธิโครงการหลวง มีขอบเขตการดำเนินงานอย่างกว้างขวางทั้งการศึกษาวิจัยส่งเสริมเผยแพร่และฝึกอบรมเจ้าหน้าที่และเกษตรกรกลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่โดยรอบพื้นที่โครงการฯ ปัจจุบันสถานีวิจัยและศูนย์พัฒนาโครงการหลวงมีทั้งสิ้น 36 แห่ง กระจายอยู่ในพื้นที่ 5 จังหวัดภาคเหนือตอนบน และได้ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพทั้งภาคเกษตรและนอกภาคเกษตร เพื่อพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของกลุ่มชาติพันธุ์ให้มีความเป็นอยู่อย่างพอเพียง

การส่งเสริมนอกภาคเกษตรที่สำคัญคือ งานหัตถกรรมท้องถิ่น ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติพันธุ์ และสืบต่อกันมาเป็นระยะเวลานาน มีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ เครื่องใช้ต่างๆ ซึ่งบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ ในระยะแรกกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ได้ผลิตงานหัตถกรรมทอผ้า ปักผ้า จักสาน และการเครื่องเงิน ฯลฯ ไว้ใช้ในครัวเรือน โดยใช้เวลารว่างจากอาชีพเกษตร โดยเฉพาะในช่วงฤดูแล้ง และเมื่อมีการผลิตเพิ่มขึ้น เริ่มมีการจำหน่ายภายในชุมชน ทำให้มีรายได้เสริมนอกจากอาชีพเกษตร ต่อมาสำนักงานพัฒนาเกษตรที่สูงได้ร่วมกับโครงการหัตถกรรม มูลนิธิโครงการหลวง เข้าไปส่งเสริมงานฝีมือหัตถกรรมในด้านการผลิต รูปแบบ คุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของสินค้าให้มีช่องทางการตลาดที่กว้างขวางมากขึ้น แต่จากการดำเนินงานที่ผ่านมา ยังประสบปัญหาทางด้านคุณภาพของงานและช่องทางในการจำหน่าย ทำให้ไม่สามารถสร้างยอดขายให้แก่กลุ่มชาติพันธุ์ได้มากนัก

การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง ในครั้งนี้จะมุ่งเน้นไปยังผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ที่น่าจะมีโอกาสสูงได้แก่



ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องเงิน โดยเหตุที่งานหัตถกรรมเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติพันธุ์ มีรูปแบบที่หลากหลาย บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ การศึกษาครั้งนี้จึงทำการศึกษาโดยจำแนกตามกลุ่ม ได้แก่ ไทใหญ่ กะเหรี่ยง เมี่ยน คะฉิ่น ม้ง ปะหล่อง มูเซอ อาข่า (อีเก้อ) และ ลีซอ ที่อาศัยอยู่ในแหล่งผลิตหลักของพื้นที่โครงการหลวง โดยจะศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ ทักษะ ความต้องการ ของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่โครงการหลวง ที่มีต่อการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรม (ประเภทผ้าและเครื่องเงิน) ความสามารถในการผลิต ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินการ เพื่อแสวงหาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรม สำหรับตลาดระดับบนของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่โครงการหลวง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งเสริมและพัฒนาทางด้านหัตถกรรมท้องถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่โครงการหลวงในอนาคต โดยในงานวิจัยในรายงานฉบับนี้จะเป็นการศึกษาถึงงานหัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมประเภทผ้าของชาติพันธุ์อีเก้อหรือที่เรียกว่าอาข่า

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ ทักษะ ความต้องการ ของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า ในพื้นที่โครงการหลวง ที่มีต่อการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมประเภทผ้า ตลอดจน ความสามารถในการผลิต ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ
2. วิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมประเภทผ้า สำหรับตลาดระดับบน พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมประเภทผ้า สำหรับตลาดปัจจุบัน และตลาดระดับบน

แนวคิดในการศึกษา

แนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ มีดังนี้

1. แนวคิดด้านการตลาด (Marketing) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

กระบวนการวางแผนและการบริหาร แนวความคิดเกี่ยวกับการตั้งราคาการส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่ายสินค้าบริการหรือความคิด เพื่อสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยน เพื่อ



ตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลและบรรลุเป้าหมายขององค์กร หรือกล่าวได้ว่า การตลาดเป็น การใช้เครื่องมือการตลาด โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้ต้นทุนที่เหมาะสม และสามารถเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ได้ทันเวลา ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) เป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งกิจการใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) เป็นกิจกรรมการออกแบบลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ของกิจการให้แตกต่างจากคู่แข่ง สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า องค์ประกอบหรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกิจการเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ส่วนประสมผลิตภัณฑ์และสายผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Marketing Mix) หมายถึง กลุ่มของผลิตภัณฑ์หลายชนิดที่ธุรกิจผลิตออกมาเสนอขายให้กับผู้ซื้อ สายผลิตภัณฑ์ (Product Line) หมายถึง กลุ่มของผลิตภัณฑ์หลายชนิดที่มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด เช่น ผลิตภัณฑ์ทำหน้าที่คล้ายคลึงกัน ผลิตภัณฑ์ขายให้ลูกค้ากลุ่มเดียวกัน เป็นต้น

ราคา

ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาก็ตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง คุณค่าที่ได้รับ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ราคาสินค้าจะต้องคำนึงถึงต้นทุนสินค้า และค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องบวกด้วยกำไรที่ต้องการ ภาวะการ



แข่งขัน การแข่งขันที่รุนแรงมีแนวโน้มที่ราคาสินค้าจะต่ำลง ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ
กฎหมาย ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (Demand) ผู้ขายวัตถุดิบและปัจจัยการผลิต และจรรยาบรรณ
ของธุรกิจ

การจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่ง
ประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด
สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการ
กระจายตัวของสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการรักษาสินค้าคงคลัง การจัด
จำหน่ายประกอบด้วย 2 ส่วนต่อไปนี้ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง
เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ(หรือ)กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ประกอบด้วย ผู้ผลิต
คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Market
Logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือ
ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ประกอบด้วย การขนส่ง (Transportation) การเก็บรักษาสินค้า (Storage) การ
คลังสินค้า (Warehousing) และการบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

การส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขาย
กับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย
และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้
หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสานกัน (Integrated
Marketing Communication: IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ และการ
แข่งขัน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญมีดังนี้ การ
โฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การ และ (หรือ) ผลิตภัณฑ์
หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal
Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจุดตลาดโดยใช้บุคคล ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การ
ขายโดยใช้พนักงานขายและการจัดการหน่วยงานขาย (Sales force Management) การส่งเสริมการ
ขาย (Sales Promotion) หมายถึงกิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้
พนักงาน การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้ หรือการซื้อ



การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบคือ การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) ได้แก่ การแจกของตัวอย่าง การลดราคา เป็นต้น การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade Promotion) ได้แก่ การแจกรางวัลสำหรับผู้ค้าส่ง การสะสมยอดขายเพื่อรับรางวัลของตัวเอง 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) และการตลาดเชื่อมต่อตรง (Online Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมายตรง การขายโดยใช้แคตตาล็อก การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือ หนังสือพิมพ์ ซึ่งจุดมุ่งใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คูปองแลกซื้อ

2. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมายของทัศนคติ (Attitudes) ที่มักจะมีผู้นำไปใช้ ได้แก่ ความหมายที่เขียนขึ้นโดย Gordon Allport เมื่อ 50 ปีก่อนว่า “ทัศนคติ คือ การเรียนรู้ที่มีความโน้มเอียงที่จะตอบสนองต่อวัตถุหรือประเภทของวัตถุในทางที่ชอบหรือไม่ชอบ” (Allport, 1935) ในการศึกษาเรื่องทัศนคตินั้น ทัศนคติจะหมายถึงสิ่งซึ่งเราทำการอธิบายด้วยวิธีการอ้างอิงถึงสิ่งที่อยู่ในความนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งสิ่งที่เป็นสาเหตุที่อยู่ภายในดังกล่าวนี้อาจเป็นเหตุทำให้มีผลกระทบต่อบรรยากาศของพฤติกรรมที่แสดงออก

3. แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาตลาด

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



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

การเจาะตลาด (Market penetration) ในการใช้กลยุทธ์นี้กิจการจะเติบโตโดยการเพิ่มยอดขายของสายผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบัน โดยไม่ต้องปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์

การพัฒนาตลาด (Market development) ในการใช้กลยุทธ์นี้กิจการจะเติบโตโดยการหาและพัฒนาส่วนของตลาดใหม่สำหรับช่วงของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development) ในการใช้กลยุทธ์นี้กิจการจะเติบโตโดยปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีในปัจจุบันให้ดีขึ้นหรือนำเสนอสินค้าใหม่ในส่วน of ตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบัน

การขยายตัวด้านอื่น (Diversification) ในการใช้กลยุทธ์นี้กิจการจะเติบโตโดยการซื้อกิจการหรือเริ่มธุรกิจใหม่ที่อยู่นอกสายผลิตภัณฑ์ที่กิจการมีอยู่และส่วนของตลาดที่มีอยู่

ตารางที่ 1-1 Product/Market Expansion Grid

		ผลิตภัณฑ์	
		ปัจจุบัน	ใหม่
ตลาด	ปัจจุบัน	การเจาะตลาด	การพัฒนาผลิตภัณฑ์
	ใหม่	การพัฒนาตลาด	การขยายตัวด้านอื่น

ข้อจำกัดของการศึกษา

ในช่วงของการเก็บรวบรวมข้อมูล ชิ้นงานหลายชิ้นได้ถูกรวบรวมส่งให้โครงการหลวงซึ่งจะนำไปออกร้านจำหน่าย และหลายชิ้นที่ผู้ผลิตส่งให้กับผู้สั่งซื้อสินค้าไปแล้ว จึงอาจมีชิ้นงานที่สวยงามแต่คณะผู้วิจัยไม่มีโอกาสเห็นและเก็บรวบรวมภาพ



ขอบเขตการศึกษา

1. ประชากรในการศึกษา

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาแนวลึกเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าในพื้นที่โครงการหลวง ประชากรในการศึกษา ได้แก่ ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า ที่อาศัยอยู่ในแหล่งผลิตหลักของพื้นที่ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงสะโงะ และศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว

2. ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหา ทำการศึกษาถึง ทักษะ ทักษะ ความต้องการ ศักยภาพในการผลิต ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการผลิต และการตลาดของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าในแหล่งผลิตหลักของพื้นที่ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงสะโงะ และศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว โดยศึกษาจาก หัตถกรรมประเภทผ้า ตลอดจนวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมประเภทผ้าสำหรับตลาดระดับบน พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดของ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมประเภทผ้าดังกล่าว สำหรับตลาดระดับบนและตลาดปัจจุบัน

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (อริยัวรรณ อ่วมธานี, 2549) โดยต้องการเข้าใจ ความหมาย กระบวนการความรู้ที่นึกคิดโดยเชื่อมโยงกับบริบทของสังคม โดยมีวิธีการศึกษาดังนี้

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาโดยศึกษาจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภทดังนี้

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

1.1) การสำรวจพื้นที่ที่ศึกษา เพื่อสังเกตการณ์ทั่วไป และสอบถามข้อมูลเบื้องต้น จากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้าใจสภาพความเป็นอยู่ และพื้นที่ สำหรับใช้เป็นแนวทางในการ สัมภาษณ์ต่อไป

1.2) การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ซึ่ง บุคคลที่สัมภาษณ์ประกอบด้วย



ก) หัวหน้าศูนย์พัฒนาโครงการหลวง

เพื่อทราบลักษณะข้อมูลเบื้องต้น เช่น จำนวนและลักษณะของกลุ่มชาติพันธุ์ ภายในสังกัดของศูนย์ ประเภทหัตถกรรมที่ทำ รายชื่อบุคคลและหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้องในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ทั้งในด้านการส่งเสริม การผลิต การจัดจำหน่าย และ ปัญหาและอุปสรรค เป็นต้น

ข) หัวหน้ากลุ่มผู้เกี่ยวข้อง/หน่วยงานสนับสนุน

เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในด้านต่าง ๆ เช่น การดำเนินการด้านการผลิต การบริหารจัดการ แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การตลาด เรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ตลอดจนทัศนคติ ความต้องการ และความคาดหวังของกลุ่มชาติพันธุ์ ชาติพันธุ์ต่างๆ ในการผลิตสินค้าหัตถกรรม และปัญหาและอุปสรรค เป็นต้น

ค) บุคคลในกลุ่มชาติพันธุ์ที่ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประเภทผ้า

เพื่อทราบถึง ทัศนคติ ความต้องการ และความคาดหวังของกลุ่มชาติพันธุ์ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

1.3) สังเกตการณ์ และรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับชนิดผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ และรวบรวมตัวอย่างผลิตภัณฑ์

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ตำรา เอกสารต่างๆ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การคัดเลือกตัวอย่าง

การคัดเลือกตัวอย่างใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อสัมภาษณ์ผู้มีลักษณะตามที่กำหนด

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) การสังเกตการณ์ คณะผู้วิจัยใช้กระบวนการสังเกตการณ์ ประกอบการซักถาม การจดบันทึกและการบันทึกภาพ เกี่ยวกับลักษณะทางวัฒนธรรม สภาพวิถีการดำเนินชีวิตของสมาชิก



ในชุมชน 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 (แบบสัมภาษณ์ในภาคผนวกที่ 1)

2.2) แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 2 แบบสัมภาษณ์ หัวหน้าหมู่บ้าน/หัวหน้ากลุ่ม/ผู้รู้/หน่วยงานสนับสนุน เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในด้านต่างๆ เช่น การดำเนินการด้านการผลิต การบริหารจัดการ แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การตลาด เรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต (ถ้ามี) ตลอดจนทัศนคติ ความต้องการ และความคาดหวังของกลุ่มชาติพันธุ์ ชาติพันธุ์ต่างๆ ในการผลิตสินค้าหัตถกรรม และปัญหาและอุปสรรค เป็นต้น (แบบสัมภาษณ์ในภาคผนวกที่ 2)

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

การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ มีขั้นตอนการจัดทำ ดังนี้

1) ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลการส่งเสริมการผลิตของทั้งหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชนเพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์

2) กำหนดรูปแบบและวิธีการสัมภาษณ์

3) ประมวลรายละเอียดข้อมูลจากเอกสารงานวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสอบถามข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องเบื้องต้น

4) สร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

5) ประชุมกลุ่มวิจัยย่อย เพื่อปรับปรุงแก้ไข

6) ประชุมกลุ่มวิจัยกลุ่มใหญ่ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อแก้ไขปรับปรุงแบบสัมภาษณ์

7) นำแบบสัมภาษณ์ที่สมบูรณ์แล้วไปดำเนินการเก็บข้อมูล



วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการโดยการ สังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์เจาะลึก

การตรวจสอบข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูลทำตามลำดับขั้นดังนี้

- 1) ประมวลรูปภาพ เครื่องบันทึกเสียงดิจิทัล เทปบันทึกเสียง เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ เปรียบเทียบกับข้อมูลที่จดบันทึกมาในแบบสัมภาษณ์
- 2) ตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของข้อมูลตามวัตถุประสงค์ และเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่ยังไม่สมบูรณ์
- 3) รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์ที่ถูกต้องและสมบูรณ์แล้ว นำไปประชุมกลุ่มย่อยในคณะผู้วิจัย เพื่อตรวจสอบความเข้าใจ ความถูกต้องของข้อมูลร่วมกัน ก่อนนำข้อมูลไปใช้ในการทำรายงาน และการวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ในลักษณะการวิเคราะห์กรณีศึกษา

การรายงานผล

รายงานผลโดยสรุปผลจากคำพูดหรือเรื่องราวจริงจากกลุ่มตัวอย่างการสรุปผล จะสามารถใช้อ้างอิงได้เฉพาะกลุ่ม



บทที่ 2

ประวัติและความเป็นมาของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า

ประวัติความเป็นมา

อาข่า หรือที่คนทั่วไปรู้จักกันในนาม อีก้อ ชนกลุ่มนี้มีชื่อเรียกหลายชื่อ อาทิ อีก้อ (Ekaw) ก้อ (Kaw) คนลาวเรียกว่าข่าก้อ (Kho Ko) ชาวเมียนมาร์เรียกพวกนี้ว่า อีก้อ เช่นเดียวกัน ชนชาติอินโดจีนตอนเหนือ เรียกอีก้อว่า "โก๊ะ" ลาวและชาวจีนเรียกว่า โวนี (Woni) หรือ "ฮานี" ซึ่งหมายถึงรวมถึงกลุ่มชาติพันธุ์ที่พูดภาษาโลโลในมณฑลยูนนานทางตอนใต้ด้วย แต่กลุ่มชาติพันธุ์นี้เรียกตัวเองว่า อาข่า (Akha) อาข่าเป็นกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งในตระกูลภาษาย่อยทิเบต-เมียนมาร์ โดยเป็นสาขาหนึ่งของชนชาติโล-โล (Lolo) ถิ่นเดิมของพวกอาข่าอยู่ในมณฑล ไกวเจา และมณฑลยูนนานของประเทศไทย (วิธี เทอดชูสกุลชัย, 2549 และ องค์การไฮเฟอร์ประเทศไทย, 2549)

อาข่ามีถิ่นฐานเดิมอยู่ตามบริเวณภูเขาสูงทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือและตะวันตกเฉียงใต้ของจีน มีอาข่าอยู่มากในมณฑลยูนนาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแคว้นสิบสองปันนาและไกวเจา แต่เดิมอาข่ามีอาณาจักรอิสระของตนเองอยู่บริเวณต้นแม่น้ำโขงหรือแม่น้ำคอกท้อในแคว้นสิบสองปันนา ต่อมาถูกชนชาติอื่นรุกรานจนถอยร่นลงมาทางใต้ เข้าสู่มณฑลยูนนานและไกวเจา เป็นเวลานานหลายพันปีมาแล้ว และเมื่อพรรคคอมมิวนิสต์จีนเข้าครองจีนแผ่นดินใหญ่ กลุ่มชาติพันธุ์อาข่าและกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ๆ อีกหลายกลุ่มได้อพยพมาทางตอนใต้และกระจัดกระจายเข้าไปยังแคว้นเชียงตุงทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศเมียนมาร์ ในแคว้นหัวโขงภาคตะวันตกและแคว้นพงสาลีภาคใต้ของลาว ปัจจุบันตั้งถิ่นฐานอยู่ในประเทศต่างๆ ดังนี้

นักมานุษยวิทยาและนักภาษาศาสตร์บางท่านได้จัดอาข่าอยู่ในตระกูลภาษาจีน - ทิเบต กลุ่มภาษาย่อยทิเบต-เมียนมาร์ โดยภาษาอาข่าจัดอยู่ในสาขา (โลโล) ของตระกูลเมียนมาร์ทิเบต "จือโก" คือสำเนียงที่คนอาข่าในไทยใช้ ซึ่งเป็นสำเนียงเดียวกันกับที่ใช้กันเป็นส่วนใหญ่ในหมู่อาข่าที่อาศัยอยู่ในแคว้นกาตุง เมียนมาร์ แถบตะวันตกเฉียงใต้ของยูนนาน จีนและตะวันออกเฉียงเหนือของลาว (โรงเรียนดำรงราษฎร์สงเคราะห์, 2549) ในจีนตอนใต้พบว่าอาข่าอาศัยอยู่กระจัดกระจายทั่วไป



ปะปนกับชาวจีน หมู่บ้านอาข่าบางแห่งเป็นสังคมผสมระหว่างอาข่ากับจีน ทั้งนี้เกิดจากผู้ขายจีนไปแต่งงานกับหญิงสาวอาข่า (วิธี เทอดชูสกุลชัย, 2549)

อาข่าแม้จะมีได้มีการบันทึกประวัติศาสตร์ไว้ แต่สามารถสืบสาวรายนามบรรพบุรุษฝ่ายบิดาขึ้นไปถึงตัว "ต้นตระกูล" ซึ่งมีตามจำนวนตามชั่วอายุคนตั้งแต่ต้นถึงคนสุดท้ายที่จากไป สามารถจำขนบธรรมเนียมประเพณีพิธีการมากมาย ทั้งตำนาน สุภาษิต (โรงเรียนดำรงราษฎร์ สงเคราะห์, 2549)

ในปัจจุบันอาข่าตั้งถิ่นฐานอยู่ในประเทศต่าง ๆ ดังนี้ (วิธี เทอดชูสกุลชัย, 2549)

- แคว้นเชียงตุง ในรัฐฉานทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือและเมืองเล็กบางเมืองทางตะวันออกเฉียงใต้ประเทศเมียนมาร์
- มณฑลไคเวจ และยูนนานตอนใต้ของสาธารณรัฐประชาชนจีน
- แคว้นหัวโขงทางตะวันออกเฉียงเหนือ และแคว้นพงสาติทางเหนือของประเทศลาว
- จังหวัดเชียงราย ลำปาง เชียงใหม่ แพร่ กำแพงเพชร ดาก ของประเทศไทย

อาข่าในประเทศไทย

อาข่าในประเทศไทยอพยพจากเมียนมาร์และลาว เพราะถูกจีนรุกรานและบางกลุ่มอพยพเพราะถูกกดดันจากเหตุการณ์ทางการเมือง จากคำเล่าของผู้สูงอายุชาวอาข่าหลายคนได้ให้ข้อมูลว่า อาข่าอพยพเข้ามาอยู่ในประเทศไทยประมาณ 60-80 ปี แล้ว เข้ามาตั้งถิ่นฐานครั้งแรกบริเวณคอยดุง อำเภอแม่สาย ต่อจากนั้นได้อพยพย้ายถิ่นออกไปตั้งถิ่นฐานในท้องที่ที่เป็นภูเขา ของจังหวัดต่าง ๆ คือ เชียงราย เชียงใหม่ ดาก กำแพงเพชร แพร่ ลำปาง และเพชรบูรณ์

มีอาข่าบางกลุ่มที่อพยพเข้ามายังประเทศไทยล่าสุดคือพวกที่อพยพมาจากแคว้นสิบสองปันนาของจีน เข้ามายังประเทศลาวก่อน เมื่อลาวเปลี่ยนแปลงการปกครองก็อพยพเข้ามายังประเทศไทย เพื่อหาที่ทำมาหากินใหม่ โดยอพยพเข้ามาทางเชียงแสนแล้วมาตั้งถิ่นฐานอยู่ที่คอยผาหมีเขตอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย และอีกกลุ่มอพยพจากคอยผาหมีออกไปตั้งอยู่ที่หมู่บ้านป่าสี และหมู่บ้านน้ำริน ห่างจากผาหมีประมาณ 5 กิโลเมตร อาข่าพวกนี้ได้อพยพเข้ามายังประเทศไทยได้ประมาณ 20-25 ปี และมีอยู่เพียง 3 หมู่บ้านเท่านั้น (วิธี เทอดชูสกุลชัย, 2549)

อาข่าได้อพยพโยกย้ายเข้าสู่ประเทศไทย โดยมี เส้นทาง 2 เส้นทางคือ เส้นทางแรก อพยพจากประเทศเมียนมาร์แคว้นเชียงตุง เข้าสู่ประเทศไทยเนื่องจากเกิดปัญหาทางการเมือง ด้านฝั่งเขต



อำเภอแม่จัน ทางหมู่บ้านพญาไฟ (ปัจจุบันเป็นอำเภอแม่ฟ้าหลวง) โดยการนำของแสนอุ่นเรือน ชื่อภาษาอ่าว่า "หูลอง จูเปาะ" และเข้ามาอาศัยอยู่ในเขตบนดอยตุงจนกระทั่งเสียชีวิต ส่วนแสนพรหม ชื่อภาษาอ่าว่า "หูปอ เจ่วปอ" ซึ่งเป็นน้องของแสนอุ่นเรือน ได้อพยพมาตั้งหมู่บ้าน อ่าว่าทางฝั่งอำเภอแม่สาย เขตบริเวณบ้านผาหมีและหมู่บ้านอ่าว่าเขตอำเภอเชียงแสน หรือบ้านดอยสะโง่ ส่วนแสนใจ ที่ภาษาอ่าเรียกว่า "อู่แซ เจ่วปอ" เป็นหลานของแสนอุ่นเรือน อีกคนหนึ่งได้มาตั้งหมู่บ้านแสนใจ ในเขตอำเภอแม่จัน (ปัจจุบันเป็นอำเภอแม่ฟ้าหลวง) (กรมประศาสน์, 2543)

อ่าว่าในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มย่อย โดยพิจารณาจากความแตกต่างของเครื่องแต่งกายดังนี้

1. อูโลอ่า หรืออ่าไทย

เป็นอ่าว่ากลุ่มแรกที่อพยพเข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศไทยจนถึงปัจจุบันกว่าร้อยปีมาแล้ว และถือว่าเป็นอ่าว่ากลุ่มใหญ่ที่สุด

2. โลเมอ่า หรือโลเมซาอ่า

เรียกอีกอย่างหนึ่งว่าอ่าเมียนมาร์ กลุ่มนี้จะมียุ่่มากในประเทศเมียนมาร์ อพยพเข้ามาในประเทศไทยได้ประมาณ 40-50 ปีมาแล้ว ส่วนมากจะตั้งบ้านเรือนอยู่ในจังหวัดเชียงราย แถบชายแดนไทยเมียนมาร์

3. ลอบืออ่า หรืออ่าจีน

อ่าว่ากลุ่มนี้ส่วนใหญ่ยังอาศัยอยู่ในมณฑลยูนนานของจีน ซึ่งจีนเรียกว่า "ฮานี่" อพยพเข้ามาอยู่ในประเทศไทยประมาณ 25 ปี มาแล้ว โดยอพยพเข้ามาทางประเทศลาวปัจจุบันอยู่ในประเทศไทยประมาณ 4-5 หมู่บ้านเท่านั้น ส่วนมากตั้งบ้านเรือนอยู่แถบชายแดนเขตอำเภอแม่ฟ้าหลวง อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงรายใกล้กับพวกจีนฮ่อ (กรมประศาสน์, 2543)

ลักษณะทางสังคม

ลักษณะการตั้งหมู่บ้าน อ่าว่าชอบตั้งหมู่บ้านตามภูเขาที่มีระดับความสูงโดยเฉลี่ยประมาณ 3,000-4,000 ฟุตจากระดับน้ำทะเลภูเขาหรือสันเขาที่เป็นที่ตั้งของหมู่บ้านจะต้องมีพื้นที่กว้างขวางเพียงพอสำหรับเด็กๆ วิ่งเล่นและใช้เป็นที่พักผ่อนของชาวบ้านในพิธีกรรมหรืองานฉลองต่างๆ ได้ด้วย หมู่บ้านต้องไม่ห่างไกลจากแหล่งน้ำมากนัก ปกติแหล่งน้ำจะอยู่ในหุบเขาใกล้หมู่บ้าน อ่าว่าไม่นิยมต่อรางน้ำเข้าหมู่บ้าน ทั้งนี้เพราะเชื่อว่าฝนอาจนำอันตรายต่าง ๆ มาสู่ชาวบ้านได้



ในการเลือกตั้งหมู่บ้าน บุคคลสำคัญของหมู่บ้านประกอบไปด้วยหัวหน้าหมู่บ้าน หัวหน้าพิธีกรรมของหมู่บ้าน ช่างตีเหล็ก และผู้อาวุโสในหมู่บ้านจะเป็นผู้เลือกสถานที่ เมื่อตกลงใจเลือกสถานที่ได้แล้ว หัวหน้าพิธีกรรมจะทำการเสี่ยงทายขอที่จากผีเจ้าที่ โดยใช้ไข่ 3 ฟอง โยนลงไปกระทบพื้น เมื่อไข่แตกก็แสดงว่าสร้างหมู่บ้านได้ ถ้าไข่ไม่แตกทั้ง 3 ฟอง จะตั้งหมู่บ้านบริเวณนั้นไม่ได้ เพราะผีไม่อนุญาต ต้องหาที่ตั้งหมู่บ้านใหม่

อาข่าถือว่าภูเขาที่จะตั้งหมู่บ้านควรเป็นภูเขาลูกกลางที่ล้อมรอบด้วยภูเขาสูง ลักษณะภูเขาเช่นนี้ถือกันว่าจะทำให้ชาวบ้านอยู่กันอย่างร่มเย็นเป็นสุข เลี้ยงสัตว์ดีพืชผลในไร่อุดมสมบูรณ์ (วิธี เทอดชูสกุลชัย, 2549)

เศรษฐกิจ

การเกษตรถือเป็นอาชีพหลักของอาข่า ในอดีตทำการเกษตรเพื่อยังชีพเท่านั้น จะขายก็ต่อเมื่อเหลือจากการบริโภคแล้ว การเกษตรเป็นแบบไร้เงื่อนไขเปลี่ยนแปลงที่ทำการเพาะปลูกไปเรื่อยเมื่อดินจืดก็จะหาที่เพาะปลูกใหม่ แต่ในปัจจุบันนี้อาข่าเปลี่ยนจากการทำไร่เลื่อนลอยมาเป็นการทำไร่แบบหมุนเวียนมากขึ้น ทั้งนี้เพราะพื้นที่ทำการเพาะปลูกมีน้อย ประชากรเพิ่มขึ้น แต่ที่ดินมีอยู่อย่างจำกัด ครอบครัวยุคหนึ่งๆ อาจจะมีที่ดินในครอบครองประมาณ 2-3 แปลง เพื่อบริหารในการปลูกข้าวไร่ นอกจากการปลูกข้าวไร่แล้วอาชีพรองลงมาคือการเลี้ยงสัตว์ รับจ้างและหาของป่าขาย ในฤดูแล้งอาข่านำต้นไม้กวาดมาขายให้แก่คนพื้นราบ ซึ่งปีหนึ่งๆ ทำรายได้ให้แก่พวกเขาเป็นจำนวนไม่น้อย อาข่ามีนิสัยขยันขันแข็งในการทำงาน นักเอาเบาสู้ สังคมเปลี่ยนแปลงทำให้คนที่อยู่ในวันหนุ่มสาวออกจากบ้านไปทำงานรับจ้างอยู่ในเมืองหรือรับจ้างคนไทยทำการเกษตรกันมาก โดยทั่วไปมีฐานะพอมีพอกิน ผู้ที่ยากจนจริง ๆ มักจะเป็นพวกดึกดำบรรพ์ติด หรือเป็นคนพิการหรือติดเชื้อเอชไอวี (วิธี เทอดชูสกุลชัย, 2549)

จำนวนประชากรอาข่า

ประชากรชาวอาข่าที่อาศัยอยู่ในเขตทวีปเอเชีย โดยเฉพาะประเทศจีน เมียนมาร์ ลาว เวียดนาม และประเทศไทยมีอยู่ประมาณ 2.5 ล้านคน (โดยรวมกลุ่มชน "ฮานี" ในประเทศจีนด้วย) สำหรับประเทศไทยมีประชากรอาข่าอาศัยอยู่ตามจังหวัดต่างๆ ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ ลำปาง



แพร่ ดาก เพชรบูรณ์ และน่าน มีประชากรอาศัยอยู่มากกว่า 65,000 คน โดยมีจังหวัดเชียงรายเป็น จังหวัดที่มีชาวอาข่าหนาแน่นที่สุด (มูลนิธิกระจกเงา, 2549)

การแต่งกายของอาข่า

ถึงแม้อาข่าในประเทศไทยจะแบ่งเป็น 3 กลุ่ม และมีลักษณะการแต่งกาย เป็นตัวบ่งชี้ความแตกต่างระหว่างแต่ละกลุ่มย่อย โดยจะเห็นได้จากลักษณะหมวกผู้หญิง ลวดลายการตกแต่งเสื้อผ้า ลักษณะเสื้อผ้าผู้ชาย แต่ความแตกต่างนี้ ผู้ที่ไม่คุ้นเคยจะสังเกตเห็นได้ยาก เนื่องจากมีลักษณะร่วมที่เหมือนกัน ซึ่งมีความโดดเด่น จนทำให้ระบุได้ว่าเป็นกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า ลักษณะร่วมได้แก่การแต่งกายของผู้หญิงที่ยังคงเอกลักษณ์คือ สวมหมวก ประดับเหรียญเงิน ขนไก่ ขนชะนิย้อมสี เปลือกหอยเบี้ย สวมเสื้อสีดำแขนยาว ผ่าหน้า ตัวปล่อย ตกแต่งลวดลายสวยงามทับเสื้อตัวใน ที่มีลักษณะเหมือนผ้าคาดอก สวมกระโปรงสีดำ ตัวสั้น จับจีบเล็กๆ ด้านหลัง

แต่ก่อนผู้ชายอาข่านิยมโกนผมรอบศีรษะและไว้ผมกระจุกตรงกลาง เรียกว่า “จอมบ่อ” คือปล่อยผมห้อยลงมาคล้ายหางเปีย แต่ไม่ได้ถักเปียคงใช้เชือกผูกปลายเอาไว้ กล่าวกันว่าผู้ใดไม่ไว้ผมจุกนี้จะถูกผีทำให้กลายเป็นคนบ้า ส่วนผ้าโพกศีรษะนั้นใช้ผ้าสีดำแคบๆแต่ยาวพันเอาไว้เป็นวงกลมแบบยางรถยนต์ คือตรงกลางกลวงยกขึ้นสวมศีรษะ มองเห็นจุกผมข้างบนได้ถนัด ไม่นิยมโพกผ้าปิดคลุมศีรษะทั้งหมด การแต่งกายของผู้ชายจะสวมเสื้อแขนยาวผ่าหน้า ตกแต่งลวดลายด้านหลัง สวมกางเกงจีนขาขาวสีดำหรือกรมท่า ที่ผู้หญิงเย็บและย้อมให้ มีดอกจันโลหะเงินเล็กๆ เหรียญเงิน กระดุมเงิน เป็นเครื่องประดับแสดงฐานะที่ผ้าโพกศีรษะซึ่งมีลักษณะกลมแบน

เด็กผู้ชายแต่งกายด้วยชุดสีดำอย่างผู้ใหญ่ มีผ้าผืนเล็กโพกศีรษะ ไม่มีเครื่องประดับอย่างอื่น ส่วนเด็กผู้หญิงมีหมวกกลมหุ้มผ้าสลับสีต่างๆ ติดขนสัตว์สีขาวสีแดง มีสร้อยลูกปัด เหรียญเงิน เล็กน้อย บางคนมีดอกจันแผ่นกลมๆ ที่หน้าอก นุ่งกระโปรงสั้นและเสื้อสั้น (กรมประชาสัมพันธ์, 2543)

เครื่องนุ่งห่มอาข่า ผลิตขึ้นใช้เองทุกประเภททั้งเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ย่าม ผ้าห่ม ฯลฯ มีข้อยกเว้นสำหรับบางงานที่ฝ่ายชายทำไม่ได้คือ ปั่นด้าย พันด้าย ทอผ้าและปักผ้า ซึ่งถือเป็นข้อห้ามอย่างเคร่งครัดเพราะเชื่อว่าหากฝ่าฝืนกระทำจะทำให้เกิดอาเพศ เช่น เกิดอันตรายแก่บุคคลเหล่านั้นได้



การที่จะได้ใยฝ้ายมาเป็นเส้นเกลียวและถักทอเป็นผืนผ้านั้นต้องผ่านขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การปลูกฝ้าย
2. การเก็บฝ้าย
3. การหีบฝ้ายหรือการแยกเมล็ดฝ้าย
4. การปั่นด้าย
5. การกะด้ายเพื่อทอ
6. การลงแป้
7. การสาวด้าย
8. การทอ
9. การย้อมผ้า

ลักษณะลวดลายและการตกแต่ง

ลักษณะการตกแต่งผืนผ้าของอาข่าทั้งหมดกระทำภายหลังจากทอเป็นผืนผ้า และรู้ว่าจะนำผ้าผืนนั้นเย็บเป็นเครื่องนุ่งห่มประเภทใดแล้ว ลักษณะการประดิษฐ์ลวดลายมีทั้งการปักด้วยด้ายสลับลี ซึ่งมีทั้งการปักทึบ เดินเส้น ลายก้างปลา ฯลฯ และการตกแต่งด้วยผ้าตัดปะเป็นลวดลายต่างๆ ในแต่ละกลุ่มย่อยเป็นดังนี้

อาข่าอุโล ประกอบด้วย 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มอพยพเข้ามาทางด้านคอยตุง แม่สาย และกลุ่มที่อยู่แถบแม่สลอง 2 กลุ่มนี้มีการตกแต่งลวดลายและสีต่างกัน คือ กลุ่มคอยตุงจะตกแต่งน้อยกว่าและสีที่ใช้เน้นโทนสีเย็น เช่น เขียว ฟ้า ม่วง ส่วนกลุ่มแม่สลองมีลวดลายมากกว่าและใช้โทนสีร้อน เช่น แดง ส้ม เป็นส่วนใหญ่ ในการวางลาย ส่วนของเสื้อผ้าที่ได้รับการตกแต่งมากที่สุดคือ ชายเสื้อด้านหลังของผู้หญิงและย่าม ลักษณะการวางลายจะใช้ลายเล็ก 2-3 แถว สลับลายใหญ่ 1 แถว

อาข่าโลเมฆา เป็นกลุ่มที่มีฝีมือในการปักประดิษฐ์ลวดลายที่ละเอียด สวยงามมากที่สุด และให้ความสำคัญกับเครื่องแต่งกายทุกส่วน ตั้งแต่หมวก เสื้อ ย่าม ผ้าห้อยหน้า รวมไปถึงได้ใส่เงินเล็กๆ และผ้าพันแข้ง ซึ่งเป็นส่วนล่างสุดของร่างกาย ลักษณะลวดลายส่วนใหญ่ใช้วิธีตัดปะปักทึบ และลายเส้น

ลายผ้าของกลุ่มโลเมฆามีไม่มากนัก แต่การวางลายและการปักประดิษฐ์ที่ประณีตพิถีติ้น ทำให้ผ้าของกลุ่มนี้สวยงามมีเสน่ห์กว่ากลุ่มอื่นๆ



อาข่าลอบปือ มีลักษณะการตกแต่งเสื้อผ้าสวยงามเช่นเดียวกับกลุ่มโลเมซา ส่วนใหญ่ใช้วิธีปักไขว้ ไม่นิยมลวดลายตัดปะ ลักษณะลายผ้าของกลุ่มลอบปือ กลุ่มลอบปือมีการประดิษฐ์ลวดลาย หลากหลายมากโดยจะเห็นได้จากการผสมผสานลายและหีบย้อมลายของกลุ่มอื่นมาดัดแปลง เช่น ลายเข่านและลายสีขอ

ปัจจุบันเด็กรุ่นใหม่มักไม่สนใจการเย็บปัก เนื่องจากต้องเข้าโรงเรียนหรือมีกิจกรรมด้านอื่นที่ทำให้ขาดโอกาสเรียนรู้ สถานการณ์เช่นนี้บ่งชี้ว่าหากไม่มีการกระตุ้นให้เด็กอาข่ารุ่นใหม่ตระหนักในคุณค่าฝีมือและภูมิปัญญาที่สั่งสมมาแต่เนิ่นนานเหล่านี้ อาจสูญหายไปในที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ลักษณะลวดลายซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีและถือเป็นลายพื้นฐาน ได้แก่



เอะอาคาแตะ (ลายนกเกาะ)



ซ่า (ลายไหมหลบ)



ค้องยะ



อาซ้อเวหู่ใจ - เอ้อ (ลายแมงมุม)



อาโฮโลมาต้องตอง



อาแยะ ตะแย (ลายดอกไม้)



เดาะเซเซ



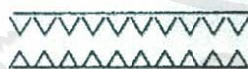
เดาะดูเดาะแซแซ - เอ้อ



ค้องไห้ (ต้นถอยหลัง)



อาล้อมา (งูใหญ่)



ซาค้องหย่าเอ้อ



ก้องซอฮาโบ๊ะ (ลายไขว้)



ค้องเดอเดอแจแจเอ้อ

ที่มา : กรมประชาสัมพันธ์ (2549: 138)

รูปที่ 2-1 ลักษณะลวดลายพื้นฐาน



ตัวอย่างลายเส้นพื้นฐานของกลุ่มอุโล

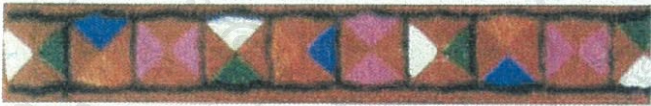
เฮอะมาอุพล้า
หรือ พะเตอะ



อาตุเหมล้าแกะแฉ่
(ลายปีกผีเสื้อข้างเดียว)



เฮอะมาโจ๊ะเคยอะ
(ลายหัวสุกศร)



อาตุเหมล้าลาฮ้อง
(ลายปีกผีเสื้อ)



อะค้อเส้หู้
(ลายเขี้ยวหมา
หรือลายอิมมี่
(ลายเห็ดเล็กๆ)



อาตุเหมล้าลาโอ้
(ลายหนวดผีเสื้อ)



ที่มา : กรมประชาสัมพันธ์ (2549: 140)

รูปที่ 2-1 ตัวอย่างลายเส้นพื้นฐานของกลุ่มอุโล



ตัวอย่างลายผ้าของกลุ่มลอบีอ



หน้าซาทาก้อง (ลายกว้างปลา)



ก้ามเขี่ยกาตอง (ลายหัวหนู)



ละโอตุ้ง (ลายซด)



ชีญะ (ลายผ้าพันเอว)



ตะโอบียะ (ลายปักเป็นแถว)



อาหยะหยะ (ลายดอกไม้)



ตะโอบีแซ หรือ โอบแซ (ลายสามเหลี่ยม)

ตะโอบีคตอ (ลายกลมๆ)



กาหมี่กาตอง



แพะอ้อเหยอะ



ตะโอบีโย (ลายเบี่ยง)

อุซอแซ (ลายใบพัด)



อาตุมาเคาะ ลายตัวผีเสื้อ

ที่มา : กรมประชาสงเคราะห์ (2549: 138)

รูปที่ 2-1 ตัวอย่างลายผ้าของกลุ่มลอบีอ



บทที่ 3

ผลการศึกษา

การศึกษาหัตถกรรมประเภทผ้าของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า ทำการศึกษาการผลิตของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงสะโงะ ตำบลศรีดอนมูล เชียงแสน จังหวัดเชียงราย ในวันที่ 9-10 กรกฎาคม 2549 และบ้านใหม่สามัคคี ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว ตำบลเมืองนะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ในวันที่ 10-11 สิงหาคม 2549

ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงสะโงะ

คณะผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง ดังนี้

นางสาวประทุมพร ลาทอง
นายพิทพงศ์ สะโง้

เจ้าหน้าที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงสะโงะ
สมาชิก อบต. หมู่ 7 ตำบลศรีดอนมูล อำเภอเชียงแสน
จังหวัดเชียงราย

นายชาติรี นวพันธ์จิรา

อายุ 37 ปี สมาชิก อบต. สะโงะ

นายอะเคอะ อาอี

ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน

นางบุญเปี้ยะ สัตยานนท์

หัวหน้ากลุ่มสตรีสมาชิกพิพิธภัณฑ์วิถีชีวิตแห่งอาข่า

นางอา โซโง้

อายุ 51 ปี บ้านเลขที่ 107

นางอามี จิตรกรชัย

อายุ 46 ปี บ้านเลขที่ 74

นางอาซู สะโง้

อายุ 41 ปี บ้านเลขที่ 154

นางมีซุม ลาปอง

อายุ 29 ปี (ไม่เป็นสมาชิกกลุ่ม)

นางมูเพี้ยะ อาอี

อายุ 47 ปี (ไม่เป็นสมาชิกกลุ่ม)

นางอาหมี่

อายุ 70 ปี บ้านเลขที่ 47 (ไม่เป็นสมาชิกกลุ่ม)

จากการเข้าไปสำรวจเพื่อศึกษา ข้อมูลด้านการรวมกลุ่มการผลิต รูปแบบผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต เรื่องราวทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ต้นทุนการผลิต จำนวนผลผลิต



การตลาด และ ทัศนคติ และความคาดหวัง ได้ผลจากการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง ดังนี้

ประวัติความเป็นมา

ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงสะโงะก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2522 ตามแนวพระราชดำริของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยมีพื้นที่สำหรับดำเนินงานโครงการ 9,000 ไร่ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงสะโงะตั้งอยู่ที่ 65 หมู่ที่ 1 ตำบลสุเทพ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ มี 5 หมู่บ้าน 139 ครัวเรือน ประชากรรวม 630 คน ประกอบด้วยเกษตรกรกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า และไทใหญ่ที่อพยพมาจากประเทศลาว และพม่า

อาชีพหลักของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า คือการเกษตรโดยมีการทำหัตถกรรมเป็นอาชีพเสริม อาชีพที่สะโงะมี 2 กลุ่ม คือ อุโล กับโลมิ ในหมู่บ้านมีพิพิธภัณฑ์วิถีชีวิตแห่งอาข่า ซึ่งแสดงถึงเรื่องราวและตัวอย่างอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ และเสื้อผ้า เครื่องประดับ ของอาข่า กลุ่มต่างๆ แต่การดูแลรักษาไม่ดีนัก จะเปิดเมื่อมีผู้มาเยี่ยมชม

การรวมกลุ่มการผลิต

ได้มีการตั้งกลุ่มและของบประมาณมาจัดตั้งพิพิธภัณฑ์วิถีชีวิตของอาข่า โดยเริ่มแรกเป็นสมาชิกทั้งหมด 45 ครัวเรือน ต่อมาสมาชิกลดลงเนื่องจากไม่มีเวลาต้องทำงานอื่นและมีปัญหาเรื่องเงิน เมื่อ 8-9 ปีก่อนกลุ่มเคยได้รับการส่งเสริมด้านเงินทุนจากแผนประเทศไทย เป็นเงิน 10,000 บาท แต่เมื่อผลิตแล้วไม่สามารถขายได้กลุ่มก็เลิกไป เพิ่งเริ่มรื้อฟื้นจัดตั้งกลุ่มใหม่ คือ กลุ่มพิพิธภัณฑ์วิถีชีวิตแห่งอาข่าเมื่อปี 2548 และกู้เงินเมื่อเดือน พฤษภาคม 2549 โดยได้รับการส่งเสริมจาก อบต. ซึ่งจัดงบประมาณในการช่วยเหลือกลุ่มอาชีพ ให้กู้ยืมโดยไม่มีดอกเบี้ย ใช้คืนภายใน 5 ปี ปีละ 6,000 บาท กู้ยืมมา 30,000 บาท ในช่วงเริ่มแรก มีผู้มาเข้าร่วมกลุ่มตัดเย็บ 8 คน แต่ปัจจุบันลาออกเหลือสมาชิกอยู่ไม่มากเพียง 4 คน เนื่องจากไม่มีเวลาต้องทำงานอื่น ชาวบ้านส่วนใหญ่ที่เหลือนับจ้างผลิตและผลิตจำหน่ายเป็นส่วนตัว ผู้ผลิตบางรายให้เหตุผลในการไม่ยอมเข้าร่วมกลุ่มว่า หากเข้าร่วมกลุ่มต้องทำตามที่ถูกกลุ่มกำหนด รวมทั้งรอเวลาที่จะได้รับคำตอบแทน อีกทั้งเวลาขายก็ต้องขึ้นอยู่กับกลุ่ม



ฝีมือในการผลิตของผู้ผลิตทั่วไปอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ผลิตที่มีฝีมือดีในท้องถิ่นมีน้อยเพียง 3 ราย ที่รับจ้างผลิตจากคนในหมู่บ้าน คนแรก คือ นางอาหมี (อายุ 70 ปี ปัจจุบันเลิกรับจ้างแล้วเพราะสูงวัย) คนที่สอง เป็นผู้ผลิตหญิงซึ่งมีบุตรพิการจึงทำงานอยู่ที่บ้าน โดย 6 เดือน จะไปไร่ อีก 6 เดือนจะรับจ้างทำงานหัตถกรรมประเภทผ้า และคนที่สามเป็นสมาชิกของกลุ่มพิพิธภัณฑวัตถุชีวิตแห่งอาข่า โดยผู้ผลิตทั้งหลายไม่ได้มีการไปเรียนหรือฝึกอบรม แต่ใช้การสังเกตงานของบุคคลอื่นและนำมาคิดทำขึ้นเอง

ผู้ผลิตที่ไม่เข้ากลุ่ม จะผลิตและนำไปจำหน่ายเองหรือจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง บางส่วนจะรับจ้างผลิตตามคำสั่งของพ่อค้าคนกลาง

ผู้ผลิตส่วนหนึ่งเป็นผู้ที่ไปทำงานรับจ้างที่ชลบุรี และใช้เวลาว่างในการปักผ้า ผู้ผลิตส่วนใหญ่จะทำงานหัตถกรรมเป็นอาชีพเสริม

ผู้ผลิตมีทั้งผลิตไว้ใช้เอง และผลิตเพื่อขาย ผู้ผลิตเพื่อขายมีจำนวนดังนี้ ที่เป็นกลุ่มมี 4 คน ที่ทำเพื่อขายที่บ้านกลางมี 5-6 คน บ้านคริสต์ มี 4 คน ส่วนผู้ที่รับจ้างผลิตเป็นประจำโดยรับจ้างคนในท้องถิ่นมี 2-3 คน

รูปแบบผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ประกอบด้วย เสื้อ ถุงย่าม หมวก สร้อยคอ สร้อยแขน ทับหน้า และกระเป๋า (โครงการหลวงมาสอนให้ทำและใช้ผ้าปักทำ) กระเป๋าสะพายข้าง ที่คาดเอว ผ้ารัดน่อง เข็มขัดที่ประดับลูกปัดและเหรียญ

ผ้าที่ใช้ตัดเสื้อจะมีความหนา เหมาะสำหรับใส่ในฤดูหนาว แต่ไม่เหมาะที่จะใส่ในฤดูร้อน

ลายต่างๆ ที่ปัก เป็นภูมิปัญญาสืบทอดกันมาเรื่อยๆ ปัจจุบันโรงเรียนเริ่มส่งเสริมให้นักเรียน ป. 4-6 ฝึกหัดเย็บปักงานของกลุ่มชาติพันธุ์ตนเอง

รูปแบบและลายมีการเปลี่ยนแปลงไปตามความคิดและเวลาที่เปลี่ยนไป การพัฒนาผลิตภัณฑ์ๆ ไม่มีผู้สอนลายใหม่ให้ ปักเย็บลายเดิมและมีการประยุกต์ โดยคิดเอง หรือเลียนแบบจากที่อื่น โดยซื้อมาเป็นตัวอย่าง

ลายดั้งเดิมจะเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ฝรั่ง) ส่วนคนเมืองนิยมทั้งลายดั้งเดิม และลายสมัยใหม่ แต่ผู้ผลิตมีความเห็นว่าลายประยุกต์จะขายได้ดีกว่าและง่ายกว่า



รูปที่ 3-1 ผ้าปัก เพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น



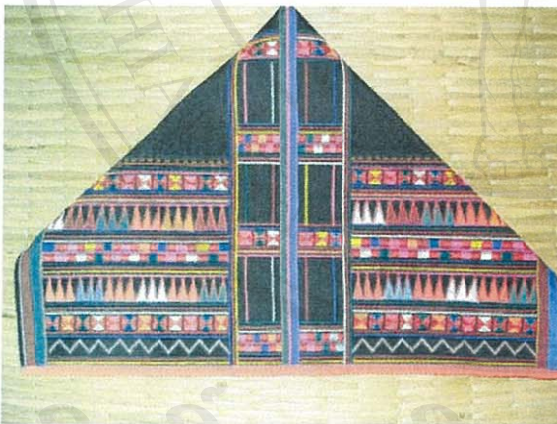
รูปที่ 3-2 หมวกที่ผลิตจำหน่าย



รูปที่ 3-3 เสื้อผู้หญิง



รูปที่ 3-4 เสื้อผู้ชาย



รูปที่ 3-5 ผ้าคลุมหมวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



รูปที่ 3-6 ผ้ารัดน่อง



รูปที่ 3-7 ย่าม

กระบวนการผลิต

เดิมเคยมีการปลูกฝ้าย และย้อมสีเอง แต่ปัจจุบันส่วนใหญ่ซื้อฝ้ายสำเร็จรูปย้อมสีเดิมมาผลิตงานเย็บ ปัก ผ้าที่แต่ก่อนเคยทอเองก็เลิกทำเนื่องจากเห็นว่าทำยาก แต่จะซื้อสำเร็จรูปจากร้านค้าที่แม่จัน (ร้านสุพร) และแม่สาย (บริษัท จินหม่าอินเตอร์เทรด จำกัด)

การผลิตจะทำในช่วงเวลาที่ว่างจากการทำไร่ทำสวน เช่น หลังรับประทานอาหารเช้ากลางวัน หรือตอนเย็น ช่วงวันหยุด (วันอาทิตย์) โดยเสียค่าทำแบบประณีตจะเย็บมือทั้งหมด แต่ก็มีส่วนที่นำไปจ้างเย็บจักรกับคนในหมู่บ้านที่มีจักรเย็บผ้า

ตลาดขายที่ปัก/เย็บจะทำตามความชอบและความคิดของตัวผู้ผลิตเอง แต่ถ้ามีผู้มาสั่งทำก็จะปัก/ผลิต ตามลายที่เขาต้องการ



ขั้นตอนการผลิตประกอบด้วย การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่จะผลิต ตัดผ้าตามขนาดที่ต้องการ
เสร็จแล้วนำมาปักลายตามความชอบ เมื่อปักเสร็จนำไปเย็บของผลิตภัณฑ์ที่ตนเองต้องการ

ในกรณีรับจ้างผลิต จะนำผ้าที่มีผู้ว่าจ้างให้มาตัดตามรูปแบบ และปักกลดลายตามที่ผู้ว่าจ้าง
ต้องการ

การผลิตกระโปรงไม่มีการปัก ใช้หูรูดและเย็บ สอย และสินค้าที่ผลิตยากคือเสื้อกับหมวก

เรื่องราวทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

มีเรื่องราวอยู่บ้าง เช่น “สมัยก่อนถือว่าถ้าไม่มี (หมวก) นั่งข้าวแล้วหัวกินไม่ได้ ถ้าไม่ใส่ตรง
นี้ หัวกินข้าวที่นี้ไม่ได้ เนื่องจากเป็นประเพณี ถ้ามีหัวก็ใส่ ไม่มีหัวก็ไม่ได้ แต่เดี๋ยวนี้ไม่เหลือแล้วสัก
อย่าง ซึ่งไม่มีใครรวบรวมเรื่องเหล่านี้ไว้เป็นหนังสือ” (นางบุญเปี้ยะ สัตยานนท์)

ลายปักผ้ามีชื่อเรียกต่างๆ ตามลักษณะของลาย แต่แต่ละลายไม่ได้มีเรื่องราวที่มาของลาย
เป็นพิเศษ เช่น ลายอาข่าเป็นลายคั่นหลัง เรียกว่า ข้องระอะ ลายที่เหมือนสามเหลี่ยม เรียกว่า เคื่องบ่า
ลายดอกไม้ สามเหลี่ยมมีเส้น เรียกว่า อายาโจง ตาไก่ เรียกว่า ยาจิก แม่นึง ลายประสานกันเหมือน
ป้ายไช้ เรียกคมเปี้ยะ

หอยเบี้ย สมัยก่อน เรียกว่า สูลี่ ใช้เวลาเจ็บท้อง เป็นยาสมุนไพร เอามาฝนผสมน้ำ
โดยต้องเป็นหอยเบี้ยที่ยังไม่เจาะรู ถ้าเจาะรูแล้วจะไม่มีคุณภาพ ใช้ไม่ได้

สีไม่มีเรื่องราว เป็นสีที่ใช้สอนกันมาแต่ดั้งเดิม และมีการนำมาประยุกต์ใช้ สีที่ใช้เป็นไป
ตามจินตนาการที่ผู้ผลิตคิดว่าสวย แต่ถ้าเป็นของอาข่าโลมิ จะเน้นสีแดง อย่างไรก็ตามผู้ใน
สัมภาษณ์รายหนึ่งกล่าวว่าสีและลายปักต่างๆ เดิมน่าจะมีความหมายในการสื่อสาร แต่ปัจจุบันไม่มี
ผู้รู้ที่จะเล่าเรื่องราวความหมายได้

ลายปักบางส่วนประยุกต์มาจากลายของเมียน

ต้นทุนการผลิต

ต้นทุนผลิตเสื้อ 1 ตัว ใช้ผ้า 1 เมตร ด้ายประมาณ 30 บาท กระดุม 10 บาท ลูกปัดสำหรับ
ตกแต่ง 5 บาท ผ้าเมตรละ 130 บาท

ผ้าที่ซื้อมาจะปักง่ายและปักได้สวยกว่าผ้าที่ทเอง ซึ่งผ้าที่ทเองจะใช้เวลาปักนานถึง 1
เท่าตัว



วัสดุ/อุปกรณ์ระดับต่างๆ เดิมใช้เงินแท้ ปัจจุบันผสมกัน มีทั้งเงินแท้และของปลอม โดยวัตถุดิบที่ใช้ผลิตของตนเองจะใช้วัตถุดิบที่ดีกว่าผลิตราย

วัตถุดิบหลายอย่างหาไม่ได้ เช่น เดิมผู้ที่คิดใช้ขนชะนี ปัจจุบันใช้ไม่ได้เนื่องจากตำรวจจับ จึงใช้ขนไก่แทน โดยผู้ผลิตจะซื้อวัสดุประเภทด้าย ผ้า ลูกปัด นิเกิ้ล เหรียญ กระดิ่ง ผ้าลาย ผ้าสีดำจากร้านที่แม่สายและแม่จัน ส่วนผู้จะผลิตเองจากขนไก่ที่เลี้ยงโดยนำไปย้อมสี

จำนวนผลผลิต

ขึ้นกับความชำนาญของผู้ผลิตแต่ละราย (การผลิตจะใช้เวลาวางในการผลิตไม่มีผู้ผลิตที่ผลิตเป็นประจำ) โดยผู้ผลิตรายหนึ่งระบุเวลาที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ ดังนี้

หมวก	ใช้เวลา 2 วัน
ถุงย่าม	ใช้เวลา 4-5 วัน
เสื่อ (ปักทุกวัน)	ใช้เวลา 15 วัน
สร้อยคอ 2 เส้น	ใช้เวลา 1 วัน
สร้อยแขน 5 เส้น	ใช้เวลา 1 วัน
ที่รัดขา	ใช้เวลา 5 วัน
ผ้าทาบหน้า	ใช้เวลา 2-3 วัน

ผู้ผลิตอีกราย (นางมูเฟียะ อายี) ประมาณกำลังการผลิต ดังนี้

กระเป๋าใส่เงิน	40 ชิ้น/เดือน
เสื่อ	1 ตัว/ปี
หมวก	30 ใบ/เดือน
สร้อยคอ	30 ชิ้น/เดือน
สร้อยแขน	60 ชิ้น/เดือน
ที่คาดเอว	50-60 ชิ้น/เดือน

งานฝีมือละเอียดที่ทำโดยผู้ผลิตฝีมือดี (นางอาหมี) โดยใช้การเย็บและปักด้วยมือทั้งหมด ใช้เวลา ดังนี้

- ผ้ารัดน่องข้างละ 1 เดือน

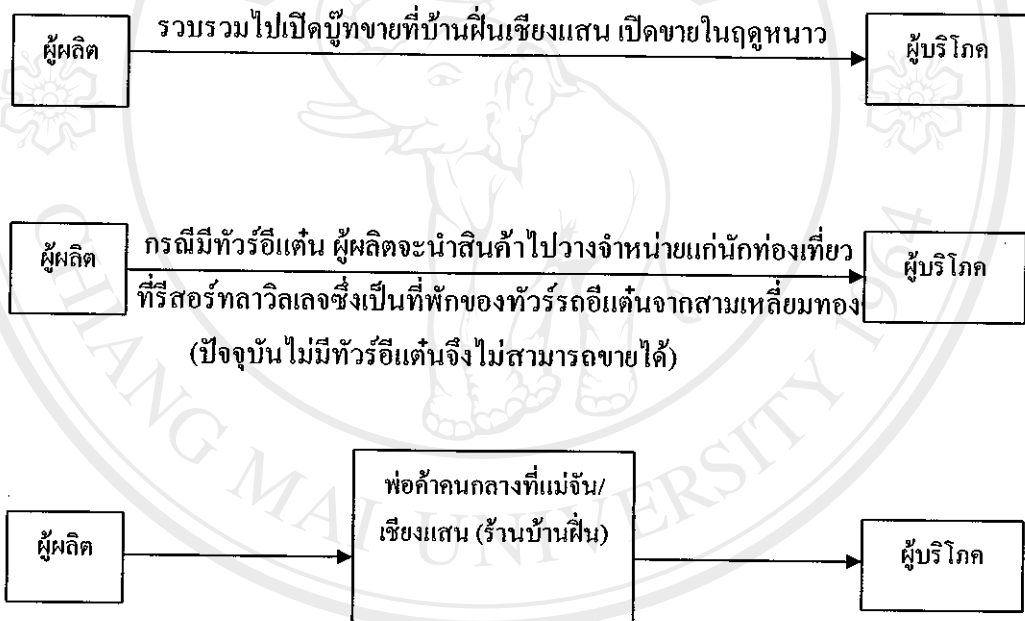


- เสื้อที่มีลายมาก 3 เดือน
- เสื้อที่มีลายน้อย 1 เดือน
- ผักลุมพม 1 เดือน

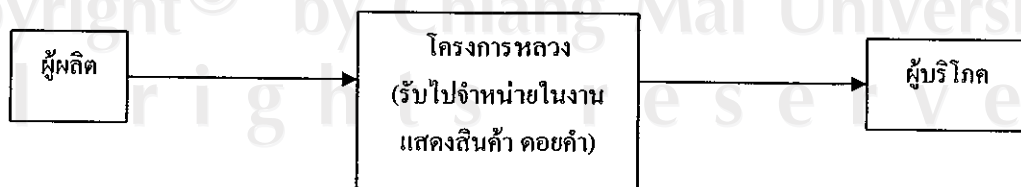
จำนวนผู้ผลิตสินค้าขายบุคคลภายนอกมีประมาณ 10 ราย

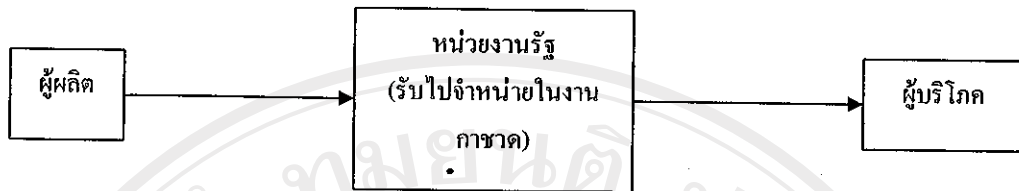
การตลาด

ช่องทางการจัดจำหน่าย มี 5 ลักษณะ ดังนี้



(มักเกิดปัญหาคนกลางกำหนดราคาต่ำมากจนไม่คุ้มที่จะผลิต ส่วนที่เชียงแสนจะขายในรูปของการฝากขาย)





ส่วนผู้ที่รับจ้างผลิต ก็จะผลิตสินค้าตามลักษณะที่ผู้ซื้อสั่งทำ

ราคา การขาย จะขายเป็นเงินสด

การกำหนดราคาจะตั้งราคาตามต้นทุนบวกด้วยค่าแรง พิจารณาตามความยากง่ายของการผลิต หากผลิตยากจะขายราคาแพง หากผลิตง่ายจะขายราคาต่ำ ระดับราคาของสินค้าต่างๆ มีดังนี้

เสื่อ ราคา 800-1,500 บาท
(หากมีลายมากๆ จะคิดราคา 1,500 บาท (ใช้เวลาผลิต 3 เดือน)
หากมีลายน้อย จะคิดราคา 1,000 บาท (ใช้เวลาผลิต 3 เดือน))

ผ้าพับหน้า	ราคา	200 บาท
ย่าม	ราคา	250-300 บาท (ตามความละเอียดของลาย)
หมวก	ราคา	100 บาท
กระเป๋	ราคา	200 บาท
เข็มขัด (ขนาดเล็ก)	100	บาท
เข็มขัด (ขนาดใหญ่)	150	บาท

ทัศนคติต่อการผลิตงานฝีมือเชิงวัฒนธรรม

- ปัจจุบันไม่ทอผ้าใส่เองแล้ว เนื่องจากเห็นว่าทำยากและเสียเวลา ต้องใช้เวลาในการทำไว้ทำสวนและไปรับจ้างทำงาน เนื่องจากความจำเป็นในการต้องหาเลี้ยงครอบครัวจึงไม่มีเวลามาทอตัดเย็บเสื่อผ้าเอง จึงซื้อมาใช้เนื่องจากมีราคาถูก หากต้องการเสื่อสวยๆ ฝีมือประณีต ก็จ้างคนในหมู่บ้านผลิต ซึ่งมีผู้ที่ฝีมือดีอยู่ 3 คน

- การปักลาย บางครั้งก็ปักลายเอง บางครั้งก็ซื้อที่เขาปักลายมาแล้ว แล้วจึงนำเอาวัสดุต่างๆ มาตกแต่ง



- ในการผลิตเพื่อจำหน่าย หากผลิตแล้วสามารถขายได้ก็เป็นสิ่งดีในการเพิ่มรายได้ และ
ยินดีทำ

- การให้อำนาจจากแหล่งอื่นมาสอนงานฝีมือให้ก็ยินดีเรียนรู้ แต่ขอพิจารณาก่อนว่าลายที่ให้
ทำนั้นยากหรือไม่ หากยากจะไม่ทำ

ปัญหา

- ด้านการตลาด เมื่อผลิตแล้วไม่สามารถขายสินค้าได้ จึงมีสมาชิกในกลุ่มลดน้อยลง การ
เดินทางไม่สะดวกในการนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์คุณภาพดี ราคาแพงจะขาย
ได้ยาก ใช้เวลานานกว่าจะขายได้ ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ราคาถูกขายได้ง่าย แต่ก็มีกำไรน้อย

- ผู้ผลิตบางรายขาดเงินทุนในการซื้อวัตถุดิบ

- การรวมกลุ่มมีปัญหาไม่เข้าใจกัน เช่น ถกเถียงกันถึงสถานที่ที่จะนำสินค้าไปจำหน่าย

ความคาดหวังและความต้องการ

ต้องการมีผู้สนับสนุนการตลาดให้ รวมทั้งต้องการให้มีผู้สอนลดทลายแปลกใหม่ให้ โดย
หากรายได้ดีก็ยินดีทำเป็นงานหลัก โดยเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุจะได้ไม่ต้องเดินทางออกไปทำงาน
รับจ้างภายนอก เนื่องจากเป็นงานที่สามารถทำอยู่ในหมู่บ้านได้ นอกจากนี้ยังต้องการสนับสนุนให้
คนในชุมชนแต่งกายชุดของกลุ่มชาติพันธุ์มาร่วมงานพิธีต่างๆ มากขึ้น ปัจจุบันเมื่อมาร่วมงานพิธีจะ
แต่งกายแบบดั้งเดิมเพียงครั้งเดียว เนื่องจากปัจจุบันนักเรียนที่จบ ป.6 และไปเรียนต่อในเมืองก็รับ
เอาวัฒนธรรมคนเมืองเข้ามา นอกจากนี้ผู้ผลิตบางส่วนก็ต้องการให้มีการสนับสนุนด้านเงินทุน

ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว

คณะผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง ดังนี้

- | | |
|----------------------------|---|
| 1. นายภานุมาศ ทองกระจ่าง | หัวหน้าศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว |
| 2. นางสาวปรมฤทัย เสมอเชื้อ | เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว |
| 3. นางพุกคำ มาเยอะ | หัวหน้ากลุ่มผู้ผลิต-ภรรยาผู้ใหญ่บ้าน |
| 4. นางสุพิศ บุลลิก | ผู้ผลิต 434 หมู่ 14 ต.เมืองนะ อ.เชียงดาว จ.เชียงใหม่ |
| 5. นางอาสุด พิพัฒน์ธราดล | ผู้ผลิต 25/4 หมู่ 10 ต.เมืองนะ อ.เชียงดาว จ.เชียงใหม่ |



6. นางพิกุล ตะเขียว

ผู้ผลิต หมู่ 10 ต.เมืองนะ อ.เชียงดาว จ.เชียงใหม่

7. นางบุษะ สารรังสี

ผู้ผลิต 368 หมู่ 14 ตำบลเมืองนะ อ.เชียงดาว จ.เชียงใหม่

จากการเข้าไปสำรวจเพื่อศึกษา ข้อมูลด้านการรวมกลุ่มการผลิต ลักษณะรูปแบบผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต เรื่องราวทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ต้นทุนการผลิต การตลาด และทัศนคติ และความคาดหวัง ได้ผลจากการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง ดังนี้

ประวัติความเป็นมา

ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียวก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2523 ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียวตั้งอยู่ที่หมู่ 10 ตำบลเมืองนะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 5 หมู่บ้าน คือ บ้านใหม่สามัคคีตะฉิน บ้านใหม่สามัคคีอาข่า บ้านละว้า บ้านหนองเขียว และบ้านหนองวัวแดง ประชากรมีจำนวน 4,468 คน รวม 802 ครัวเรือน นับถือศาสนาคริสต์

อาชีพหลักของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าคือการเกษตร โดยมีการทำหัตถกรรมเป็นอาชีพเสริม มีโรงทอปัก/เย็บ ที่ได้รับความช่วยเหลือจากชุด รพช. 1 โรง แต่ปัจจุบันไม่ได้ใช้งานเนื่องจากชาวบ้านจะทำงานกันที่บ้านและไม่รวมกลุ่มกันผลิต โดยชาวบ้านในหมู่บ้านนี้เป็นอาข่าโลมี

การรวมกลุ่มการผลิต

ผู้หญิงในหมู่บ้านจะสามารถผลิตกันได้เกือบทุกคนทั้งหมู่บ้าน เดิมมีการรวมกลุ่มแม่บ้านร่วมกันผลิต โดยได้รับเงินทุนในการซื้อวัตถุดิบจากทหารชุด รพช. และมีการสร้าง โรงทอปัก/เย็บผ้า โรง อยู่ในบริเวณบ้านของแม่หลวง แต่ปัจจุบันไม่ได้มีการใช้งานแต่อย่างใด เนื่องจากชาวบ้านผลิตผลิตภัณฑ์เองที่บ้าน และขณะเดียวกันก็เหลือเพียงผู้ผลิตที่ผลิตเป็นประจำเพียง 14 ราย

เนื่องจากไม่มีตลาดจึงหยุดทำการผลิต หัวหน้ากลุ่ม คือ นางพุกมา มาเยอะ อายุ 31 ปี เป็นแม่หลวง ผู้ผลิตส่วนใหญ่ทำเป็นอาชีพเสริม ผู้ที่ทำการผลิตในปัจจุบันอายุน้อยที่สุด 15 ปี และอายุมากที่สุด คือ 40 ปี แต่หากเป็นงานฝีมือละเอียดผู้ทำจะเป็นผู้มีอายุ 30 กว่าปี ขึ้นไป

ผู้ผลิตที่มีฝีมือดีปักงานละเอียดได้ มีอยู่ 7-8 คน ส่วนผู้ที่มีฝีมือดีมากในการทำงานปักที่มีความละเอียดประณีต มี 1 คน คือ นางอาสุต พิพัฒนธราดล อายุ 60 ปี ปัจจุบันทำเฉพาะการปักเสื้อ



ให้บุคคลในครอบครัว หรือเฉพาะกรณีมีคนรู้จักมาว่าจ้างให้ปักให้ ซึ่งจะคิดในราคาที่ไม่แพงมาก โดยนางอาสุต พอจะสามารถบอกชื่อลายและความหมายได้บ้าง แต่นางอาสุต ไม่สามารถพูดภาษาไทยได้

รูปแบบผลิตภัณฑ์

ทางกลุ่มไม่มีการทอผ้าเอง (หัวหน้ากลุ่ม คือ นางพญ่า มาเยอะ อายุ 31 ปี ได้ระบุว่าตั้งแต่เล็กก็ไม่เห็นพ่อ/แม่ทอผ้าเอง) แต่จะซื้อผ้า ด้าย และอุปกรณ์อื่นๆ จากร้านค้า มาผลิตผลิตภัณฑ์หลายรูปแบบ ได้แก่ หมวกอาข่า กระเป๋า เข็มขัด สร้อยข้อมือ สร้อยข้อเท้า และสร้อยคอ (ซึ่งใช้เปลือกหอยเป็นส่วนประกอบ) เสื้อ ยาม

รูปแบบผลิตภัณฑ์จะนำแนวคิด ลวดลายแบบดั้งเดิมที่ใช้ปักมาตั้งแต่สมัยปู่ย่าตายาย มาประยุกต์ดัดแปลง ปรับปรุง พัฒนาแบบใหม่ๆ ขึ้นมาตามแนวคิดของผู้ผลิตแต่ละรายเอง โดยไม่มีผู้สอน

สินค้าที่ผลิตจะมีทั้งลักษณะการประดับด้วยเปลือกหอย และลูกปัด และนิเกิ้ล, การปักลายปัก และการใช้ผ้าตัดปะ แต่ที่ทำมากคือ การประดับด้วยเปลือกหอย ลูกปัด และนิเกิ้ล

นอกจากนี้สินค้าที่ผลิตใช้เอง เช่น เสื้อ กระโปรง ยาม หากมีนักท่องเที่ยวมาขอซื้อ ก็จะขายในราคาก่อนข้างสูง แต่ก็มีขายในลักษณะนี้้น้อยมาก ลูกค้าบางส่วนจะชอบลายดั้งเดิม ถ้าเป็นของดั้งเดิม ราคาจะแพง

ผลิตภัณฑ์ที่ขายดี คือ เข็มขัด หมวกและกระเป๋า

ลวดลายที่ลูกค้านิยมคือลายดอกไม้ และลายอาตุมีละ (ผีเสื้อ)



รูปที่ 3-8 ยามที่ผลิตขาย



รูปที่ 3-9 หมวก



รูปที่ 3-10 สร้อยข้อมือ เข็มขัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



รูปที่ 3-11 ผ้ารัดน่อง



รูปที่ 3-12 ลายปักของเสือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กระบวนการผลิต

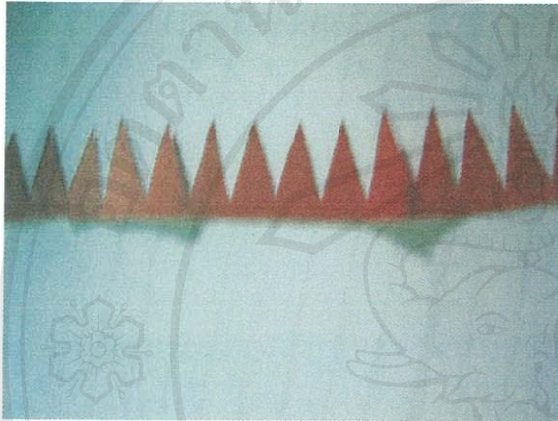
วัตถุดิบซึ่งประกอบด้วย ผ้า ด้าย นิกเกิ้ล เหมียว เป็ลือกห้อย ซิป กระดุม ลูกปัดจะซื้อจากหลายแหล่ง ได้แก่ ในที่บาร์ซ่าและตลาดวโรรส จังหวัดเชียงใหม่ และแม่สาย จังหวัดเชียงราย โดยซื้อเป็นเงินสด

การผลิตจะทำโดยซื้อผ้าผืนใหญ่มา จากนั้นนำมาตัดเป็นชิ้นๆ ตามแบบที่ต้องการเพื่อนำไปประกอบเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ กระบวนการผลิตทำอาจทำในสองลักษณะ 1) ใช้จักรเย็บ เป็น

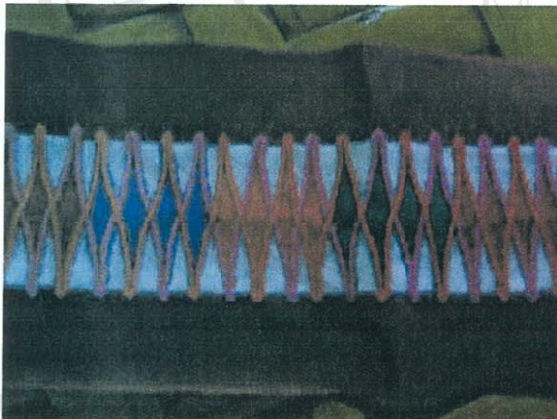


กระเป๋า เข็มขัดก่อน จากนั้นจึงตกแต่งประดับลวดลายตามต้องการ ในขั้นตอนของการตกแต่งปัก ลวดลายจะใช้มือทำทั้งหมด 2) ใช้ลูกปักร้อยติดขอบก่อน จากนั้นเอามาปักลวดลาย แล้วจึงมาเย็บ เป็นตัวกระเป๋า

ชิ้นงานที่ทำยากที่สุดคือหมวก



รูปที่ 3-13 ผ้าที่ตัดเพื่อนำไปปะติด



รูปที่ 3-14 ผ้าที่ตัดแล้วนำมาเย็บปะติดผ้า
ชั้นอื่น

เรื่องราวทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และลายผ้าปักต่างๆ

ชาวบ้านพอจะมีข้อมูลเกี่ยวกับชื่อลายและความหมายบ้าง เช่น

- ลูกเดือยเป็นเอกลักษณ์ของอาป่า โดยลูกเดือยมีสีดำ เหลือง ขาว



- ชาคัพพัชร์อำเภอลำปาง จะใช้สีแดง ผ้าพื้นสีดำ และจะปักลายทั้งหมด ซึ่งเป็นลักษณะประจำผ้า แต่ไม่ทราบความหมายของสี และจะนิยมสีแดง
- หมวกที่หญิงสาวใส่ จะเป็นหมวกเรียบ ๆ โดยบ่งบอกว่าผู้ใส่เป็นสาว ส่วนหมวกที่เป็นของผู้ที่แต่งงานแล้วจะมีลวดลายมากกว่า
- ลวดลายจะเป็นลายดอกไม้หลาย ๆ แบบ มีลาย “อาลุมิละ” (อาลุมแปลว่าผีเสื้อ) ลายปักของชาวอำเภอลำปาง ต้องมีอย่างน้อย 2 ลาย คือลายดอกไม้และลายผีเสื้อ และสองลายนี้สามารถปรับเปลี่ยนได้หลายลาย ต้องใช้มือทำ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของชาวอำเภอลำปาง
- ผู้ผลิตรุ่นใหม่ เช่น หัวหน้ากลุ่มที่มีอายุ 31 ปี ไม่ทราบเรื่องราวทางวัฒนธรรม ไม่ทราบความเป็นมา การปักต่างๆ ทำได้เนื่องจากเห็นพ่อแม่ทำมาแต่เล็กจนโต แต่ไม่เห็นการทอผ้าแล้ว ส่วนผู้ผลิตสูงอายุ พอจะรู้จักชื่อลาย เช่น ลายค่อมบะ, ลายอุแฉะ, ลายอะร้อมาอาณ, ลายรอยเท้าหมา, ลายอาเหย่โจ๊ะ, ลายเมเนอะ (ตา), ลายคองเคอะ และลายโคอุโคแฉะ แต่ไม่ทราบความหมายของลาย ผู้ผลิตสูงวัยส่วนใหญ่ไม่สามารถพูดภาษาไทยได้

ต้นทุนวัตถุดิบ

วัตถุดิบจะใช้ผ้า/ด้าย ที่ย้อมสีเคมี ไม่ใช่สีธรรมชาติ

ต้นทุนวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตมีดังนี้

- ผ้าดำ เป็นพับ (ม้วนใหญ่) เมตรละ 24 บาท
- เปลือกหอย กิโลกรัมละ 180-200 บาท
- กระดุม ห่อละ 35 บาท
- กระดิ่ง ถุงละ 100 บาท
- ลูกปัด ถุงละ 70 บาท
- ลูกเดือย ปลูกเอง

ผู้ผลิตรายหนึ่ง (นางพิกุล ตะเขียว) ประเมินการว่า มีต้นทุนวัตถุดิบ 2,500 บาท ต่อปี

สามารถทำกระเป๋าได้ 30 ใบ เข็มขัด 30-40 เส้น และทำหมวกได้ 30 ใบ



จำนวนผลผลิต

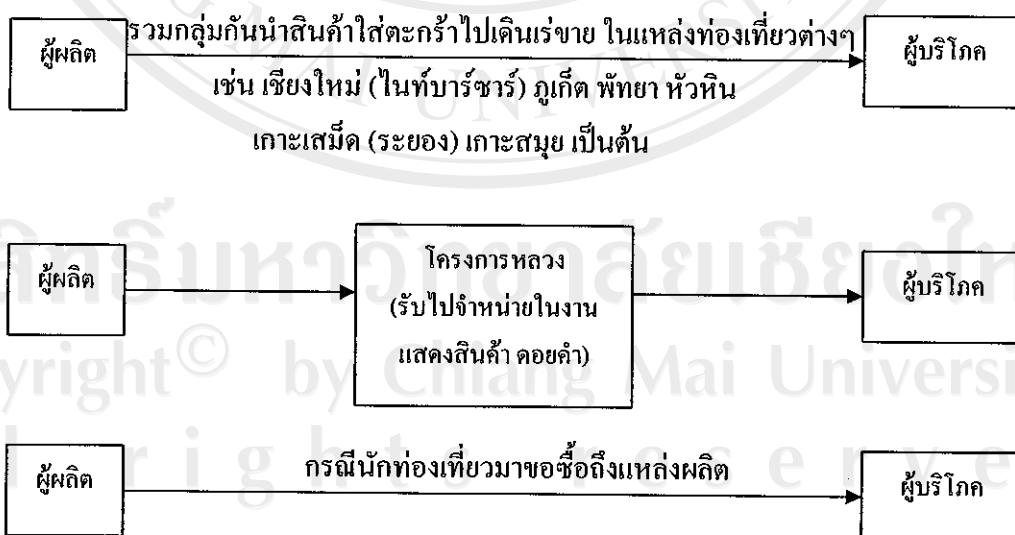
ความสามารถในการผลิตต่อวันขึ้นอยู่กับบุคคล และเวลาที่ทำในแต่ละวันของผู้ผลิตรายนั้นๆ ตัวอย่าง ความสามารถในการผลิตของผู้ผลิตรายหนึ่ง (นางบุญะ สารรังสี) เป็นดังนี้

- หมวกอาข่า 1 ใบ ใช้เวลา 1 วัน ผลิตได้ประมาณ 1 ใบ
- กระเป๋า ใช้เวลา 1 วัน ผลิตได้ประมาณ 1 ใบ
- เข็มขัด ใช้เวลา 1 วัน ผลิตได้ประมาณ 2-3 เส้น
- สร้อยข้อมือ, สร้อยข้อเท้า ใช้เวลา 1 วัน ผลิตได้ประมาณ 10 เส้น
- สร้อยคอ ใช้เวลา 1 วัน ผลิตได้ประมาณ 2-3 เส้น

เนื่องจากในการผลิตผู้ผลิตส่วนใหญ่ทำเป็นงานเสริม ทำในตอนกลางคืนเมื่อว่างงาน บางรายจะเริ่มผลิตมากในช่วงตั้งแต่เดือนตุลาคม เป็นต้นไป เนื่องจากจะนำไปขายในช่วงนำฤดูท่องเที่ยวตั้งแต่มกราคม โดยจะต้องออกเดินทางไปเดินเร่ขายสินค้า ผู้ผลิตบางรายจะผลิตในช่วงมกราคม ถึง มีนาคม ของทุกปี เนื่องจากเป็นช่วงฤดูร้อนไม่มีงานไร่/สวน ทำ

การตลาด

ช่องทางการจัดจำหน่าย มี 3 ลักษณะ ดังนี้





ราคา การกำหนดราคาจะตั้งราคาตามต้นทุนบวกด้วยค่าแรง พิจารณาตามความยากง่ายของการผลิต หากผลิตยากจะขายราคาแพง หากผลิตง่ายจะขายราคาต่ำ นอกจากนี้สินค้าบางชนิดมีผู้ผลิตหลายรายแข่งขันกัน ก็จะขายในราคาดตลาด ระดับราคาของสินค้าต่างๆ มีดังนี้

หมวก	150-200 บาท
เข็มขัด	80-100 บาท (ขายคนไทย 80 บาท ขายฝรั่ง 150 บาท ต้นทุนประมาณ 50 บาท)
สร้อยข้อมือ	20-30 บาท
สร้อยข้อเท้า	40-50 บาท
กระเป๋า (ใบเล็ก)	50 บาทขึ้นไป
กระเป๋า (ใบใหญ่)	100 บาทขึ้นไป

โดยทั่วไป จะขายสินค้าให้คนไทยในราคาที่ถูกลงกว่าฝรั่ง

ทัศนคติต่อการผลิตงานฝีมือเชิงวัฒนธรรม

ผู้ผลิตมีทัศนคติต่อการผลิตงานฝีมือเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

- ผู้ผลิตคิดว่าดี เนื่องจากรายได้ดีกว่าการทำไร่ทำสวน เนื่องจากราคาสินค้าเกษตรไม่แน่นอน อย่างไรก็ตามก็ต้องขึ้นกับกลุ่ม หากต้องผลิตเป็นจำนวนมากก็ต้องขึ้นอยู่กับการรวมกลุ่มว่าจะทำหรือไม่ เนื่องจากทุกวันนี้ไม่มีกลุ่ม
- คิดว่าเป็นสิ่งดี เป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรม
- หากมีผู้เข้ามาส่งเสริมให้ผลิต และรับรองว่ามีผู้ซื้อแน่นอนก็ยินดีทำ
- ยินดีไปสอนผู้อื่น เนื่องจากต้องการช่วยให้ผู้อื่นมีอาชีพ แต่ก็ไม่ได้คิดว่าจะมีอะไรไปสอน

ปัญหา

ปัญหาที่ผู้ผลิตระบุ ได้แก่

- ตลาด เมื่อผลิตแล้วไม่สามารถขายสินค้าได้ กลุ่มที่รวมกันจึงสลายไป แต่ละคนจึงหาทางขายสินค้าโดยเดินทางไปเร่ขายสินค้าเอง การตลาดจึงนับเป็นปัญหาหลัก
- เงินทุน เงินที่ใช้ลงทุนเป็นเงินส่วนตัว และมีบางส่วนต้องกู้ยืมและเสียดอกเบี้ย



ความคาดหวังและความต้องการ

ผู้ผลิตมีความคาดหวังและความต้องการดังนี้

- ต้องการทำเป็นอาชีพหลักหากสามารถจำหน่ายได้
- ต้องการตลาดที่จะขายสินค้าเหล่านี้ให้ได้ และมีความช่วยเหลือ
- ต้องการได้เงินทุน
- ต้องการให้มีผู้มาสอนการออกแบบและทำลวดลายใหม่ๆ
- ต้องการให้วัฒนธรรมของตนเป็นที่รู้จัก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



บทที่ 4

สรุป วิเคราะห์ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง : กรณีศึกษาหัตถกรรมประเภทผ้าของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า” เป็นส่วนหนึ่งของโครงการการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง ในบทนี้ได้ทำการสรุปถึงทัศนคติ ศักยภาพในการผลิต การตลาด ปัญหาและอุปสรรค ความคาดหวังของกลุ่ม การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมประเภทผ้าสำหรับตลาดบน และข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมประเภทผ้าสำหรับตลาดบนและตลาดปัจจุบัน โดยแยกการสรุปและวิเคราะห์เป็น 2 ส่วน คือ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงสะโงะ และ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองเขียว

ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงสะโงะ

จากการเข้าไปสำรวจพื้นที่บ้าน หมู่ 10 ตำบลเมืองนะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ในวันที่ 9-10 สิงหาคม 2549 ในส่วนของหัตถกรรมประเภทผ้าเพื่อศึกษา ทัศนคติ ความคาดหวัง ศักยภาพในการผลิตและการบริหารจัดการ การตลาด และเรื่องราวเชิงวัฒนธรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาสามารถสรุปประเด็น วิเคราะห์โอกาสและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

ทัศนคติ

ชาวบ้านส่วนใหญ่เห็นว่าการผลิตงานหัตถกรรมตั้งแต่การทอผ้า การปักลายเป็นงานที่ต้องใช้เวลามากในการผลิต เสียเวลาแม้จะเป็นวิถีชีวิตที่เคยเห็นสืบทอดกันมาแต่เด็ก นิยมไปซื้อจากแหล่งผลิตอื่นเช่นแม่สายที่มีผลิตภัณฑ์ของใช้ต่าง ๆ ขายในราคาถูก เวลาที่มีจะใช้ในการประกอบอาชีพการเกษตรและออกไปรับจ้างทำงานต่าง ๆ เนื่องจากรายได้ดีกว่าการทำงานหัตถกรรม นอกจากนี้หากต้องการงานฝีมือเป็นเครื่องใช้ส่วนตัว ก็ใช้การจ้างผู้มีฝีมือในหมู่บ้านทำให้ หรืออาจมีการผลิตเองบ้างเพื่อใช้ส่วนตัว ส่วนผู้ที่ทำการผลิตอยู่เพื่อจำหน่ายก็ไม่ต้องการทำงานที่มีความยาก ความต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมมีไม่มาก ซึ่งอาจเนื่องจากเป็นชุมชนที่อยู่ไม่ไกลจากตัว



เมืองมากนัก จึงรับเอาวัฒนธรรมของคนเมืองเข้าไปมากโดยเฉพาะเด็กรุ่นใหม่ที่เข้ามาศึกษาในเมือง (โรงเรียนในหมู่บ้านจึงต้องเริ่มมีการสอนนักเรียนให้ทำงานฝีมือ) นอกจากนี้การที่อยู่ใกล้ตัวเมือง ทำให้สามารถเข้าไปหารายได้จากการรับจ้างในตัวเมืองซึ่งจะมีรายได้ดีกว่าการทำงานหัตถกรรมจึง มีผู้สนใจเข้าร่วมกลุ่มทำงานหัตถกรรมน้อย

ความคาดหวัง

ต้องการให้มีผู้ช่วยตลาดให้เนื่องจากประสบปัญหาไม่สามารถขายได้ ผู้นำชุมชน คาดหวังที่จะส่งเสริมการทำงานหัตถกรรมประเภทผ้าเพื่อเป็นรายได้แก่ผู้สูงวัย เพื่อจะได้ไม่ต้อง เดินทางออกไปรับจ้างทำงานนอกหมู่บ้าน

ศักยภาพในการผลิต

ปัจจุบัน การผลิตงานหัตถกรรมผ้าส่วนใหญ่ทำเป็นอาชีพเสริมในช่วงเวลาว่าง การร่วม กลุ่มขาดความเข้มแข็งจึงมีการสลายตัวไป แม้มีการตั้งกลุ่มใหม่โดยการสนับสนุนของผู้บริหาร ส่วนท้องถิ่น (อบต.) แต่ก็ยังเป็นกลุ่มที่ไม่มีศักยภาพเนื่องจากมีปัญหาในด้านการตลาด เพียงใน ระยะเวลาที่เริ่มตั้งกลุ่มใหม่ได้เพียงไม่กี่เดือน จำนวนสมาชิกก็ลดลงเหลือเพียงครึ่งเดียว นอกจากนี้ ยังมีความขัดแย้งในการบริหารจัดการกลุ่ม ดังนั้นหากมีความต้องการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ที่มีคุณภาพสูง ที่ต้องใช้การควบคุมคุณภาพในการผลิตและวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงและให้ผู้ผลิต หลายราย ก็น่าจะมีปัญหาในการรวมกลุ่มของผู้ผลิต ผู้ผลิตที่ผลิตงานหัตถกรรมเพื่อนำมาจำหน่าย ภายนอกมีเพียงประมาณ 10 ราย และส่วนใหญ่มีฝีมือเพียงระดับปานกลาง ขณะเดียวกันก็ไม่มี ความสนใจที่จะผลิตชิ้นงานที่ยาก ส่วนผู้ผลิตที่มีฝีมือก็มีเพียง 2 รายที่ยังรับจ้างทำงานอยู่ (1 ราย สูงวัย แล้วจึงเลิกรับจ้าง) แต่รับทำงานจากคนในท้องถิ่น เนื่องจากงานที่ทำ เช่น การปักเสื้อ ต้องใช้ เวลานาน ดังนั้นจึงไม่น่าที่จะสามารถรับงานเพิ่มเติมได้อีกมากนัก

ลักษณะเรื่องราวเชิงวัฒนธรรม มีอยู่บ้าง มีการรวบรวมเป็นพิพิธภัณฑ์ซึ่งให้ข้อมูล เกี่ยวกับลักษณะอุปกรณ์เครื่องใช้ แต่ไม่มีเรื่องราวรายละเอียดในเชิงลึกที่จะสร้างความน่าสนใจและ เพิ่มมูลค่าให้กับงานหัตถกรรมประเภทผ้า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะระบุว่าเห็นการทำงาน หัตถกรรมสืบทอดกันมาแต่ไม่ทราบเรื่องราวที่มาในรายละเอียด นอกจากนี้การพัฒนารูปแบบ สีนก้ามีการเลียนแบบสินค้าจากกลุ่มชาติพันธุ์อื่น เช่น เมี่ยน จึงทำให้งานขาดความเป็นเอกลักษณ์ ของกลุ่มชาติพันธุ์



การตลาดของกลุ่มชาติอาข่าสะโงะ

ผลิตภัณฑ์ มีการผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น เสื้อ หมวก ผ้าคลุมหมวก ยาม สร้อยคอ สร้อยข้อมือ กระเป๋า ซึ่งไม่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มชาติพันธุ์อาข่าจากแหล่งอื่นผลิตและนำไปวางจำหน่ายที่แม่สาย และแม่จัน ซึ่งของกลุ่มจะสามารถขายได้ในราคาที่ถูกลงกว่า จนกระทั่งคนในหมู่บ้านเองก็ไปซื้อมาใช้แทนการผลิตเองหรือซื้อจากคนในหมู่บ้าน ผลิตภัณฑ์และลายมีการพัฒนารูปแบบตามจินตนาการของผู้ผลิตรวมทั้งมีการลอกเลียนแบบจากงานฝีมืออื่นที่เห็นวางจำหน่าย

ราคา การกำหนดราคาจะตั้งราคาตามต้นทุนบวกด้วยค่าแรง พิจารณาตามความยากง่ายของการผลิต หากผลิตยากจะขายราคาแพง หากผลิตง่ายจะขายราคาต่ำ โดยสินค้าที่กำหนดราคาต่ำจะสามารถขายได้ง่ายกว่า (ทางกลุ่มมีคู่แข่งที่เป็นอาข่าชุมชนอื่นทั้งในประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนที่ผลิตสินค้ามาจำหน่ายในราคาที่ต่ำมาก)

ช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่ายได้รับความช่วยเหลือให้ไปเปิดบู๊ทขายฟรีที่บ้านฝั้น เชียงแสน ได้รับความช่วยเหลือในการจัดจำหน่ายจากมูลนิธิโครงการหลวงและสภาการศึกษาไทยเป็นครั้งคราว นอกจากนั้นก็มีการนำไปขายให้แก่นักท่องเที่ยวในรีสอร์ทใกล้หมู่บ้านในฤดูกาลท่องเที่ยวเป็นครั้งคราว

ปัญหาและอุปสรรค

ปัญหาอุปสรรคหลักของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า โครงการหลวงสะโงะ คือ การขาดตลาดที่จะซื้อสินค้า สินค้าที่ผลิตออกมาไม่สามารถหาตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายที่ดีได้ เช่น เมื่อเปิดบู๊ทก็ต้องจัดหาคนไปเฝ้าบู๊ทตลอดเวลา ทำให้มีค่าใช้จ่าย หรือหากวันใดไม่มีผู้ไปเฝ้าบู๊ทก็ต้องปิด

วิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมประเภทผ้าสำหรับตลาดบนสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าที่สะโงะ

โอกาสในทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมประเภทผ้าสำหรับตลาดบนยังไม่มีเนื่องจากรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำในปัจจุบันเกือบทั้งหมดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำขายในตลาดมวลชน (Mass Market) เน้นการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ทำง่าย ไม่ยุ่งยาก ความละเอียดประณีตที่จะแสดงถึง



คุณค่าทางวัฒนธรรมมีน้อย แม้ผู้ผลิตจะพยายามปรับปรุงรูปแบบตามจินตนาการของตนแต่สินค้าก็ยังไม่มีความแตกต่างและมีการเลียนแบบสินค้าอื่นที่วางจำหน่าย รวมทั้งการเลียนแบบจากกลุ่มชาติพันธุ์อื่น

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ประกอบด้วยผ้าทอโรงงานและด้ายที่ซื้อสีเคมีจากโรงงาน ซึ่งทำให้คุณค่าของชิ้นงานมีน้อย เนื่องจากในตลาดบนยังให้ความสำคัญกับการใช้ผ้าทอมือ และการย้อมสีธรรมชาติ ขณะเดียวกันลักษณะของการปักลายที่มีมากเกินไป ทำให้ผลิตภัณฑ์ก็ไม่เหมาะแก่การนำมาใช้ในชีวิตประจำวันของคนทั่วไป

ผู้ผลิตส่วนใหญ่มีฝีมือปานกลาง โดยจะทำงานฝีมือที่ละเอียดไว้ใช้ส่วนตัว ส่วนงานที่ผลิตขายต้องการทำเฉพาะงานที่ไม่ยากมากนัก ส่วนผู้มีฝีมือสูงก็รับงานในท้องถิ่น ขณะเดียวกันกลุ่มชาติศึกษาภาพในการบริหารจัดการ และเพิ่งอยู่ในระยะเริ่มของการรวมกลุ่มใหม่ขาดความเข้มแข็ง ประกอบกับการที่ชุมชนอยู่ใกล้ตัวเมืองจึงรับเอาวัฒนธรรมของคนเมือง และวิถีชีวิตนิยมการรับจ้างทำงานภายนอกหมู่บ้านที่สร้างรายได้ดีกว่างานหัตถกรรม ประกอบกับขาดความรู้สึบทอดในเรื่องราวของวัฒนธรรม จึงมีโอกาสน้อยในการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมประเภทผ้าสำหรับตลาดระดับบน

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมประเภทผ้าสำหรับตลาดระดับปัจจุบันสำหรับกลุ่มอาชีพที่สระโงะ

เนื่องจากทางกลุ่มชาติศึกษาภาพในตลาดระดับบนจึงไม่มีข้อเสนอแนะสำหรับตลาดบน แต่มีข้อเสนอแนะสำหรับตลาดปัจจุบันด้วย

แนวทางที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน ได้แก่

1. ทางโครงการหลวง ควรให้การสนับสนุน ในด้านการอบรม เทคนิค และวิธีการแบบแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าให้มีรูปแบบที่หลากหลาย ตลอดจนแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมและคงเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์
2. ทางโครงการหลวง ควรจะช่วยในการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่มีอยู่ต่อไป โดยการช่วยนำไปจำหน่ายยังช่องทางต่างๆ ของโครงการหลวง เช่นที่เคยทำมา นอกจากนี้หากมีการนำตัวแทนของกลุ่มไปสาธิตการผลิตในงาน ก็จะเพิ่มคุณค่าและความน่าสนใจในงานหัตถกรรมดังกล่าวมากขึ้น



อนุรักษ์รักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมมีไม่มาก ซึ่งหากงานที่ทำให้รายได้ดีโดยไม่ยุ่งยาก ก็ต้องการทำ ความสนใจในการเข้าร่วมการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาตนเองยังมีไม่มากนักและมักจะคิดพัฒนารูปแบบ สินค้าและตลาดต่างๆ ด้วยตนเองมากกว่าการเรียนรู้จากผู้อื่น (ถึงแม้ว่าผู้ผลิตบางรายจะต้องการ ให้มีผู้มาสอน แต่ผู้ประสานงาน โครงการหลวงระบุว่าส่วนใหญ่ไม่สนใจเข้าร่วมการฝึกอบรม)

ผู้หญิงแทบทุกบ้านสามารถผลิตงานปักได้ เนื่องจากสืบทอดเห็นพ่อแม่ทำมาแต่เด็ก แต่ มักจะทำชิ้นงานที่ประณีตมากเพื่อใช้ส่วนตัว ส่วนงานที่ทำจำหน่ายจะทำชิ้นงานที่สามารถผลิตได้ ง่ายและรวดเร็ว

ความคาดหวัง

ต้องการให้มีผู้ช่วยหาตลาดให้ และหากสามารถสร้างรายได้ดี ก็ต้องการทำเป็นอาชีพหลัก ทดแทนอาชีพการเกษตร ซึ่งราคาสินค้ามีความผันผวนไม่แน่นอน เช่น บางปีผลผลิตดี แต่ราคาก็ ตกต่ำ ทำให้ได้รายได้น้อย

ศักยภาพในการผลิต

ปัจจุบัน การผลิตงานหัตถกรรมผ้าส่วนใหญ่ทำเป็นอาชีพเสริมในช่วงนอกฤดูการทำ การเกษตร โดยจะผลิตในเวลาว่างที่ไม่มีงานอื่นทำ แม้ว่าจะเคยมีการรวมกลุ่มกัน แต่กลุ่มก็ขาด ความเข้มแข็งจนสลายตัวไป และแต่ละคนก็จะแยกย้ายกันไปทำการผลิตสินค้าของตนเอง การ ร่วมมือกันจะทำในกลุ่มเล็กๆ เพื่อร่วมกันไปเดินเร่ขายสินค้าตามสถานที่ต่างๆ ในช่วงนอกฤดูทำ การเกษตร (ในฤดูท่องเที่ยว) นอกจากนั้นผู้ผลิตรายอื่นๆ ที่ไม่ได้มีการรวมอยู่ในกลุ่มการขาย ก็ต่าง ผลิตสินค้าของตนเองออกเร่ขาย ทำให้มีการแข่งขันสูง ดังนั้นหากมีความต้องการผลิตผลิตภัณฑ์ เชิงวัฒนธรรมที่มีคุณภาพสูง ที่ต้องใช้การควบคุมคุณภาพในการผลิตและวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงและ ใช้ผู้ผลิตหลายราย ก็น่าจะมีปัญหาในการรวมกลุ่มของผู้ผลิต

ลักษณะเรื่องราวเชิงวัฒนธรรม ผู้ผลิตรุ่นใหม่ก็มีความรู้บ้าง ส่วนผู้ที่พอจะรู้ก็เป็น ผู้สูงอายุและมีอุปสรรคในด้านการใช้ภาษาในการสื่อสาร เนื่องจากไม่สามารถพูดภาษาไทยได้

การตลาดของกลุ่มชาติอาข่าที่หนองเขียว

ผลิตภัณฑ์ มีการผลิตผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม ๆ เช่น เข็มขัด สร้อยข้อมือ สร้อยข้อเท้า สร้อยคอ กระเป๋า ยาม หมวก และเสื้อ ซึ่งนับได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตและจำหน่ายมาแล้ว เป็นระยะเวลายาวนานหลายสิบปี โดยแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปบ้าง แต่ผู้ผลิตที่ต่างคน ต่างคิดดัดแปลงไปเอง โดยไม่ได้มีการสนใจศึกษาความต้องการของลูกค้าก่อนเป็นหลักอย่าง



ถูกต้อง ดังจะเห็นได้ว่าผู้ผลิตระบุว่าลูกค้าจะชอบลายดั้งเดิมมากกว่า แต่ผู้ผลิตทุกคนต่างก็ระบุว่าตนเองได้มีการปรับปรุงพัฒนาลายและรูปแบบต่าง ๆ ตามจินตนาการของตน

ราคา การกำหนดราคาจะตั้งราคาตามต้นทุนบวกด้วยค่าแรง พิจารณาตามความยากง่ายของการผลิต หากผลิตยากจะขายราคาแพง หากผลิตง่ายจะขายราคาถูก นอกจากนี้สินค้าบางชนิดมีผู้ผลิตหลายรายแข่งขันกัน ก็จะขายในราคาตลาด โดยจะขายให้คนไทยในราคาถูกกว่าฝรั่ง เนื่องจากหากขายแพง คนไทยจะไม่ซื้อ

ช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของกลุ่มผู้ผลิต คือ การไปเดินเร่ขายในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งบางครั้งก็เสี่ยงต่อการถูกเทศกิจจับ เนื่องจากไม่มีหลักแหล่งที่ตั้งจำหน่ายที่แน่นอน นอกจากนี้ได้รับความช่วยเหลือในการจัดจำหน่ายจากมูลนิธิโครงการหลวงเป็นครั้งคราว

ปัญหาและอุปสรรค

ปัญหาอุปสรรคหลักของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า โครงการหลวงหนองเขียว คือ การขาดตลาดที่จะซื้อสินค้า สินค้าที่ผลิตออกมาไม่สามารถจำหน่ายได้ จึงทำให้กลุ่มขาดความเข้มแข็ง แต่ละคนแยกย้ายกันไปทำการผลิตและหาวิธีการขายด้วยตนเองตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

วิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรมประเภทผ้าสำหรับตลาดระดับบนสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าที่หนองเขียว

โอกาสในทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมสำหรับตลาดบนยังไม่มี เนื่องจากรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำในปัจจุบันเกือบทั้งหมดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำขายในตลาดมวลชน (Mass Market) และมีรูปแบบเดิมๆ ซึ่งผลิตขายมาหลายสิบปี เน้นการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ทำง่าย ๆ ไม่ยุ่งยาก ความละเอียดประณีตที่จะแสดงถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมมีน้อย แม้ผู้ผลิตจะพยายามปรับปรุงรูปแบบตามจินตนาการของตนแต่ก็มีพัฒนาการและความน่าสนใจน้อย สินค้าขาดความแตกต่างหลากหลาย

แม้ผู้หลายรายสนใจต้องการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนหากสามารถขายได้ราคาดี แต่ในช่วงที่ผ่านมากลุ่มขาดศักยภาพในการบริหารจัดการไม่สามารถรวมกลุ่มได้ อีกทั้งงานที่ผลิตขายจะนิยมทำเฉพาะงานง่าย งานที่ละเอียดประณีตจะทำเฉพาะไว้ใช้ส่วนตัว ส่วนผู้มีฝีมือสูงก็เป็นผู้สูงวัย และขณะเดียวกันคนในกลุ่มก็มีความสนใจในการฝึกอบรมเพื่อพัฒนางานฝีมือไม่มาก ประกอบ



กับขาดความรู้สืบทอดในเรื่องราวของวัฒนธรรม จึงมีโอกาสน้อยในการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมสำหรับตลาดระดับบน

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงวัฒนธรรม สำหรับตลาดปัจจุบันสำหรับกลุ่มอาชีพที่หนองเขียว

แนวทางที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน ได้แก่

1. ทางโครงการหลวง ควรให้การสนับสนุน ในด้านการอบรม เทคนิค และวิธีการแบบแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าให้มีรูปแบบที่หลากหลาย ตลอดจนแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคชาวไทยมากขึ้น เนื่องจากรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมีความคล้ายคลึงไม่แตกต่าง บางส่วนมีการประดับตกแต่งที่มาก ทำให้เหมาะกับการใช้งานเฉพาะบางโอกาส ผู้ซื้อจึงซื้อเพียงครั้งเดียว และไม่เกิดการซื้อซ้ำ เนื่องจากมีโอกาสในการใช้สอยน้อย
2. ทางโครงการหลวง ควรจะช่วยในการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่มีอยู่ต่อไป โดยการช่วยนำไปจำหน่ายยังช่องทางต่างๆของโครงการหลวง เช่นที่เคยทำมา นอกจากนี้หากมีการนำตัวแทนของกลุ่มไปสาธิตการผลิตในงาน ก็จะเพิ่มคุณค่าและความน่าสนใจในงานหัตถกรรมดังกล่าวมากขึ้น
3. กลุ่มควรรวบรวมเรื่องราวเชิงวัฒนธรรม เช่น ชื่อลาย ความหมายของสี ความหมายของการใช้สินค้าประเภทต่างๆ จากผู้สูงอายุ และรวบรวมไว้เป็นเรื่องราวและข้อมูลให้แก่ผู้ที่สนใจ และสื่อสารให้แก่ลูกค้าในการขายสินค้า
4. การขายสินค้าผู้ขายไม่ควรมุ่งเน้นเฉพาะการขายสินค้า แต่ควรให้ความรู้ข้อมูลแก่ผู้ซื้อเกี่ยวกับเรื่องราวความเป็นมา หรือกรรมวิธีในการผลิต ซึ่งจะช่วยเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและทำให้ผู้ซื้อยินดีที่จะจ่ายซื้อในราคาที่สูงขึ้นได้
5. กลุ่มอาจหาแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ให้เข้าความต้องการของลูกค้า โดยสอบถามถึงความชอบ ดูหรือสังเกตรูปภาพเกี่ยวกับอุปกรณ์เครื่องใช้ในชีวิตประจำวันของผู้เป็นลูกค้าจากรูปภาพ ข่าว หรือภาพยนตร์ ต่างๆ เป็นต้น เพื่อนำมาพัฒนาสินค้าที่ลูกค้าสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้



บรรณานุกรม

- กรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม. 2543. ผ้าชาวเขา. กรุงเทพฯ : บริษัท
 ไร่ไทยเพรสจำกัด.
- มูลนิธิกระเจองงา. 2549ก. “อาข่า : ประวัติความเป็นมา” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.hilltribe.org/thai/akha/> (30 กันยายน 2549).
- โรงเรียนดำรงราษฎร์สงเคราะห์. 2549. “เผ่าอาข่า” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
http://www.damrong.ac.th/six_hilltribe/akha/t_akha.htm (30 กันยายน 2549).
- วิธี เทอดคุณกุลชัย. 2549. “อีเก้อ” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
http://www.geocities.com/dekchonnabot/Akha_0.htm (30 กันยายน 2549).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัทระพีฟิล์ม และโซเท็กซ์
 จำกัด.
- องค์การไฮเฟอร์ประเทศไทย. 2549. “ชนเผ่าอาข่า (ก้อ อีเก้อ อะก้า ข่าก้อ) Akha (Kaw) ตระกูลภาษา
 ย่อยทิเบต-พม่า (Tibeto-Burman) สาขาพม่า-โลโล (Burmese-Loloish Branch)”
 [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.heiferthailand.org/other_info/akha.html
 (30 กันยายน 2549).
- อารีขรรณ อ่วมธานี. 2549. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http:// www.krupai.net/
 qualitative_areewan.doc](http://www.krupai.net/qualitative_areewan.doc)
- Allport Gordon W., “Attitudes.” in C.A. Murchinson, ed., *A Handbook of Social Psychology*
 (Worcester, Mass: Clark University Press, 1935) pp. 798.



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 ชนเผ่า (ตามที่คุณสัมภาษณ์ระบุ).....

- กลุ่มที่นำเข้าไปศึกษาเกี่ยวกับหัตถกรรม (ผ้าทอ/เครื่องเงิน) อยู่ที่หมู่บ้านไหน

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

2. ประเภทหัตถกรรมผ้าทอ

- ชาวบ้านมีการรวมกลุ่มกันไหม.....

ผู้ใหญ่หมู่บ้านและหัวหน้ากลุ่มคือใคร มีเบอร์โทรติดต่อ

ไหม.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

- มีหน่วยงานที่เข้าไปสนับสนุนหรือไม่ หน่วยงานอยู่ที่ไหน ผู้ประสานงานเป็นใคร มีเบอร์โทรติดต่อไหม

.....

- 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 มีเบอร์โทรติดต่อไหม

.....

.....

.....

- ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ชาวบ้าน/กลุ่มทำ (ทำอะไรบ้าง สินค้าเด่นคืออะไร และเคยได้รางวัลไหม)

.....

.....

.....

- ช่องทางการตลาด (ชาวบ้านขายผลิตภัณฑ์ที่ไหนดังไร)

.....

.....

.....



- คนกลางที่เกี่ยวข้องมีใครบ้าง

.....

.....

- ชาวบ้าน/กลุ่มมีการตั้งราคาอย่างไร (ชาวบ้านตั้งราคาเองหรือพ่อค้าเป็นคนตั้งราคา)

.....

.....

.....

- ทักษะของชาวบ้านต่อการทำสินค้าที่มีคุณภาพ (งานที่ทำยากเพื่อจำหน่ายในจำนวนมาก) คิดว่าชาวบ้านจะทำหรือไม่

.....

.....

.....

- ปัญหาเกี่ยวกับหัตถกรรมเครื่องเงินที่พบในปัจจุบันของชาวบ้าน คืออะไร

.....

.....

.....

- ผู้รู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือผู้เชี่ยวชาญในหัตถกรรมเครื่องเงินมีไหม ชื่ออะไร อยู่หมู่บ้าน ไหน

.....

.....

.....

(ขอหัวหน้าศูนย์นัดหมาย สถานที่นัดหมาย ผู้ที่จะสัมภาษณ์ด้วย ตามแผนปฏิบัติการ)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ข

ผู้สัมภาษณ์.....

วันที่สัมภาษณ์.....

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

วัตถุประสงค์: เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในด้านต่าง ๆ

1. การดำเนินด้านการผลิต

- วัตถุประสงค์ในการผลิต (ใช้เอง/ เพื่อจำหน่าย) และเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม

.....

.....

- จำนวนผลผลิต ต่อเดือน ต่อปี

.....

- จำนวนผู้ทำการผลิตได้ในหมู่บ้านนั้น ๆ

.....

.....

- จำนวนผู้ที่ผลิตประจำ

.....

.....

- แหล่งวัตถุดิบมาจากไหน

.....

.....

- การซื้อวัตถุดิบ

.....

.....

.....



- ช่วงเวลาในการผลิต ช่วงไหนของวัน/ฤดูไหน

.....

.....

.....

.....

- รูปแบบของผลิตภัณฑ์เป็นการสืบทอดมาแต่เดิมหรือไม่

.....

.....

.....

.....

- มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบหรือไม่ อย่างไร และทำไม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- ปัญหาและอุปสรรคในการผลิต

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ในกรณีที่จุดประสงค์เป็นการผลิตเพื่อใช้เอง ให้ข้ามไปสัมภาษณ์ต่อตั้งแต่ ข้อ 4 เป็นต้นไป

2. การบริหารจัดการ

- เงินทุนในการซื้อวัตถุดิบ มาจากไหน

.....

.....

.....

- มีการรวมกลุ่มการผลิตหรือไม่

.....

.....

.....

- ใครเป็นหัวหน้ากลุ่ม

.....

.....

.....

- เวลาขาย คิดราคาขายอย่างไร

.....

.....

.....

- ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการ

.....

.....

.....

3. แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์

- เอาสินค้าไปส่ง/ขายที่ไหนบ้าง

.....

.....

.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

- ขายเงินสดหรือไม่ และมีการตั้งราคาเองหรือไม่

.....

.....

.....



- พอดีราคาให้หรือไม่ และ พอใจราคาหรือไม่ ทำไม.....

.....

.....

.....

- ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่าย

.....

.....

.....

4. รวบรวมความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....

5. ทศนคติของชาติพันธุ์ ในการผลิตสินค้าหัตถกรรม (ดี/ ไม่ดี/ เพิ่มรายได้/ เสียเวลาแต่ได้เงินน้อย/ ว่างถึงทำ/ อยากได้เงินค่าทำ)

.....

.....

.....

ปัญหาและอุปสรรค

.....

.....

.....

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

.....

.....

.....

7. ความคาดหวังของกลุ่มชาติพันธุ์ในการผลิตสินค้าหัตถกรรม

.....

.....

.....

ปัญหาและอุปสรรค

.....

.....

.....

8. ถ้ามีคนเข้ามาส่งเสริมให้ผลิต โดยมีการกำหนดจำนวนชิ้น และแบบที่ต้องผลิต โดยลักษณะงานจะเป็นงานฝีมือ ใช้เวลาในการทำนาน แต่ให้ราคาสูงกว่างานทั่วไป อยากจะทำหรือไม่ ทำไม

.....

.....

.....

และถ้าจะขอให้ไปสอนชนเผ่าเดียวกันในคนละหมู่บ้านเพื่อผลิตจะยินยอมหรือไม่.....ทำไม

.....

.....

.....

* สังเกต และรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับชนิดผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ และรวบรวมตัวอย่างผลิตภัณฑ์ *

ภาคผนวก ก

ผู้สัมภาษณ์.....

วันที่สัมภาษณ์.....

แบบสัมภาษณ์ผู้ผลิตชิ้นงานหัตถกรรม

“โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่นและการตลาด ในพื้นที่โครงการหลวง”

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 และดูว่าทำการผลิตเองทั้งหมดหรือซื้อบางส่วน
มาแล้วนำมาประกอบเข้าด้วยกัน

2. ผลิตชิ้นงานหัตถกรรมกี่รูปแบบอะไรบ้าง.....
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. ตอนผลิตเดิมๆ 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

ตอนที่ 3 ทักษะ

20. ทักษะ ของชาติพันธุ์ ต่อการผลิตงานหัตถกรรมดี ไม่ดี เพิ่มรายได้ เสียเวลาแต่ได้
เงินน้อย วางถึงทำ อยากได้เงินน้อยทำ

21.
-ปัญหาและอุปสรรค

21. ความต้องการ อยากได้เงินทุน/อยากให้นักมาสอน/อยากให้นักช่วยขาย/อยากให้นัก
รู้จักวัฒนธรรม

22. ความคาดหวังของกลุ่มชาติพันธุ์ ในการผลิตสินค้าหัตถกรรม

-ปัญหาและอุปสรรค

23. ถ้าเข้ามาส่งเสริมให้ผลิต โดยมีการกำหนดจำนวนชิ้น และแบบที่ต้องผลิต โดย
ลักษณะงานจะเป็นงานฝีมือ ใช้เวลาในการทำงาน แต่ให้ราคาสูงกว่างานทั่วไป
อยากจะทำหรือไม่

และถ้าจะขอให้ไปสอนชนเผ่าเดียวกันในคนละหมู่บ้านเพื่อผลิตจะยินยอมหรือไม่
.....ทำไม.....

.....
.....
.....

ตอนที่ 4 เรื่องราวเชิงวัฒนธรรมของชิ้นงานหัตถกรรม

24. เรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต (ถ้ามี)

.....
.....
.....

25. ชิ้นงานที่ผลิตชิ้นงานใดที่ทำยากที่สุด.....

.....
.....
.....

26. ชิ้นงานใดที่ผลิต เป็นชิ้นงานที่มีการสืบทอดกันมานาน.....

.....
.....
.....

27. ลวดลายที่ใช้ มีชื่อเรียก/ความหมายหรือไม่.....

.....
.....
.....

28. ลวดลายดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ คือลายใด.....

.....
.....
.....

29. ลวดลายที่ลูกค้านิยม คือลายใด.....
มีความหมายหรือไม่

.....
.....
.....

30. สีที่ใช้ มีความหมาย มีเอกลักษณ์ หรือ ไม่ อย่างไร

*สังเกต และรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับชนิดผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ และรวบรวมตัวอย่าง
ผลิตภัณฑ์*

ภาคผนวก ง
ประวัตินักวิจัย

ชื่อ-นามสกุล: นางสาวพัชรา 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	สมุหบัญชี โรงแรมพรพิงค์ทาวเวอร์ เชียงใหม่
	2533-ปัจจุบัน	อาจารย์ – ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

งานวิจัย หรือผลงานทางวิชาการ

งานวิจัย

พัชรา ตันติประภา. (2545). ภาวะที่นำสู่ปัญหาด้านจริยธรรมในการขายและความแตกต่างในการ

รับรู้ของนักศึกษา นักวิชาการ พนักงานขาย และผู้บริหารหน่วยงานขาย : รายงานวิจัย

ฉบับสมบูรณ์ กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

พัชรา ตันติประภาและคณะฯ. (2546). พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ลำไยและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลำไยของผู้บริโภค. โครงการการพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ลำไย

ส่งออก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ทิพย์วรรณ งามศักดิ์ สายณรงค์ รสานนท์ วรนุช ศรีเจษฎารักษ์ เพ็ญศรี เจริญวานิช พัทธรา

ตันติประภา. (2546). การศึกษาภาวะเบียบ ปัญหาและอุปสรรคของการนำเข้า

ผลิตภัณฑ์ลำไยของสาธารณรัฐประชาชนจีน เขตการปกครองพิเศษฮ่องกง

ประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา และแคนาดา. โครงการการพัฒนาตลาด
ผลิตภัณฑ์ลำไยส่งออก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

วรรณ ศรีเจษฎารักษ์ เพ็ญศรี เจริญวานิช พัทธรา ดันติประภา สายณรงค์ รสานนท์ ทิพย์
วรรณ

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

วรรณ ศรีเจษฎารักษ์ เพ็ญศรี เจริญวานิช พัทธรา ดันติประภา สายณรงค์ รสานนท์ ทิพย์วรรณ
งามศักดิ์ เกษม นันทชัย. ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ลำไยของไทย. โครงการ
การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยส่งออก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

วรรณ ศรีเจษฎารักษ์ เพ็ญศรี เจริญวานิช พัทธรา ดันติประภา สายณรงค์ รสานนท์ ทิพย์วรรณ
งามศักดิ์ เกษม นันทชัย. การศึกษารูปแบบและลักษณะของผลิตภัณฑ์ลำไยที่สอดคล้อง
กับความต้องการของผู้บริโภค. โครงการการพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยส่งออก สำนัก
งานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

จิราวรรณ ฉายสุวรรณ, นิตยา เจริญประเสริฐ, พัทธรา ดันติประภา, อรชร มณีสงฆ์. (2547).
ยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมของที่ระลึกหัตถกรรมผ้าฝ้าย. สำนักยุทธศาสตร์การค้าหอ
การค้าไทย.

วิชา สอาดสุด สรัญญา ณ ลำปาง สุชาติ จิรพรเจริญ กานดา หวังชัย อุษาวดี ชนสุด ถักมณี
วรชัย อรอนงค์ อาร์คีโร พัทธรา ดันติประภา เรนัส เสริมบุญสร้าง และ ชัยวัฒน์
จาติเสถียร. (2547). โครงการมข. โครงการพัฒนาขีดความสามารถในธุรกิจลำไยไทย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. งบประมาณตามแผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่.

ผลงานวิชาการ

เอกสารประกอบการสอน

1. การจัดการการค้าปลีก
2. การตลาดธุรกิจ/อุตสาหกรรม

ตำรา: พฤติกรรมผู้บริโภค

การเขียนกรณีศึกษา

งานเขียนกรณีศึกษาบริษัทรวงผึ้งจำกัด กรณีศึกษาของธุรกิจที่เข้าร่วมโครงการ 13 ระยะที่ 2
ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้รับทุนสนับสนุนจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

งานเขียนกรณีศึกษาบริษัทกิมจิจำกัดและกรณีศึกษาเหมมกรีนโพรเซส จำกัด โครงการ
ชุมชนธุรกิจ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้รับทุนสนับสนุนจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

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 หลักสูตรเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่บริษัทอิงกะ
- 2 วิทยากรอบรมหัวข้อแผนการตลาด และแผนการจัดการ ของโครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม หลักสูตร “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่” คณะบริหารธุรกิจ จำนวน 6 รุ่น
- 3 วิทยากรอบรมหัวข้อเทคนิคการออกแบบสอบถามและการประมวลผล ให้แก่พนักงานธนาคารแห่งประเทศไทย
- 4 วิทยากรอบรมหัวข้อเทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างและการเก็บรวบรวมข้อมูล ให้แก่พนักงานธนาคารแห่งประเทศไทย
- 5 วิทยากรหลักสูตรการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ให้แก่พนักงานในสังกัด สำนักงานประปาเขต 9
- 6 วิทยากร โครงการพัฒนาทักษะด้านการตลาด สำหรับผู้บริหารระดับสูงของจังหวัดเชียงใหม่

- 7 วิทยากรโครงการพัฒนาทักษะด้านการตลาด สำหรับผู้บริหารระดับสูงของจังหวัด เชียงราย
- 8 วิทยากรหัวข้อการวางแผนการตลาด และการบริหารการตลาด โครงการฝึกอบรมฟื้นฟูความรู้และทักษะของบัณฑิตเพื่อเพิ่มพูนศักยภาพทรัพยากรบุคคลของชาติ
- 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 วิทยากรโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) หลักสูตร “ทายาทธุรกิจ” 22-23 สิงหาคม 2546
- 14 วิทยากรการอบรมเชิงปฏิบัติการ การจัดทำแผนธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมในครัวเรือนรุ่นที่ 1 วันที่ 5 สิงหาคม 2546
- 15 วิทยากรฝึกอบรม คพอ. CEFE หลักสูตร การจัดการการเงิน 9-12 มี.ค 2547
- 16 วิทยากรหลักโครงการฝึกอบรมผู้นำ OTOP โครงการ Smart Otop 5 รุ่น ส.ค 47
- 17 ที่ปรึกษาการจัดทำแผนธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ SME โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปี 2544-2547 จำนวน 7 รุ่น
- 18 ที่ปรึกษาโครงการ 13 ระยะที่ 2 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านการตลาด จำนวน 2 กิจกรรม
- 19 ที่ปรึกษาโครงการชุบชีวิตธุรกิจไทย ITB กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ด้านการตลาด และบัญชี จำนวน 5 กิจกรรม
- 20 ที่ปรึกษาโครงการชุบชีวิตธุรกิจไทย ITB ระยะที่ 2 ITB สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการตลาด จำนวน 2 กิจกรรม
- 21 วิทยากรโครงการ “การยกระดับผลิตภัณฑ์อาหารตามโครงการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และอุตสาหกรรม SMEs สู่ครัวโลก” มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2548.

ประวัตินักวิจัย

ชื่อ-นามสกุล: นางจิรพร ศรีวัฒนานุกุลกิจ

ตำแหน่งปัจจุบัน นักวิจัย ระดับ 8 (ผู้อำนวยการ)

หน่วยงานที่อยู่ติดต่อได้

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่ 50200

โทร. (053) 942558 บ้าน (053) 812-911 โทรสาร. (053) 942572, 892649

e-mail address : cheera@chiangmai.ac.th

ประวัติการศึกษา

2519 วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาสังคมวิทยา- มานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2541 ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิจัยและสถิติการศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประสบการณ์ในการทำงาน

หัวหน้าโครงการวิจัย

2530 - แนวโน้มความต้องการตลาดแรงงานของผู้ประกอบธุรกิจการค้าและบริการ

กับการผลิตแรงงานด้านธุรกิจการค้าและบริการระดับอุดมศึกษา ในเขต

อำเภอเมือง เชียงใหม่

2531 - บทบาทของสถาบันการเงินต่อการลงทุน และการจ้างงานภาคธุรกิจการค้า

และอุตสาหกรรมขนาดย่อมในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่

2534 - สภาพปัญหาและแนวโน้มของการส่งออกในธุรกิจของจังหวัดเชียงใหม่

2540 - การท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงชุมชนชาวเขาจังหวัดเชียงราย

2541 - สถานรับเลี้ยงเด็ก : สภาพ ปัญหา และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการ

2543 - เอนทรานซ์ระบบใหม่ : การเตรียมพร้อม และการปรับตัว

2547-2548 - ศักยภาพและผลกระทบของการพำนักระยะยาวของชาวต่างชาติในจ.เชียงใหม่

งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว

- 2518 - โครงการวิจัย ภาวะเจริญพันธุ์ในประเทศไทย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการ
สำรวจภาวะเจริญพันธุ์โลก ประสานงานโดยสถาบันประชากรศาสตร์จุฬา
- โครงการสำรวจข้อมูลพื้นฐานหมู่บ้าน หมู่บ้านที่ทำการปลูกพืชตลอดปีใน
เขต อำเภอหางดงและสันป่าตอง
- 2519 - โครงการอุปสรรคทางสังคมและจิตวิทยาที่มีผลต่อการยอมรับการวางแผน
ครอบครัวในภาคเหนือของไทยปี 2519-2520 ในเขตจังหวัดเชียงใหม่, เชียงราย
- 2520 - โครงการการนำระบบการปลูกพืชตลอดปีไปสู่เกษตรกรในภาคเหนือของ
ไทย : อุปสรรค และกลยุทธ์
- 2520 - Introduction of Multiple Cropping System to the Farmers in Northern Thailand
: Constraints and Strategies.
- 2523 - การศึกษาสภาพแวดล้อมและการตั้งถิ่นฐานสำหรับ โครงการเขื่อนกั้น
- การสำรวจเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานจังหวัด จ.พะเยา
- การศึกษาลักษณะทางเศรษฐกิจและประชากรระดับอำเภอ อ.เสริมงาม อ.จุน
และอ.ขุนยวม
- 2524 - การสำรวจข้อมูลเพื่อการวางแผน จ.เชียงราย และจ.ร้อยเอ็ด
- 2526 - การสำรวจเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐาน จ.แพร่ จ.ตาก และจ.ลำพูน
- การศึกษาเศรษฐกิจ สังคมประชากร อ.วังชิ้น อ.ปาย อ.วังเหนือ อ.แม่สะเรียง
กิ่งอ.ทุ่งหัวช้าง อ.ปัว อ.อุ้มผาง และอ.แม่สาย
- 2528 - การศึกษาเศรษฐกิจ สังคม ประชากรบริเวณอ่างเก็บน้ำเขื่อนภูมิพล
- การวิจัยและประเมินผลสิ่งแวดล้อมภายหลังการสร้างเขื่อนภูมิพลและ
เขื่อนสิริกิติ์
- 2529 - การผันน้ำอิง ยม น่าน
- ศึกษาความสามารถในการวางแผนพัฒนาของผู้ในระดับตำบล

- ผลกระทบต่อการสร้างถนนบนพื้นที่สูงในภาคเหนือของไทย
- การเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานระดับหมู่บ้าน อ.แม่ใจ จ.พะเยา
- 2530 - แนวทางการพัฒนาพื้นที่เมืองบริวารของเมืองเชียงใหม่
- การป้องกันตนเองจากไข้มาลาเรียในชนบทภาคเหนือของประเทศไทย
- 2531 - แนวโน้มความต้องการตลาดแรงงานของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าและบริการกับการผลิตแรงงานด้านธุรกิจการค้าและบริการระดับอุดมศึกษา ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่.
- 2534 - บทบาทของสถาบันการเงินต่อการลงทุนและการจ้างงานภาคธุรกิจการค้า และอุตสาหกรรมขนาดย่อมในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่.
- 2536 - บทบาทของเงินนอกระบบต่อการลงทุนและดำเนินการภาคอุตสาหกรรมขนาดย่อม.
- 2536 - สภาพปัญหาและแนวโน้มของการส่งออกในธุรกิจของจังหวัดเชียงใหม่.
- 2542 - สถานรับเลี้ยงเด็ก : สภาพ ปัญหา และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการ.
- 2544 - เอนทรานซ์ระบบใหม่ : การเตรียมพร้อม และการปรับตัว.
- 2544 - การท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงชุมชนชาวเขาจังหวัดเชียงราย.
- 2545 - การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว.
- 2546 - ข้าวไร่ในวิถีปกาสณ.
- 2547 - ความต้องการและความพึงพอใจของชาวต่างชาติในการพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่.
- 2547 - ผลกระทบทางสังคมจากการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาและกระจายสินค้าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคเหนือ เชียงใหม่.
- 2548 - ศักยภาพและผลกระทบของการพำนักระยะยาวของชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่

ประวัตินักวิจัย

ชื่อ-นามสกุล: นายชานนท์ ชิงชยานุรักษ์

ตำแหน่ง : อาจารย์

สังกัด : ภาควิชาการเงินและการธนาคาร

ฝ่ายงาน : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

หมายเลขโทรศัพท์ : 053-942126 ต่อ 115

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

การศึกษา

+ 2547 : Master of Science, สาขา International Business , Aston University , UK

+ 2543 : วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต , สาขา วิศวกรรมไฟฟ้า , มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ความเชี่ยวชาญ + : การเงินและการธนาคาร

งานวิจัย

ความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่อการศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่(ระหว่างดำเนินการ)

เอกสารทางวิชาการ

การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางการเงิน (ระหว่างดำเนินการ)

การเงินเบื้องต้นสำหรับผู้ประกอบการ(ระหว่างดำเนินการ)

การอบรม/สัมมนา และเสนอผลงาน

An intermediate course for university lecture on Derivatives Merger and Acquisition in Practice

Modern Financial Knowledge: Fundamental Level สถิติสำหรับงานวิจัย