

รายงานผลการวิจัย

RESEARCH REPORT SERIES

หมายเลข 60

เรื่อง

ความเป็นไปได้ในการใช้ศูนย์สาธิตการตลาดส่งเสริมโครงการฝึกอาชีพ
(Possibility of Promoting Occupational Training Program
Through the Utilization of Village Demonstration Store



คณะเศรษฐศาสตร์
FACULTY OF ECONOMICS

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
กรุงเทพมหานคร
โทร. 2241410

THAMMASAT UNIVERSITY
BANGKOK

คณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รายงานผลการวิจัย

หมายเลข 60

เรื่อง

ความเป็นไปได้ในการใช้ศูนย์สาธิตการตลาดส่งเสริมโครงการฝึกอาชีพ
(Possibility of Promoting Occupational Training Programme
Through the Utilization of Village Demonstation Store)

โดย

ประยงค์ เนตยารักษ์

รายงานวิจัย

เรื่อง

ความเป็นไปได้ในการใช้ศูนย์ล้ารติการตลตลิ่ง เลิร์มโครงการฝักอาชีพ

เล่นอต่อ

ดร. สุธีรา ทอมสัน
ที่ปรึกษากรมการพฒนาชุมชน
กระทรวงมหาดไทย

โดย

ดร. ประยงค์ เนตยารักษ์
คณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คำนำ

งานวิจัยชิ้นนี้เริ่มขึ้นจากการที่ผู้วิจัยได้รับการทาบทามจาก ดร.สุธีรา ทอมสัน ที่ปรึกษากรมการพัฒนาชุมชน ให้ช่วยวิเคราะห์ข้อมูลการขายสินค้าของศูนย์ลำริดการตลาด เพื่อดูว่ามีปริมาณและมูลค่าสินค้าที่อาจจะผลิตใหม่บ้านได้มากน้อยเพียงใด

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยนี้ได้จากแบบสอบถามและการพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ โดย ดร.สุธีรา ทอมสัน และผู้วิจัยได้ร่วมกันออกแบบสอบถาม และเจ้าหน้าที่กรมการ พัฒนาชุมชนใน 17 จังหวัด ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นผู้สอบถามให้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.สุธีรา ทอมสัน และ เจ้าหน้าที่ดังกล่าวไว้ ณ ที่นี้ ส่วนการเก็บข้อมูลแบบพูดคุยอย่างไม่ เป็นทางการและไม่ใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยรับผิดชอบเก็บเอง ข้อมูลส่วนนี้ครอบคลุมเฉพาะสินค้า ที่ชาวบ้านผลิตขึ้นโดยได้รับคำแนะนำ หรือฝึกอาชีพจากกรมการพัฒนาชุมชนและครอบคลุมเฉพาะ บางอำเภอในจังหวัดหนองคาย อุดรธานี ขอนแก่น และกาฬสินธุ์เท่านั้น

ในการเก็บข้อมูลนี้ผู้วิจัยได้รับความร่วมมือในการตอบคำถามอย่างดียิ่งจากชาว ชนบทที่ผู้วิจัยได้ไปสอบถาม ได้รับความอนุเคราะห์ช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากพัฒนาการจังหวัด พัฒนาการอำเภอ และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ที่ผู้วิจัยได้ไปขอคำแนะนำ และขอความช่วยเหลือ คุณอัศนีย์ วัฒนประดิษฐ์ นอกจากจะช่วยผู้วิจัยในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ในจังหวัดต่าง ๆ ข้างต้นแล้ว ยังช่วยในการเก็บข้อมูล และให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมากด้วย คุณศิริภรณ์ จันทเกษม ผู้ช่วยนักวิจัย ได้ทำหน้าที่จัดบันทึก การสอบถามและคำนวณข้อมูล ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบุคคลต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง ที่ให้คำแนะนำเกี่ยวกับประเด็นที่ควร ศึกษาและการเก็บข้อมูล และ ดร.สุธีรา ทอมสัน และคุณอัศนีย์ วัฒนประดิษฐ์ ที่ให้ข้อท้วงติง และข้อเสนอแนะต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการแก้ไขรายงานเบื้องต้น เพื่อจัดทำ เป็นรายงานฉบับสมบูรณ์ ส่วนข้อบกพร่องต่าง ๆ ซึ่งอาจมีอยู่ในรายงานนี้เป็นความรับผิดชอบ ของผู้วิจัยแต่เพียงผู้เดียว

ประยงค์ เนตบารักษ์

10 กุมภาพันธ์ 2530

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความนำ	1
2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
3. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	3
4. ลำดับการเสนอรายงานวิจัย	7
บทที่ 2 การฝึกอาชีพและการประเมินผล	8
1. การฝึกอาชีพชาวชนบท	8
2. การประเมินผลการฝึกอาชีพสตรี	9
3. การประเมินผลการฝึกอาชีพเยาวชน	13
บทที่ 3 ศูนย์สำริดการตลาด	16
1. วัตถุประสงค์	16
2. ธุรกิจและการดำเนินงานธุรกิจ	17
3. เงินทุนดำเนินงาน	18
4. ประเมินผลศูนย์สำริดการตลาด	18
5. แนวคิดในการใช้ศูนย์สำริดการตลาดส่งเสริมโครงการฝึกอาชีพ	24
บทที่ 4 การวิเคราะห์ธุรกิจการขายสินค้าของศูนย์สำริดการตลาด	26
1. มูลค่าขายสินค้านรวมในช่วง 1 ปี	27
2. มูลค่าขายสินค้านรวมเป็นรายเดือน	33
3. มูลค่าขายสินค้าที่อาจจะสามารถผลิตได้ในหมู่บ้านในช่วง 1 ปี	37
4. มูลค่าขายสินค้าที่อาจจะสามารถผลิตได้ในหมู่บ้านเป็นรายเดือน	44
5. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าขายสินค้าของ ศูนย์สำริดการตลาด	50

	หน้า
บทที่ 5 การตลาดและการวิเคราะห์ธุรกิจอุตสาหกรรมในครัวเรือน	58
1. แนวคิดทางด้านการตลาด	58
2. แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า	66
3. แบบจำลองทางตลาด	67
4. การวิเคราะห์ธุรกิจอุตสาหกรรมในครัวเรือน	73
5. สรุปและเสนอแนะ	90
บทที่ 6 สรุปและเสนอแนะ	92
1. สรุป	92
2. เสนอแนะ	94
3. ข้อจำกัดของการศึกษาและข้อเสนอนำเสนอเพื่อการศึกษาต่อ	96
ภาคผนวก	97
บรรณานุกรม	110

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	จำนวนศูนย์สำรุดการตลาด แยกเป็นรายจังหวัด	5
1.2	โครงการฝึกอาชีพที่เลือกเป็นตัวอย่างในการศึกษาแยกตาม อำเภอและจังหวัด	6
1.3	จำนวนศูนย์สำรุดการตลาดและปริมาณเงินทุนหมุนเวียน แยกเป็นรายปี พ.ศ. 2525-2529	19
3.2	จำนวนซื้อและรายได้เป็นเงินสดรายวันและรายเดือน แยกตามกลุ่มศูนย์ฯ	23
4.1	มูลค่าขายสินค้ารวม 103 ศูนย์ฯ แยกตามประเภทสินค้า และเดือน ก.ค. 28-มิ.ย. 29	28
4.2	มูลค่าขายสินค้าเฉลี่ย 103 ศูนย์ฯ แยกตามประเภทสินค้า และเดือน ก.ค. 28-มิ.ย. 29	29
4.3	ศูนย์สำรุดการตลาดที่มีมูลค่าขายสินค้ามากที่สุด จากจำนวน 103 ศูนย์ฯ แยกตามประเภทสินค้าและเดือน ก.ค. 28-มิ.ย. 29 (บ.ถิ่น ต.บ้านถิ่น อ.โนนสัง จ.อุดรธานี)	30
4.4	ศูนย์สำรุดการตลาดที่มีมูลค่าขายสินค้าน้อยที่สุด จากจำนวน 103 ศูนย์ฯ แยกตามประเภทสินค้าและเดือน ก.ค. 28-มิ.ย. 29 (บ.กระเทียม ต.กระเทียม อ.สังขะ จ.สุรินทร์)	31
4.5	มูลค่าขายสินค้าที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้านรวม 103 ศูนย์ฯ แยกตาม ประเภทสินค้าและเดือน ก.ค. 28-มิ.ย. 29	39
4.6	มูลค่าขายสินค้าที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้านเฉลี่ย 103 ศูนย์ฯ แยกตามประเภทสินค้าและเดือน ก.ค. 28-มิ.ย. 29	40

ตารางที่		หน้า
4.7	มูลค่าขายสินค้าที่ <u>อาจผลิตได้ในหมู่บ้าน</u> ของศูนย์สำริดที่มีมูลค่าขายสินค้า <u>มากที่สุด</u> จากจำนวน 103 ศูนย์ฯ แยกตามประเภทสินค้าและเดือน ก.ค. 28-มิ.ย. 29 (บ.ถิ่น ต.บ้านถิ่น อ.โพนสัง จ.อุดรธานี)	42
4.8	มูลค่าขายสินค้าที่ <u>อาจผลิตได้ในหมู่บ้าน</u> ของศูนย์สำริดการตลาดที่มีมูลค่าขายสินค้าน้อยที่สุด จากจำนวน 103 ศูนย์ฯ แยกตามประเภทสินค้าและเดือน ก.ค. 28-มิ.ย. 29 (บ.กระเทียม ต.กระเทียม อ.สังขะ จ.สุรินทร์)	43
4.9	ศูนย์สำริดการตลาดที่มีมูลค่าขายสินค้าที่ <u>อาจผลิตได้ในหมู่บ้านมากที่สุด</u> จากจำนวน 103 ศูนย์ฯ แยกตามประเภทสินค้าและเดือน ก.ค. 28-มิ.ย. 29 (บ.หนองยาง ต.บ้านยาง อ.อุ้มผาง จ.นครราชสีมา)	45
4.10	ศูนย์สำริดการตลาดที่มีมูลค่าขายสินค้าที่ <u>อาจผลิตได้ในหมู่บ้านน้อยที่สุด</u> จากจำนวน 103 ศูนย์ฯ แยกตามประเภทสินค้าและเดือน ก.ค. 28-มิ.ย. 29 (บ.เป้า ต.เป้า อ.ตระการฯ จ.อุบลราชธานี)	47

สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
4.1	มูลค่าขายสินค้าแต่ละประเภท	32
4.2	มูลค่าขายสินค้าเฉลี่ย 103 คู่ยนต์ แยกตามประเภทสินค้า ก.ค. 28-มิ.ย. 29	35
4.3	มูลค่าขายสินค้าเฉลี่ย 103 คู่ยนต์ รวมทุกประเภทสินค้า ก.ค. 28-มิ.ย. 29	
4.4	มูลค่าขายสินค้าแต่ละประเภทที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้าน ก.ค. 28-มิ.ย. 29	41
4.5	มูลค่าขายสินค้าแต่ละประเภทที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้าน ของคู่ยนต์ ที่มีมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้าน มากที่สุด ก.ค. 28-มิ.ย. 29	46
4.6	มูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้าน เฉลี่ย 103 คู่ยนต์ แยกตามประเภทสินค้า ก.ค. 28-มิ.ย. 29	49
4.7	คู่ยนต์สำรติการตลาดที่มีมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ใน หมู่บ้านมากที่สุด แยกตามประเภทสินค้า ก.ค. 28-มิ.ย. 29 (ต.บ้านบาง อ.ชุมพวง จ.นครราชสีมา)	51
4.8	คู่ยนต์สำรติการตลาดที่มีมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ใน หมู่บ้านมากที่สุด รวมทุกประเภทสินค้า ก.ค. 28-มิ.ย. 29 (ต.บ้านบาง อ.ชุมพวง จ.นครราชสีมา)	52
5.1	อัตราค่าขนส่งประเภทต่าง ๆ	61
5.2	ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการแปรรูปต่อหน่วยกับ ปริมาณสินค้า	63
5.3	ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการกักเก็บสินค้าต่อหน่วย กับระยะเวลาในการกักเก็บ	64

รูปที่		หน้า
5.4	ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยกับปริมาณการผลิต	69
5.5	เส้นทางคมนาคมระหว่างหมู่บ้านกับเมือง	72

1. ความนำ

โครงการฝึกอาชีพให้ชาวชนบทเท่าที่ดำเนินการมาแล้ว ส่วนใหญ่มุ่งผลิตสินค้าเพื่อขายในตลาดนอกหมู่บ้าน หรือขายให้ผู้ซื้อที่อยู่ในเมือง ซึ่งมักจะประสบปัญหาขายสินค้าได้ไม่มากเท่าที่ควร หรือขายได้น้อยมาก ทำให้ปริมาณผลผลิตเหลืออยู่จำนวนมาก หรือต้องลดปริมาณการผลิตลง ปัญหาข้างต้นนี้อาจเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ชาวชนบทขาดประสบการณ์หรือความชำนาญในการหาตลาด หรือขาดเครื่องมือเครื่องใช้ที่จะช่วยในการหาตลาด หรือขาดเครือข่ายทางการตลาด
2. สินค้าที่ผลิตมีต้นทุนสูงกว่าผู้ผลิตในเมือง เพราะผู้ผลิตในเมืองใช้เทคนิคการผลิตที่ทันสมัยกว่า หรือมีประสิทธิภาพมากกว่า
3. สินค้าที่ผลิตมีค่าขนส่งสูง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของค่าใช้จ่ายในการตลาดมากกว่าผู้ผลิตในเมือง เพราะต้องขนส่งไกลกว่าและสภาพถนนไม่ดี
4. สินค้าที่ผลิตมีคุณภาพด้อยกว่า หรือจำนวนสินค้าที่ผลิตออกมาไม่สม่ำเสมอ โดยอาจจะผลิตออกมาเฉพาะในช่วงฤดูแล้งที่เกษตรกรว่างจากการประกอบอาชีพหลักเท่านั้น

เมื่อพิจารณาสินค้าอุปโภคที่ขายในหมู่บ้าน จะพบว่า สินค้าที่ซื้อมาจากในเมือง เพื่อมาขายในหมู่บ้าน มีสินค้าจำนวนหนึ่งอาจจะผลิตได้ในหมู่บ้าน เพราะมีวัตถุดิบในหมู่บ้าน แต่ในปัจจุบันทำไมจึงไม่มีการผลิตสินค้าเหล่านี้ในหมู่บ้าน คำตอบสำหรับคำถามนี้อาจแยกพิจารณาได้ดังนี้

1. เพราะต้นทุนการผลิตสูงกว่าต้นทุนการผลิตสินค้าเหล่านี้ในเมืองบวกค่าขนส่งสินค้าเหล่านี้เข้ามาขายในหมู่บ้าน เช่น ถ้าผลิตน้ำปลาในหมู่บ้านเสียต้นทุนเฉลี่ยขวดละ 4 บาท (ตัวเลขสมมุติ) ในขณะที่ต้นทุนการผลิตน้ำปลาในเมืองขวดละ 2.50 บาท และค่าขนส่งน้ำปลาจากในเมืองเข้ามาในหมู่บ้านขวดละ 10.50 บาท รวมต้นทุนการผลิตและค่าขนส่งจะเท่ากับ 3 บาท | ซึ่งยังต่ำกว่าต้นทุนการผลิตน้ำปลาในหมู่บ้าน สภาพเช่นนี้

เห็นได้ชัดเสมอว่า การผลิตสินค้าประเภทนี้ในหมู่บ้านจะแข่งขันกับผู้ผลิตในเมืองไม่ได้ การผลิตสินค้าเหล่านี้ในหมู่บ้านจึงไม่เกิดขึ้น

2. ปริมาณการผลิตสินค้าเหล่านี้อาจจะไม่มากพอ เพราะตลาดในหมู่บ้านเล็ก ปัญหานี้อาจจะพอแก้ไขได้ ถ้ามีการซื้อขายระหว่างหมู่บ้าน ซึ่งจะช่วยให้อุปสงค์ของตลาดกว้างขึ้น ปริมาณขายก็จะมากขึ้นตามไปด้วย แต่การขยายตลาดระหว่างหมู่บ้านก็มีข้อจำกัดคือ ยิ่งตลาดขยายมากขึ้นเท่าไร ค่าใช้จ่ายในการตลาดจะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น และในที่สุดจะถึงจุดที่ไม่สามารถขยายได้อีกต่อไป อุปสงค์และความเป็นไปได้ในการซื้อขายระหว่างหมู่บ้านอาจจะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้าที่ซื้อขาย สภาพถนน ลักษณะหมู่บ้าน จำนวนครัวเรือนและจำนวนประชากรแต่ละหมู่บ้าน ตลอดจนความใกล้เคียงตัวเมือง

3. ปริมาณการผลิตสินค้าเหล่านี้เป็นไปตามฤดูกาลไม่สม่ำเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิติดอกมาในช่วงที่เกษตรกรว่างจากการประกอบอาชีพหลักเท่านั้น ถ้าผู้ซื้อต้องการซื้อสินค้าเหล่านี้ตลอดทั้งปี สินค้าที่จะผลิตได้จะต้องเป็นสินค้าที่เก็บไว้ได้นาน ๆ หลายเดือน และเสียค่าเก็บไม่มากนักเท่านั้น

4. ชาวชนบทไม่ทราบวิธีการผลิตสินค้าเหล่านี้ ซึ่งทางแก้อาจจะพอทำได้โดยการฝึกอบรม

ประเด็นคำถามและคำตอบข้างต้นนี้ เป็นเพียงแนวความคิด แต่ยังไม่มีการศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อตอบคำถามข้างต้นนี้อย่างแท้จริง อย่างไรก็ตามนับว่าเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่ศูนย์ลำริดการตลาด มีการจัดบันทึกปริมาณและราคาขายสินค้าทุกชนิดที่ศูนย์ฯ ขายได้ประจำวัน ข้อมูลที่บันทึกไว้นี้จะสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามข้างต้นได้

1. ส่วนหนึ่ง

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการศึกษา แยกออกได้ 4 ประการคือ

1. เพื่อให้ทราบปริมาณและมูลค่าสินค้าที่ศูนย์ฯ ขายได้ในแต่ละเดือนในช่วงเวลา 1 ปี คือ ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2528 ถึงมิถุนายน 2529

2. เพื่อให้ทราบว่าปริมาณและมูลค่าสินค้าที่ศูนย์ฯ ขายได้เปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลหรือไม่ และเป็นสินค้าประเภทไหนบ้างที่ปริมาณขายเปลี่ยนแปลง หรือไม่เปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล

3. เพื่อให้ทราบว่าปริมาณและมูลค่าสินค้าที่ศูนย์ฯ ขายประเภทไหนบ้าง ขายได้มากที่สุดหรือน้อยที่สุด หรือขายได้เท่าไร เมื่อเทียบกับปริมาณและมูลค่าสินค้าที่ขายได้ทั้งหมด โดยเฉพาะอย่างยิ่งปริมาณและมูลค่าสินค้าประเภทที่อาจจะสามารถผลิตได้ในหมู่บ้าน เพราะมีวัตถุดิบในหมู่บ้าน

4. เพื่อศึกษา โครงการฝึกอาชีพที่กรมการพัฒนาชุมชนได้ฝึกไปแล้ว บางโครงการว่า ประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด ประสบปัญหาอะไรบ้าง และมีปัจจัยอะไรที่เกื้อหนุนหรือเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของแต่ละโครงการ ตลอดจนมีโครงการประเภทไหนบ้างที่ผลิตสินค้า โดยพึ่งตลาดในหมู่บ้านได้ และพึ่งได้มากน้อยเพียงใด

ทั้งนี้! เพื่อประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าหรือประเมินหาปริมาณ และมูลค่าสินค้าที่อาจจะส่งเสริมให้ผลิตได้ในหมู่บ้าน (ผลิตเพื่อตลาดในหมู่บ้านนี้หรือระหว่างหมู่บ้าน) ว่ามีมากน้อยเพียงใด เปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลหรือไม่ ตลอดจนมีปัญหาและอุปสรรคอะไรบ้างในการผลิตสินค้าประเภทนี้เท่าที่มีการผลิตแล้ว ข้อมูลเหล่านี้อาจจะเป็นประโยชน์ในการใช้ประกอบการตัดสินใจว่า ควรส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าเหล่านี้ในหมู่บ้านหรือไม่ ซึ่งนับว่า จะเป็นประโยชน์ต่อโครงการฝึกอาชีพต่าง ๆ โดยตรง

3. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยนี้มาจาก 2 แหล่งที่สำคัญคือ

1. ข้อมูลจากศูนย์สำรวจการตลาด การเก็บข้อมูลจากศูนย์ฯ เป็นข้อมูลปริมาณและมูลค่าสินค้าที่ศูนย์ฯ ขายได้แต่ละเดือนในช่วงเวลา 12 เดือนคือ ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2528 ถึงเดือนมิถุนายน 2529 ส่วนศูนย์ฯ ที่เลือกเก็บข้อมูลมีจำนวนจังหวัดละ 6 ศูนย์ฯ โดยใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกดังนี้คือ พิจารณาจากรายรับจากการขาย

สินค้าต่าง ๆ ในช่วงที่ศึกษา (กรกฎาคม 2528 ถึง มิถุนายน 2529) ทั้งนี้ไม่รวมรายรับจากการขายปุ๋ย ยาฆ่าแมลงและเครื่องมือการเกษตรที่มีราคาแพง และเลือกศูนย์ฯ ที่มีรายรับดังกล่าวมากที่สุดลดหลั่นกันลงไปตามลำดับ จนครบ 6 ศูนย์ฯ สำหรับเหตุผลที่ไม่นำรายรับจากการขายปุ๋ย ยาฆ่าแมลง หรือเครื่องมือการเกษตรที่มีราคาแพงมาพิจารณาในการเลือกศูนย์ฯ เพราะมีเพียงบางศูนย์ฯ เท่านั้นที่ขายสินค้าเหล่านี้ นอกจากนี้สินค้าเหล่านี้ยังมีราคาแพงมาก ! เมื่อเทียบกับสินค้าอุปโภคบริโภคทั่ว ๆ ไป และเป็นสินค้าที่ไม่สามารถผลิตในหมู่บ้าน

สำหรับศูนย์ล้าริตการตลาดที่เลือกศึกษา เป็นตัวอย่างในงานวิจัยนี้ทั้งสิ้น 103 ศูนย์ฯ จาก 17 จังหวัด จังหวัดละ 6 ศูนย์ฯ ยกเว้นจังหวัดมุกดาหาร ! ซึ่งมีจำนวน 7 ศูนย์ฯ (ตารางที่ 1.1)

2. ข้อมูลจากผู้เข้ารับการอบรมโครงการฝึกอาชีพ

ในการเก็บข้อมูลจากผู้เข้ารับการอบรมโครงการฝึกอาชีพนี้มีหลักเกณฑ์และขั้นตอนการเลือกตัวอย่างดังนี้ คือ

ก. เลือกจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเป็นจังหวัดที่มีการเก็บข้อมูลจากศูนย์ล้าริตการตลาดด้วย นอกจากนี้เนื่องจากเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลมีค่อนข้างจำกัด ประกอบกับโครงการฝึกอาชีพที่มีแต่ละจังหวัดไม่แตกต่างกันมากนัก จึงได้เลือกจังหวัดที่มีเส้นทางคมนาคมเส้นทางเดียวกัน คือ จังหวัดกาฬสินธุ์ ขอนแก่น อุดรธานี และหนองคาย

ข. เมื่อเลือกจังหวัดแล้ว ผู้วิจัยได้เดินทางไปสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของกรมการพัฒนาชุมชนที่จังหวัด เพื่อสำรวจข้อมูลว่าที่จังหวัดนั้นมีโครงการฝึกอาชีพอะไร อยู่ที่ไหน แต่ละโครงการประสบความสำเร็จ หรือประสบปัญหาอะไรบ้าง หลังจากนั้นได้นำข้อมูลเหล่านี้มาเลือกโครงการฝึกอาชีพหรือกิจกรรม ผลของการเลือกแสดงอยู่ในตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.1

จำนวนศูนย์สำรึกการตลาดแยกเป็นรายจังหวัด

จังหวัด	จำนวนศูนย์
1. ชัยภูมิ	6
2. ขอนแก่น	6
3. อุดรธานี	6
4. บุรีรัมย์	6
5. เลย	6
6. มหาสารคาม	6
7. กาฬสินธุ์	6
8. ร้อยเอ็ด	6
9. มุกดาหาร	7
10. นครพนม	6
11. สุรินทร์	6
12. ศรีสะเกษ	6
13. นครราชสีมา	6
14. ยโสธร	6
15. สกลนคร	6
16. หนองคาย	6
17. อุบลราชธานี	6
รวม	103

ตารางที่ 1.2

โครงการฝึกอาชีพที่เลือกเป็นตัวช่วยอย่างในการศึกษา แยกตามอำเภอและจังหวัด

ประเภทของโครงการ	แหล่งที่ตั้ง	
	อำเภอ	จังหวัด
1. ทอผ้ามัดหมี่และลายขิด	เพ็ญ	อุดรธานี
	เมือง	อุดรธานี
2. เย็บทีนอน	สังคม	หนองคาย
3. สักล่าน	เพ็ญ	อุดรธานี
4. ทอเสื่อกก	ยางตลาด	กาฬสินธุ์
5. ทำหมอนไม้ปับ	สังคม	หนองคาย
	หนองเรือ	ขอนแก่น
6. ทำน้ำปลา	ยางตลาด	กาฬสินธุ์
	หนองเรือ	ขอนแก่น
7. ทำขนม	เมือง	ขอนแก่น
	เมือง	อุดรธานี

ในการเลือกโครงการฝึกอาชีพหรือกิจกรรมนี้ ได้พิจารณาเลือกทั้งโครงการ
 ที่ประสบความสำเร็จ และไม่ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้เพราะต้องการศึกษาให้ทราบปัจจัย
 ต่าง ๆ ที่ทำให้โครงการเหล่านั้นประสบความสำเร็จหรือไม่สำเร็จ นอกจากนี้ยังมุ่งไปที่
 โครงการฝึกอาชีพที่ใช้วัสดุภายในหมู่บ้าน และขายสินค้าส่วนใหญ่ในหมู่บ้าน และโครงการ
 ที่เคยฝึกอาชีพแล้ว แต่ผู้เข้ารับการฝึกไม่ได้นำความรู้ไปผลิตสินค้าภายหลังการฝึกอบรม
 แล้วแล้ว โดยเฉพาะการผลิตเพื่อการค้า

ค. เมื่อเลือกโครงการต่าง ๆ ได้แล้ว ผู้วิจัยได้ออกไปสอบถามชาวชนบท
 ที่เกี่ยวข้องหรือร่วมทำโครงการนั้น ๆ การถามนี้เป็นการพูดคุย สัมภาษณ์อย่างไม่เป็น
 ทางการ โดยมีผู้ช่วยนักวิจัยเป็นผู้จัดบันทึกการสัมภาษณ์พูดคุย สำหรับช่วงเวลาที่ใช้ในการ
 เก็บข้อมูลมีดังนี้คือ สัมภาษณ์ที่จังหวัดอุดรธานีและหนองคาย ระหว่างวันที่ 15-18 ตุลาคม
 2529 และสัมภาษณ์ที่จังหวัดขอนแก่นและกาฬสินธุ์ ระหว่างวันที่ 26-28 ตุลาคม 2529

4. ลำดับการเสนอรายงานวิจัย

รายงานวิจัยมีทั้งหมด 6 บท บทที่หนึ่งเป็นบทนำ กล่าวถึงปัญหา วัตถุประสงค์
 ของการศึกษาและแหล่งข้อมูล บทที่ 2 อธิบายการฝึกอาชีพของกรมการพัฒนาชุมชน และ
 สรุปการประเมินผลโครงการฝึกอาชีพเท่าที่มีการศึกษาริวิจัยไว้ บทที่ 3 อธิบายประวัติความเป็นมา
 ของศูนย์สำริดการตลาด วัตถุประสงค์ของศูนย์ ฯ ธุรกิจของศูนย์ ฯ และการดำเนิน
 ธุรกิจ บทที่ 4 วิเคราะห์ธุรกิจการขายสินค้าของศูนย์ ฯ โดยแยกวิเคราะห์มูลค่าสินค้าที่ขาย
 เป็นรายเดือนในช่วงเวลา 1 ปี และแยกหมวดสินค้า เพื่อวิเคราะห์เป็นรายหมวด บทที่ 5
 เสนอแนวคิดทางด้านการตลาดและหน้าที่การตลาด และวิเคราะห์โครงการฝึกอาชีพเป็น
 รายโครงการ บทที่ 6 เป็นบทสุดท้าย เสนอข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

การฝึกอาชีพและการประเมินผล

1. การฝึกอาชีพชาวชนบท

แผนงานสร้างเสริมรายได้ให้ชาวชนบทของกรมการพัฒนาชุมชน ประกอบด้วย การลดรายจ่าย การเพิ่มผลผลิต การเพิ่มรายได้ และการเก็บออม การลดรายจ่ายในครอบครัวดำเนินการโดยส่งเสริมให้ชาวชนบทปลูกผักสวนครัว และเลี้ยงสัตว์เล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อใช้บริโภคในครอบครัว หรือส่งเสริมให้ชาวชนบทตัดเย็บเสื้อผ้าเพื่อใช้เอง การเพิ่มผลผลิตเป็นการส่งเสริมอาชีพ ซึ่งชาวชนบทส่วนใหญ่ทำอยู่แล้ว โดยส่งเสริมให้มีการผลิตเพิ่มขึ้นและคุณภาพของผลผลิตดีขึ้น และเป็นการส่งเสริมในรูปแบบ การเพิ่มรายได้ประกอบด้วยการขายผลผลิตที่เกิดจากการส่งเสริม เมื่อมีผลผลิตเหลือใช้การรวมกลุ่มเพื่อจัดตั้งกลุ่มอาชีพและการตลาด สำหรับการเก็บออมนั้นกรมฯ ดำเนินการโดย ส่งเสริมให้ชาวชนบทจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต

การดำเนินการเพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้ให้ชาวชนบทนั้น ล้วนมากกรมฯ จะทำเป็นโครงการฝึกอาชีพต่าง ๆ ให้ชาวชนบท โดยดำเนินการจัดตั้งกลุ่มและฝึกอาชีพให้สมาชิกของกลุ่ม เนื่องจากมีหน่วยงานต่าง ๆ หลายหน่วยงาน ทั้งที่เป็นหน่วยงาน รัฐบาลและเอกชน เข้ามาเกี่ยวข้องและ/หรือรับผิดชอบในการฝึกอาชีพให้ชาวชนบท ฉะนั้น นอกจากกรมการพัฒนาชุมชนจะทำหน้าที่รับผิดชอบฝึกอาชีพให้ชาวชนบทโดยตรงแล้ว ยังทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงาน ช่วยจัดตั้งกลุ่มฝึกอาชีพ และดำเนินการเชิญวิทยากรจากหน่วยงานอื่น ๆ มาร่วมในการฝึกอาชีพด้วย

ถ้าจะพิจารณาการฝึกอาชีพให้ชาวชนบทจากผู้เข้ารับการฝึกอาชีพ อาจจะแยกผู้เข้ารับการฝึกอาชีพออกเป็น หัวหน้าครัวเรือนซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย ลตรี ได้แก่ แม่บ้าน และบุตรสาว และเยาวชน ซึ่งมีทั้งหญิงและชาย อายุระหว่าง 15-25 ปี การฝึกอาชีพให้บุคคลเป้าหมายต่าง ๆ อย่างต้นนี้มีความสำคัญต่อการเพิ่มผลผลิตและรายได้ให้แก่ครอบครัวชาวชนบท ถึงแม้จะได้ตระหนักถึงความสำคัญของการฝึกอาชีพให้แต่ละบุคคล

เป้าหมายต่าง ๆ ข้างต้น แต่เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถหาเอกสารการประเมินผลการฝึกอาชีพให้หัวหน้าครัวเรือน การประเมินผลการฝึกอาชีพของกรมการพัฒนาชุมชนต่อไปนี้ จึงจำกัดอยู่เฉพาะการฝึกอาชีพสตรีและเยาวชนเท่านั้น ซึ่งมีเอกสารรายงานวิจัยการประเมินผลมากพอสมควร ประกอบกับกลุ่มฝึกอาชีพต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยได้ไปหาคูขี้ สอดถามมาเป็นกลุ่มฝึกอาชีพสตรีและเยาวชนทั้งสิ้น

2. การประเมินผลการฝึกอาชีพสตรี

อาชีพสตรีที่ได้รับการส่งเสริมฝึกอาชีพมีหลายชนิด เช่น การย้อมสี ทอผ้า ทอเสื่ออก สักลาน เย็บที่นอน ตัดเย็บเสื้อผ้า ปูกหมอนเสียดึงไหม แปรรูปและถนอมอาหาร และศิลปประดิษฐ์ เป็นต้น

ในการประเมินผลการฝึกอาชีพต่าง ๆ ข้างต้นว่าประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดนั้น ผู้ประเมินจะต้องมีเครื่องมือ ซึ่ง เครื่องวัดอาจมีมากมายหลายอย่างขึ้นอยู่กับ การฝึกอาชีพแต่ละประเภทด้วย เช่น กองวิจัยและประเมินผล¹ ประเมินความสำเร็จของการฝึกอาชีพโดยพิจารณาจากความสามารถที่ผู้เข้ารับการอบรมจะนำความรู้ที่ได้จากการฝึกไปใช้ในการประกอบเป็นอาชีพ หรือการฝึกอาชีพช่วยเพิ่มรายได้ หรือลดค่าใช้จ่าย ส่วนหนึ่งให้กับครอบครัวของตน พบว่า สมาชิกกลุ่มสตรีที่ทำการศึกษาคั้งนี้มีอายุเฉลี่ย 28.34 ปี ร้อยละ 65.3 ยังเป็นโสด ร้อยละ 63.2 จบชั้น ป.4 และส่วนใหญ่มีอาชีพด้านกสิกรรม สมาชิกกลุ่มสตรีเกือบทั้งหมดเคยเข้ารับการฝึกอบรมกลุ่มสตรีมาแล้ว และ ร้อยละ 50.5 นำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมไปใช้ในการประกอบอาชีพ อีกร้อยละ 49.5 ไม่ได้นำความรู้ไปใช้ในการประกอบอาชีพ เนื่องจากไม่มีเวลาพอ เพราะต้องประกอบอาชีพหลัก

¹ กองวิจัยและประเมินผล กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย "รายงานการวิจัย เรื่องปัจจัยที่สนับสนุนและเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของกลุ่มสตรี", ธันวาคม 2524, หน้า 23.

ลิลี โกศัยยานนท์ และคณะ¹ ศึกษาผลกระทบของกิจกรรมทางรายได้จากจำนวนตัวอย่าง 359 ตัวอย่าง แยกเป็นภาคเหนือ 175 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 175 และภาคกลาง 9 พบว่า มีสตรีที่ทำกิจกรรมสืบเนื่องจากการอบรม 218 ราย (ร้อยละ 61) สตรีที่ไม่ทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการอบรม 141 ราย (ร้อยละ 39) สตรีที่ทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการอบรมได้ประกอบกิจกรรม ซึ่งรวมเป็นมูลค่าประมาณ 419,119 บาทเฉลี่ยจำนวนสตรีที่สัมภาษณ์ได้คนละ 1,167 บาทต่อปี แต่ตัวเลขเฉลี่ยกับเฉพาะสตรีที่ประกอบกิจกรรมจะได้ 1,922 บาท ต่อคน ต่อปี ครอบครัวของสตรี 359 คนนี้ประกอบกิจกรรมทั้งหมดเป็นมูลค่า 7,828,718 บาท เฉลี่ยต่อหัวเท่ากับ 21,807 บาทต่อครอบครัว มูลค่าของกิจกรรมที่สืบเนื่องจากการอบรมมีเพียงประมาณร้อยละ 5 ของมูลค่ากิจกรรมของครอบครัวทั้งหมด ดังนั้นจะเห็นได้ว่า รายได้หลักของครอบครัวกลุ่มสตรีที่ยังคงต้องพึ่งพานาหารไร่

เมื่อพิจารณาความสำคัญของกิจกรรมที่อบรม เมื่อเทียบกับมูลค่าของกิจกรรมทั้งหมดนั้นจะเห็นได้ชัดว่า มีเพียงบางกิจกรรมเท่านั้นที่อาจกล่าวได้ว่ามีผลในด้านเชิงบวก รายได้ให้กับกลุ่มสตรี ตัวอย่างเช่น ในภาคเหนือ มีกิจกรรมทำไม้กวาด - เสื่อสำแพน ซึ่งเมื่อเทียบรายได้จากกิจกรรมกับรายได้ทั้งหมดนั้นสูงถึงร้อยละ 52 รองลงมาคือ กิจกรรมทอผ้า (ร้อยละ 29) กิจกรรมซักล้างหวาย (ร้อยละ 20) และกิจกรรมปลูกหม่อนเลี้ยงไหม (ร้อยละ 16) ตามลำดับ

ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กิจกรรมที่ทำรายได้ได้อย่างเป็นกอบเป็นกำแม้ว่าจะไม่สูงนักก็ตาม ได้แก่ กิจกรรมเครื่องปั้นดินเผา (ร้อยละ 57) นอกนั้นรายได้ที่ได้เพิ่มแทบจะไม่มี ความหมายเท่าใดเลย

¹ ลิลี โกศัยยานนท์ และคณะ "รายงานเบื้องต้น ประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการ การประเมินผลกิจกรรมเชิงบูรณาการรายได้ของกรมการพัฒนาชุมชน", สิงหาคม 2529, หน้า 75.

มีข้อสังเกตที่สำคัญคือ กิจกรรมที่อยู่ในประเภท "กิจกรรมประสับความสำเร็จ" เหล่านี้ล้วนแต่เป็นกิจกรรมที่ทำอยู่ก่อนหน้ามีการอบรม และ/หรือเป็นกิจกรรมที่มีช่องทางที่จะขยายได้ มีคนมาจ้างทำถึงในท้องถิ่นและเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้ฝีมือพอควร ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เป็นกิจกรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น เมื่อได้บดสับสับส่นที่เหมาะสมรองรับก็จะสามารถดำเนินเป็นกิจกรรมต่อเนื่องได้¹

สำหรับปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบอาชีพแยกตามประเภทอาชีพที่ฝึกทักษะทำงานติดตามและประเมินผลโครงการฝึกอบรมอาชีพสตรีศึกษาไว้ พอสรุปได้ดังนี้²

1. การย้อมสี ทอผ้า

ปัญหาด้านวัตถุดิบ ได้แก่ ผ้า ย้อม ใยเร เคชมา ต้องซื้อจากนอกหมู่บ้าน

ปัญหาด้านการตลาด เป็นปัญหาที่พบมากที่สุด ในบางท้องถิ่นที่มีเครื่องจักรทอผ้ามากเกินไปจนล้นตลาด ผลิตรองเท้าที่ผลิตได้มีจำหน่ายเฉพาะในท้องถิ่นนั้น ๆ ขาดหน่วยงานที่จะดำเนินการเรื่องตลาด และการจำหน่ายมีการรวมกลุ่มกันน้อย ทำให้ราคาจำหน่ายผลิตรองเท้าไม่เท่ากัน ประการสำคัญคุณภาพของผลิตรองเท้ายังไม่ดีพอ

2. การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม

ปัญหาด้านวัตถุดิบไม่มี เพราะหม่อนอยู่ในท้องถิ่น

ปัญหาด้านการตลาด พ่อค้ารับซื้อเส้นไหมในราคาต่ำโดยเฉพาะในกรณี

ต่างคนต่างนำไปขาย และขายคนละเพียงเส้นน้อย

¹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 83-84

² สรุปจากคณะทำงานติดตามประเมินผลโครงการฝึกอบรมอาชีพสตรี สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี "สรุปรายงาน การติดตามประเมินผล โครงการฝึกอบรมอาชีพสตรีตามแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 ในเขตพื้นที่ชนบทยากจน (38 จังหวัด)" (ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์)

3. กิจกรรมการเก็บ ส่วน ทอ

ปัญหาด้านวัตถุดิบมีไม่มากนักเพราะ วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตคือ กก ผักตบชวา ใบลาน พลาสติกเส้น เชือกกล้วย ไหมพรม ผ้า ฟองน้ำ ส่วนใหญ่ทำได้ในท้องถิ่น ยกเว้นพลาสติก ไหมพรม ผ้า ฟองน้ำ ที่ต้องซื้อจากที่อื่น ๆ

ปัญหาด้านการตลาดคือ การจำหน่ายยังอยู่ในวงจำกัด ผลิตรักษาง่ายอย่าง ตลาดต้องการ แต่ล่าช้ากลุ่มไม่กว้างผลิตในบางช่วงเวลา และเมื่อถึงช่วงเวลาผลิตก็เลย ช่วงเวลาที่ตลาดต้องการ นอกจากนี้ราคาจำหน่ายยังสูงเกินไป คุณภาพของผลิตภัณฑ์ผลิตได้ยังไม่ดีพอ และในบางท้องที่หาแหล่งจำหน่ายยากไม่มีแหล่งรับซื้ออย่างต่อเนื่อง

4. กิจกรรมจักสาน

ปัญหาด้านวัตถุดิบคือ วัตถุดิบที่มีอยู่นอกท้องถิ่น เช่น หวาย (เฉพาะบางท้องที่) และวัตถุดิบประกอบ เช่น วัสดุ หาซื้อจากตลาดในท้องถิ่นได้ยาก มีแบบให้เสื่อน้อยและมีราคาแพงกว่าในเมืองใหญ่ ซึ่งมีแบบให้เสื่อมากกว่า ส่วนวัตถุดิบที่หาได้ในหมู่บ้านได้แก่ ไม้ไผ่ กก ทางมะพร้าว

ปัญหาด้านการตลาดคือ ไม่มีตลาดจำหน่ายที่แน่นอน ทำให้ไม่สามารถกำหนดปริมาณการผลิตให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด และการผลิตจักสานไม้ไผ่ โดยเฉพาะกระเป๋าคือเป็นลายฝีมือต้องใช้เวลาทำ ทำให้จำหน่ายไม่ค่อยได้ โดยเฉพาะกลุ่มที่เพิ่งเริ่มผลิต คุณภาพยังไม่ดีพอ และการพัฒนาแบบไม่ทันสมัย กลุ่มอื่นที่ทำเป็นอาชีพมานานแล้วไม่ได้

5. กิจกรรมเครื่องปั้นดินเผา

ปัญหาด้านวัตถุดิบไม่มีเพราะ วัตถุดิบหลักที่ใช้คือ ดินเหนียว ซึ่งมีอยู่ในท้องถิ่น และไม่มีปัญหาด้านการตลาด

6. กิจกรรมการแปรรูปถนอมอาหาร

ปัญหาด้านวัตถุดิบไม่มีเพราะใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ได้แก่ ถั่วเหลือง ถั่วลิสง ถั่วเขียว มะละกอ พักทอง กะหล่ำปลี ผักกอก มะขาม หน่อไม้

ปัญหาด้านเทคนิคการผลิตคือ การบรรจุไม่เหมาะสม ทำให้ไม่สามารถเก็บรักษาได้นาน และผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน

ปัญหาด้านการตลาด มีดังนี้คือ

- ก. ไม่มีตลาดรับซื้อผลิตภัณฑ์แบบต่อเนื่อง
- ข. ราคาต้นทุนการผลิตสูง เพราะล่ำมาชิกมีทุนในการผลิตจำนวนน้อย ทำให้ต้นทุนสูงกว่าโรงงาน
- ค. ต้นส่งและระยะทางไกล สิ้นเปลืองค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและล่ำมาชิก ไม่สามารถผลิตได้ทันความต้องการของตลาดในบางครั้ง

7. ศิลปประดิษฐ์

ปัญหาด้านวัตถุดิบไม่มี เพราะใช้วัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่นคือ ก้านดอกอ้อย ส่วนวัตถุดิบที่ต้องการจากนอกท้องถิ่น ได้แก่ ไหมพรม ลูกบัต อู๊กตา

ปัญหาด้านการตลาดคือ ขาดตลาดจำหน่าย ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ประโยชน์เพื่อใช้ประดับ เพื่อความสวยงาม หรือเป็นของที่ระลึก ตลาดที่สำคัญที่มุ่งเน้นคือ ตลาดนักท่องเที่ยว หรือตลาดนอกท้องถิ่น ซึ่งตัวผู้ผลิตเองต้องการให้ช่วยเหลือ

8. การประเมินผลการฝึกอาชีพเยาวชน

อาชีพที่ได้มีการฝึกให้เยาวชนมีหลายประเภท เช่น ช่างไม้ ช่างปูน ช่างเชื่อม ช่างไฟฟ้า ช่างวิทยุ ช่างยนต์ และช่างตัดเย็บเสื้อผ้า เป็นต้น ทางด้านการประเมินผลการฝึกอาชีพให้เยาวชนที่กองวิจัยและประเมินผลประเมินไว้ สรุปได้ดังนี้¹

¹สรุปจากกองวิจัยและประเมินผล กรมการโฆษณาชุมชน กระทรวงมหาดไทย "รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อเนื่องจากการฝึกอาชีพเยาวชน (ระยะยาว)", พฤศจิกายน 2528

1. การฝึกอาชีพเยาวชนเท่าที่ผ่านมา จะเป็นการฝึกอาชีพให้กับเพศชาย มากกว่าเพศหญิง โดยดูจากกลุ่มอาชีพเยาวชนที่ผ่านการฝึกอบรมอาชีพระยะยาว 131 คน เป็นเพศชาย 96 คน คิดเป็นร้อยละ 73 เป็นเพศหญิง 35 คน คิดเป็นร้อยละ 27 ทั้งนี้ เพราะโครงการฝึกอาชีพเยาวชน (ระยะยาว) ในปี 2527 มีโครงการฝึกอาชีพด้าน ช่างปูน-ช่างไม้ ช่างเครื่องยนต์ ด้านเกษตรกรรม และด้านการตัดเย็บเสื้อผ้า ซึ่งจะเห็นว่า มีเพียงอาชีพการตัดเย็บเสื้อผ้า เพียงอย่างเดียวที่เหมาะสมสำหรับเยาวชนที่เป็นผู้หญิง

2. จากกลุ่มอาชีพเยาวชนผ่านการฝึกอบรมทั้งหมด 131 คน มีกลุ่มอาชีพเยาวชนผ่านการฝึกอบรมด้านช่างปูน ช่างไม้ มากที่สุด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมาด้านการตัดเย็บเสื้อผ้าจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ด้านการเกษตรกรรม จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 22 และด้านเครื่องยนต์จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ตามลำดับ เหตุที่เยาวชนผ่านการฝึกอบรมช่างปูน ช่างไม้ มากที่สุด และด้านตัดเย็บเสื้อผ้า รองลงมา เป็นเพราะว่าในเชิงงบประมาณ 2527 โครงการฝึกอบรมวิชาชีพที่สำนักงาน พัฒนาชุมชนเขตจัดขึ้นเพื่อสนองความต้องการของกลุ่มเยาวชน ด้านช่างปูน ช่างไม้ ด้านตัดเย็บเสื้อผ้า หรือด้านเกษตรกรรม มีความสามารถที่จะรับเยาวชนปริมาณมากพอที่จะ เปิดโอกาสให้เยาวชนเข้าฝึกอบรมวิชาชีพตามที่ตนต้องการ

3. กลุ่มอาชีพเยาวชนที่ผ่านการฝึกอาชีพระยะยาวมีความรู้ความเข้าใจใน วัตถุประสงค์ของกลุ่มฯ มากและน้อย ไม่แตกต่างกันมากนัก คือ มีสมาชิกเยาวชนที่เข้าใจ วัตถุประสงค์ของกลุ่มฯ น้อย จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 และมีความรู้ความ เข้าใจในวัตถุประสงค์ของกลุ่มฯ มาก จำนวน 62 คน หรือ คิดเป็นร้อยละ 47.3 การที่ สมาชิกกลุ่มอาชีพเยาวชนไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ของกลุ่มฯ อาจทำให้ไม่ได้รับประโยชน์จากการ ฝึกอาชีพเท่าที่ควร

4. ในการประเมินการคาดหวังประโยชน์จากการฝึกอาชีพระยะยาวโดยแยก เป็นคาดหวังมากและคาดหวังน้อยนั้น พบว่า สมาชิกที่เข้ารับการฝึกอบรมมีความคาดหวัง ในประโยชน์มากมีจำนวน 73 คน หรือร้อยละ 55.7 ของผู้เข้ารับการอบรมทั้งหมด และ

มีผู้คาดหวังประโยชน์น้อยจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 เนื่องจากการเข้ารับการฝึกอบรมจะต้องเสียเวลาในการประกอบอาชีพและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ผู้เข้ารับการอบรมจึงควรจะมีการคาดหวังประโยชน์จากการฝึกอบรม การมีสมาชิกของกลุ่ม จำนวนหนึ่งคาดหวังในประโยชน์น้อย อาจจะเป็นเพราะยังไม่เข้าใจในวัตถุประสงค์ของกลุ่ม ดีพอและการกำหนดทิศทางอนาคตในการประกอบอาชีพของตนยังอาจขึ้นอยู่กับพ่อแม่

5. การประเมินทางด้านความเชื่อในอาชีพที่ไปฝึกอบรมเพื่อนำความรู้ไปประกอบอาชีพ พบว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความเชื่อในการนำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมไปประกอบอาชีพน้อย จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมทั้งหมด และมีสมาชิกที่มีความเชื่อในการนำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมไปประกอบอาชีพมากจำนวน 64 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 48.8 การที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความเชื่อในการนำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมไปประกอบอาชีพน้อย อาจจะเป็นเพราะยังไม่แน่ใจว่าความรู้ที่ได้รับจะเพียงพอที่จะนำไปประกอบอาชีพได้ หรืออาจจะไม่แน่ใจว่าอาชีพที่ได้จากการฝึกอบรมจะดีกว่า หรือก่อให้เกิดประโยชน์มากกว่าอาชีพเดิม

6. การประเมินการทำกิจกรรมต่อเนื่องจากการฝึกอบรม พบว่า สมาชิกกลุ่มย่อยาวส่วนที่ผ่านการฝึกอบรมอาชีพระยะยาวมีกิจกรรมต่อเนื่องจากการฝึกอบรมน้อย มีจำนวนถึง 82 คน คิดเป็นร้อยละ 62.6 ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมทั้งหมด และมีกิจกรรมต่อเนื่องจากการฝึกอบรมมาก มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4 การที่มีสมาชิกของกลุ่มย่อยาว มีกิจกรรมต่อเนื่องน้อย อาจจะเป็นเพราะไม่มีเงินทุน หรือไม่มีผู้สนับสนุนจึงทำให้ไม่ได้ประกอบอาชีพที่ได้ฝึกอบรมมา หรือไม่ได้ใช้ประโยชน์หรืออาจมีปัจจัยอื่น ๆ เช่น มีปัญหาด้านการตลาด และตลาดจำหน่ายผลผลิตมีความอ่อนแอไม่เพียงพอ เป็นต้น

ศูนย์ล้าริตการตลาด

1. วัตถุประสงค์

ศูนย์ล้าริตการตลาดเป็นกิจกรรมหลักกิจกรรมหนึ่งของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต ซึ่งชาวชนบทรวมกันจัดตั้งขึ้น โดยได้รับการส่งเสริมจากกรมการพฒนาชุมชน ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้คือ¹

1. เพื่อฝึกหัดให้สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ มีความเข้าใจและมีความรู้ความสามารถในการดำเินการค้าขาย
2. เป็นการฝึกหัดการนำเงินชนที่มีอยู่ไปลงทุน เพื่อให้เกิดดอกผลเพิ่มขึ้นมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อช่วยเหลือสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ และประชาชนในหมู่บ้านหาซื้อสิ่งของเครื่องใช้ในครอบครัวและอุปกรณ์การประกอบอาชีพได้สะดวก รวดเร็วและประหยัด
4. ป้องกันการถูกเอาเปรียบต้องซื้อของแพง และขายผลผลิตได้ในราคาต่ำของสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์และประชาชนทั่วไป
5. ต้องการให้สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ ที่เป็นผู้ยากจนสามารถมีบทบาทในด้านการค้าในระดับหมู่บ้าน ตำบล และอาจขยายผลไปสู่ระดับอำเภอ จังหวัดได้

2. ธุรกิจและการดำเินธุรกิจ

ธุรกิจที่สำคัญของศูนย์ฯ เมื่อเริ่มตั้งศูนย์ฯ คือ การจัดหาซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค มาขายให้แก่สมาชิกของกลุ่มออมทรัพย์ โดยยึดหลัก "รวมกันซื้อ" เพื่อประหยัดค่าขนส่งและค่าพาหนะเดินทางไปซื้อสินค้าที่ตลาดในอำเภอ หรือในจังหวัด และเพื่อให้มีอำนาจต่อรองในการซื้อสินค้าจากพ่อค้า ซึ่งจะช่วยให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาถูกกว่าแยกกันซื้อ

¹ กองปฏิบัติการและสำนักงานโครงการเงินกู้ กรมการพฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย "การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบตามแผนพฒนาชนบทยากจนระดับหมู่บ้าน ปี พ.ศ. 2529", หน้า 91

!เมื่อสามารถซื้อสินค้าได้ถูกกว่าและเสียค่าขนส่งน้อยกว่า จะสามารถนำสินค้านั้นมาขายให้สมาชิกของกลุ่มฯ ได้ในราคาถูกกว่าราคาที่ร้านค้าอื่น ๆ ในหมู่บ้านขาย เมื่อธุรกิจการซื้อสินค้ามาขายเจริญก้าวหน้าขึ้น ก็อาจจะขยายธุรกิจนี้ให้มากขึ้นโดยซื้อสินค้ามาขายมากขึ้น ทั้งชนิดและปริมาณ และอาจจะขยายธุรกิจไปรับซื้อ หรือรวบรวมผลผลิตทางอุตสาหกรรม หัตถกรรม และผลผลิตทางการเกษตรของสมาชิกไปขาย¹ ซึ่งเป็นกร "รวมกันขาย" สำหรับประโยชน์ที่สมาชิกของกลุ่มได้รับนั้น นอกจากจะซื้อของกินของใช้ต่าง ๆ ได้ในราคาถูก และขายผลผลิตได้ในราคาแพงแล้ว ยังได้รับส่วนแบ่งกำไรที่ได้จากการดำเนินธุรกิจของศูนย์ฯ โดยแบ่งตามมูลค่าสินค้าที่สมาชิกซื้อจากศูนย์ฯ และตามจำนวนหุ้นที่ถือ

สำหรับการดำเนินธุรกิจของศูนย์ลำริดการตลาด และการควบคุมสัดส่วนของคณะกรรมการและบุคคลทำหน้าที่ต่าง ๆ ดังนี้

1. คณะกรรมการบริหารกลุ่มออมทรัพย์ เป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานทั้งหมดทุกด้าน ด้วยการกำหนดนโยบายหลักเกณฑ์ และระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ เกี่ยวกับศูนย์ลำริดการตลาด
2. คณะกรรมการส่วนราชการกลุ่มออมทรัพย์ฯ เป็นผู้รับผิดชอบดูแลการบริหารศูนย์ลำริดการตลาด
3. จัดตั้งคณะกรรมการศูนย์ลำริดการตลาด ให้ทำหน้าที่ในการจัดการด้านการซื้อการขาย การเบิกจ่ายเงินของศูนย์ลำริดการตลาด
4. แต่งตั้งผู้จัดการศูนย์ลำริดการตลาด (จะตั้งกรรมการศูนย์ลำริดการตลาดตามข้อ 3) เป็นผู้ควบคุมและดำเนินงาน และให้แต่งตั้งพนักงานขายสินค้าจำนวนเท่าที่จำเป็น (ผู้จัดการและพนักงานขายสินค้าจะมีค่าจ้างมากน้อยเพียงไรให้กำหนดจากผลกำไรของศูนย์ลำริดการตลาดเป็นหลัก อาจจะไม่มียเงินเดือนแต่ให้โบนัสรายปี โดยขอให้อวยกันเสียสละไปก่อนก็ได้)

¹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 92

3. เงินทุนดำเนินงาน¹

เงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานธุรกิจของศูนย์ลำธิตการตลาดมาจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

1. กู้เงินจากธนาคารกรุงไทยมาเป็นทุนดำเนินงาน
2. ประชุมลุ่มมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ฯ ให้สิ่งเงินสัจจะสะสมเพิ่มพิเศษแล้วนำมาลงทุน (ไม่มีชื่อเรียกเงินค่าหุ้นศูนย์ลำธิตการตลาด)
3. ขอยืมเงินทุนหมุนเวียนจากกรมการไฟฟ้ามหานครมาลงทุน
4. ถอนเงินสัจจะสะสมที่ฝากไว้ที่ธนาคารกรุงไทยมาลงทุน (ไม่ควรรทำ)

4. ประเมินผลศูนย์ลำธิตการตลาด

ถ้าจะประเมินผลศูนย์ลำธิตการตลาด โดยดูจากการเปลี่ยนแปลงจำนวนศูนย์ และการเปลี่ยนแปลงปริมาณเงินทุนหมุนเวียนแต่ละปีแล้ว จะพบว่า จำนวนศูนย์ฯ ได้เพิ่มขึ้นตลอด และเพิ่มขึ้นมากในระยะไม่กี่ปีที่ผ่านมา กล่าวคือ จำนวนศูนย์ฯ ได้เพิ่มจาก 263 ศูนย์ฯ ในปี 2525 เป็น 518 ศูนย์ฯ ในปี 2528 และได้เพิ่มขึ้นเป็น 1,032 ศูนย์ฯ ในเดือนมิถุนายน ปี 2529 หรือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 99 ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2529 สำหรับปริมาณเงินทุนหมุนเวียนได้เพิ่มจากประมาณ 42 ล้านบาทในปี 2525 เป็นประมาณ 89 ล้านบาทในปี 2528 และเพิ่มเป็นประมาณ 119 ล้านบาทในเดือนมิถุนายน ปี 2529 หรือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 34 ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2529 (ตารางที่ 3.1)

ในการประเมินศูนย์ฯ อาจจะได้อีกประการหนึ่ง คือ ประเมินความสามารถของศูนย์ฯ ในการแข่งขันกับร้านค้าเอกชนในหมู่บ้านที่ศูนย์ฯ ตั้งอยู่ ทั้งนี้เพราะสินค้าที่ศูนย์ฯ ขายส่วนมากจะเป็นสินค้าที่มีขายอยู่ในร้านค้าเอกชนในหมู่บ้านนั้น และหมู่บ้านใกล้เคียง ในขณะที่ชาวบ้านชวชนบทที่มีอิสระที่จะซื้อสินค้าจากศูนย์ฯ หรือซื้อจากร้านค้า

¹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 91

ตารางที่ 3.1

จำนวนศูนย์สำธการตลาดและปริมาณเงินทุนหมุนเวียน

แยกเป็นรายปี พ.ศ. 2525-2529

ปี	จำนวนศูนย์			ปริมาณเงินทุนหมุนเวียน		
	จำนวนที่มี แต่ละปี	จำนวนที่ เพิ่มขึ้น	ร้อยละ ที่เพิ่มขึ้น	ปริมาณที่มี แต่ละปี (ล้านบาท)	ปริมาณที่ เพิ่มขึ้น (ล้านบาท)	ร้อยละ ที่เพิ่มขึ้น
2525	263	-	-	42	-	-
2526	286	23	9	60	18	43
2527	301	15	5	84	24	40
2528	518	217	72	89	5	6
2529*	1,032	514	99	119	30	34

ที่มา : ฝ่ายพัฒนาอาชีพ กองปฏิบัติการ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

(เอกสารโรเฟียว)

หมายเหตุ : * เป็นข้อมูลเดือนมิถุนายน

เอกชนร้านค้าก็ได้ ดังนั้นจึงต้องมีการแข่งขันกันระหว่างศูนย์ กับร้านค้า เอกชนหรือระหว่างร้านค้าเอกชนด้วยกัน ซึ่งการแข่งขันนี้อาจจะแข่งขันกันทางด้านราคาสินค้าได้แก่ การขายสินค้าในราคาที่ต่ำกว่า การให้ส่วนลด หรือการให้บริการที่ดีกว่า

ในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม! ซึ่งการดำเนินงานธุรกิจใด ๆ สามารถแข่งขันกันได้อย่างเสรีนั้น ผู้ประกอบธุรกิจหรือร้านค้าใดแข่งขันสู้ไม่ได้ก็ต้องเลิกกิจการไปในที่สุด ในขณะที่ผู้ประกอบธุรกิจหรือร้านค้าที่แข่งขันได้ดีกว่าจะเจริญรุ่งเรืองขึ้น ปริมาณผลกำไร และ ชนิดของสินค้าที่ขายจะเพิ่มมากขึ้น

การศึกษาการเปลี่ยนแปลงจำนวนร้านค้า เอกชนในหมู่บ้านที่มีศูนย์ ตั้งอยู่ในช่วงเวลา 1 ปี คือ ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2528 ถึงเดือนมิถุนายน 2529 พบว่า จากจำนวนหมู่บ้านที่มีศูนย์ ตั้งอยู่ 73 หมู่บ้าน มีหมู่บ้านที่มีร้านค้าเอกชนลดลง 16 หมู่บ้าน มีหมู่บ้านที่มีร้านค้าเอกชนเพิ่มขึ้น 9 หมู่บ้าน และที่เหลือ (48 หมู่บ้าน) เป็นหมู่บ้านที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงจำนวนร้านค้าเอกชน จำนวนร้านค้าเอกชนในเดือนกรกฎาคม 2528 มีทั้งสิ้น 337 ร้าน ลดลงเหลือ 314 ร้าน ในเดือนมิถุนายน 2529 หรือลดลง 23 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 7 ของจำนวนร้านค้าเอกชนที่มีอยู่ในเดือนกรกฎาคม

การลดลงของร้านค้า เอกชนข้างต้นนี้ อาจเนื่องมาจากสาเหตุอื่น ๆ นอกเหนือจากสาเหตุที่แข่งขันสู้ศูนย์ ไม่ได้ แต่จากการที่ผู้วิจัยได้ไปสัมภาษณ์กรรมการศูนย์ บางคน บางศูนย์และเจ้าหน้าที่กรมการพัฒนาชุมชน ได้ทราบว่า เมื่อตั้งศูนย์ ในหมู่บ้านแล้วมีร้านค้า เอกชนที่ตั้งมาก่อนแข่งขันสู้ศูนย์ ไม่ได้ ต้องเลิกกิจการไปก็มี ฉะนั้นอาจจะกล่าวได้ว่าการที่จำนวนร้านค้า เอกชนลดลง อาจมีสาเหตุที่สำคัญมาจากการแข่งขันสู้ศูนย์ ไม่ได้

สำหรับการประเมินผลศูนย์สำริดการตลาดที่กองวิจัยและประเมินผลจัดทำไว้ในปี 2525¹ สรุปประเด็นสำคัญบางประเด็นได้ดังนี้

¹ กองวิจัยและประเมินผล กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย "รายงานการวิจัย แนวทางการพัฒนาธุรกิจการตลาดและการพัฒนาทุนของเกษตรกรไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีร้านค้ากลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต", มีนาคม 2525.

1. สมาชิกส่วนใหญ่ (ร้อยละ 66) จะซื้อสินค้าบริโภคทุกวัน รองลงมาคือซื้อ 2-3 วันครั้ง มีประมาณร้อยละ 30 ที่เหลือร้อยละ 4 ซื้อสัปดาห์ละครั้งหรือเดือนละครั้ง ส่วนการซื้อสินค้าประเภทนม สมาชิกส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72) จะซื้อนาน ๆ ครั้ง ข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่า สมาชิกมีความสะดวกและไม่เสียเวลามากนักที่จะมาซื้อสินค้าที่ศูนย์ฯ และพอใจที่จะซื้อสินค้าบริโภคบ่อย ๆ มากกว่าการซื้อครั้งละมาก ๆ ไปเก็บไว้ใช้ ข้อมูลนี้อาจจะตีความได้อีกแห่งหนึ่งว่า สมาชิกส่วนใหญ่อาจมีรายได้น้อยและมีรายได้เป็นรายวัน จึงมีเงินไม่พอที่จะซื้อของบริโภคครั้งละมาก ๆ เพื่อใช้บริโภคได้หลาย ๆ วัน ส่วนสินค้าประเภทนมนั้น บางชนิดซื้อครั้งเดียวก็สามารถนำไปได้นาน (พวกของใช้ถาวร) บางชนิดจะซื้อใช้เฉพาะในฤดูกาลผลิตเท่านั้น สมาชิกส่วนใหญ่จึงซื้อสินค้าประเภทนม นาน ๆ ครั้ง

2. สมาชิกเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 94) ซื้อสินค้าบริโภคที่ศูนย์ฯ ซึ่งเป็นร้านค้าของกลุ่มฯ มีเพียงสมาชิกส่วนน้อยเท่านั้น (ร้อยละ 6) ที่ซื้อสินค้าบริโภคจากร้านค้าในหมู่บ้านนั้นหรือในหมู่บ้านใกล้เคียง การที่สมาชิกเกือบทั้งหมดซื้อสินค้าจากศูนย์ฯ อาจแสดงว่าสมาชิกมีความพอใจ และได้รับประโยชน์ต่าง ๆ เช่น ศูนย์ฯ ตั้งอยู่ในที่ที่สะดวกแก่การมาซื้อสินค้า ราคาสินค้าที่ศูนย์ฯ ขายอาจจะต่ำกว่าหรือเท่ากับราคาสินค้าที่ร้านค้าในหมู่บ้านขาย และสมาชิกได้รับประโยชน์จากเงินปันผล นอกจากนี้สินค้าบริโภคที่ศูนย์ฯ ขายยังตรงกับความต้องการของสมาชิกส่วนใหญ่อีกด้วย

ส่วนการซื้อสินค้าประเภทนม สมาชิกของกลุ่มฯ ซื้อจากศูนย์ฯ เพียงร้อยละ 39 ที่เหลือร้อยละ 49 ซื้อจากตลาดในจังหวัด หรืออำเภอ และร้อยละ 13 ซื้อจากร้านค้าในชุมชนหรือใกล้เคียง การที่สมาชิกซื้อสินค้าประเภทนมจากศูนย์ฯ น้อย อาจเนื่องมาจากศูนย์ฯ ยังมีสินค้าประเภทนมขายน้อย ซึ่งอาจจะเป็นเพราะศูนย์ฯ ยังมีเงินทุนน้อย ทั้งนี้เพราะสินค้าประเภทนมส่วนใหญ่มีราคาแพง หรือมีมูลค่าสูง หรือการที่สมาชิกส่วนใหญ่ซื้อสินค้าที่อื่น ๆ อาจจะเนื่องจากมีข้อผูกพันกับพ่อค้า โดยซื้อเชื่อและชำระหนี้โดยการนำผลผลิตไปขายให้

3. จำนวนผู้ซื้อและรายได้เป็นเงินสดเฉลี่ยต่อวันและต่อเดือน สำหรับศูนย์ที่เจริญก้าวหน้ามาก และยังไม่เจริญ จะแตกต่างกัน (ตารางที่ 3.2)

จากตาราง ร้านค้าที่เล็กที่สุด มีผู้มาซื้อสินค้าวันละ 30 คน ในขณะที่ร้านค้าที่เจริญมากมีผู้มาซื้อถึง 445 คนต่อวัน สำหรับรายรับจากการขายสินค้าเป็นเงินสดก็ต่างกันมาก เฉลี่ยต่ำสุด 450 บาท ถึงสูงสุด 3,334 บาท เมื่อคิดเป็นเงินสดขายเฉลี่ยต่อเดือนสูงสุดถึง 100,020 บาท และต่ำสุด 13,500 บาท การที่จำนวนคนซื้อและรายรับจากการขายสินค้า เงินสดต่างกันมากเช่นนี้ แสดงให้เห็นว่า ถ้าจัดตั้งศูนย์ฯ เป็นเวลานานขึ้นและศูนย์ฯ พัฒนาขึ้นมาก จะมีธุรกิจในการซื้อขายสินค้าเพิ่มขึ้นมาก และจะทำธุรกิจกับสมาชิกเพิ่มมากขึ้นด้วย

4. กำไรสุทธิของศูนย์ฯ ซึ่งคิดจากรายรับจากการขายสินค้าลบด้วยต้นทุนซื้อสินค้ามาและค่าใช้จ่ายประจำศูนย์ฯ พบว่าไม่มีศูนย์ฯ ใดเลยประสบกับการขาดทุนในช่วงที่ศึกษา พบว่ากำไรสุทธิของศูนย์ฯ แต่ละกลุ่มจะแตกต่างกันคือ กลุ่มที่ 1 ได้รับกำไรสุทธิวันละ 45 บาท หรือเดือนละ 1,350 บาท กลุ่มที่ 2 ได้กำไรสุทธิวันละ 194 บาท หรือเดือนละ 5,820 บาท และกลุ่มที่ 3 ได้รับกำไรสุทธิวันละ 296 บาท หรือเดือนละ 8,880 บาท ข้อมูลข้างต้นนี้แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจร้านค้าในหมู่บ้านเป็นธุรกิจที่พอมีกำไรและมีโอกาสที่จะได้กำไรมากขึ้น ถ้าศูนย์ฯ เจริญขึ้นมีสินค้าขายเพิ่มมากขึ้นทั้งชนิดและปริมาณ

5. ปัญหาในการดำเนินงานของศูนย์ฯ พบว่า มีปัญหาอันดับ 1 คือ ขาดแคลนเงินทุนในการซื้อสินค้ามาขาย ปัญหาอันดับ 2 คือ สินค้าที่ศูนย์ฯ ขายยังไม่มีครบตามความต้องการของสมาชิก และปัญหาอันดับที่ 3 ได้แก่ การขาดสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งศูนย์ฯ สำหรับปัญหาในการขาดสถานที่นั้น ผู้ศึกษาพบว่า ร้านค้ากลุ่มที่ 1 ไม่มีร้านค้าของตนเอง ต้องเช่าสถานที่ และสมาชิกของกลุ่มมีความประสงค์จะมีร้านค้าของกลุ่มเองเป็นเอกเทศ

ตารางที่ 3.2

จำนวนซื้อและรายได้เป็นเงินสดรายวันและรายเดือนแยกตามกลุ่มย่อย

กลุ่มย่อยที่ *	จำนวนผู้ซื้อ เฉลี่ยต่อวัน (คน)	จำนวนเงินสด ที่ซื้อเฉลี่ยต่อวัน (บาท)	จำนวนเงินสด ที่ซื้อเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)
1	30	450	13,500
2	304	1,715	51,450
3	445	3,334	100,020

ที่มา: กองวิจัยและประเมินผล กรมการโฆษณาชุมชน กระทรวงมหาดไทย "รายงานวิจัยแนวทางการพัฒนาธุรกิจการตลาดและการพัฒนาทุนของเกษตรกรไทย ศึกษาเฉพาะกรณีร้านค้ากลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต" พ.ศ. 2525, ตารางที่ 35 หน้า 34.

หมายเหตุ* ในการศึกษาที่มีผู้ศึกษาได้ศึกษาสมาชิกร้านค้ากลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตจำนวน 3 กลุ่ม: กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มที่เพิ่งสร้างฐานะร้านยังไม่มั่นคง กลุ่มที่ 2 เป็นร้านค้าที่มีฐานะปานกลางและค่อนข้างมั่นคง กลุ่มที่ 3 เป็นร้านค้าที่เจริญก้าวหน้า ฐานะมั่นคงดีมาก สำหรับหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งกลุ่มได้ใช้รายได้ของร้าน ระยะเวลาที่ตั้งและจำนวนสมาชิก

5. แนวคิดในการใช้ศูนย์ลำธิตการตลาดส่งเสริมโครงการฝึกอาชีพ

ศูนย์ลำธิตการตลาดในปัจจุบันซื้อสินค้าบริโภคและสินค้าประเภททุนจากตลาดในเมืองมาขายให้แก่สมาชิกในหมู่บ้าน และส่งมาอีกจำนวนมากหรือเกือบทั้งหมดซื้อสินค้าจากศูนย์ฯ ถ้าในอนาคตชาวชนบททุกคนครบถ้วนในหมู่บ้านที่ศูนย์ฯ ตั้งอยู่เป็นสมาชิกของศูนย์ฯ และซื้อสินค้าจากศูนย์ฯ ศูนย์ฯ จะกลายเป็นหน่วยธุรกิจที่สำคัญและเป็นเพียงหน่วยเดียวที่เป็นของชาวชนบททุกคนไว้ในหมู่บ้านนั้น ที่ทำธุรกิจซื้อขายสินค้าให้สมาชิกทั้งหมดในสภาพเช่นนี้อำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจทั้งซื้อและขายสินค้าของศูนย์ฯ ก็จะมีมากขึ้นมากนับว่า จะเป็นประโยชน์ต่อชาวชนบทที่สำคัญประการหนึ่ง

เมื่อพิจารณาสินค้าทั้งหมดที่ศูนย์ฯ ซื้อมาขายให้สมาชิกอาจแยกสินค้าเหล่านี้ ออกได้เป็น 2 ประเภท คือ สินค้าที่อาจจะมีผลิตได้ในหมู่บ้าน เนื่องจากมีวัตถุดิบการผลิตจำนวนมากในหมู่บ้านและสินค้าที่ไม่สามารถผลิตในหมู่บ้าน ต้องซื้อจากตลาดในเมืองเท่านั้น (เนื่องจากไม่มีวัตถุดิบการผลิตในหมู่บ้าน ถ้าสามารถผลิตสินค้าที่มีวัตถุดิบในหมู่บ้านได้ด้วย ต้นทุนที่ถูกกว่าการซื้อสินค้าเหล่านี้จากตลาดในเมือง แล้วนำมาขายที่ศูนย์ฯ หรือใช้ศูนย์ฯ เป็นศูนย์กลางในการขายก็จะได้ประโยชน์เพิ่มขึ้นอีกประการหนึ่ง) ยิ่งกว่านั้นถ้าทุกหมู่บ้านมีศูนย์ฯ และสามารถติดต่อซื้อขายสินค้าที่แต่ละศูนย์ฯ มีข้อได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (ผลิตได้ด้วยต้นทุนที่ถูกกว่า) ก็จะช่วยขยายตลาดสินค้าที่ผลิตในหมู่บ้านจนอาจมีปริมาณมากพอที่จะผลิต ณ จุดที่เสียต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยต่ำสุด และเพิ่มอำนาจต่อรองทางการตลาดได้มากยิ่งขึ้นไปอีก

ถ้าสามารถผลิตสินค้าที่มีวัตถุดิบในหมู่บ้านได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าการซื้อมาจาก
ในเมือง และปริมาณความต้องการสินค้าเหล่านี้ในหมู่บ้านมีมากพอ โครงการส่งเสริม
การฝึกอาชีพชาวชนบทอาจจะเปลี่ยนมาเน้นที่การผลิตสินค้าเหล่านี้ แทนการ
ส่งเสริมการผลิตสินค้าที่ต้องพึ่งตลาดในเมือง ซึ่งกำลังมีปัญหาด้านการตลาดมากในปัจจุบัน
มูลค่าสินค้าเหล่านี้ที่ศูนย์ฯ ซื้อมาจากตลาดในเมืองมีมากน้อยเพียงใดในปัจจุบัน จึงเป็น
คำถามที่จะวิเคราะห์หาคำตอบในบทต่อไป

บทที่ 4

การวิเคราะห์ธุรกิจการขายสินค้าของศูนย์สำริดการตลาด

เนื่องจากศูนย์สำริดการตลาดที่ใช้ศึกษา เป็นกรณีตัวอย่างมีจำนวนถึง 103 ศูนย์ฯ และแต่ละศูนย์ฯ ขายสินค้ามากมายหลายชนิด เพื่อสะดวกในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้แยกสินค้าทั้งหมดออกเป็น 5 หมวด คือ บัณฑิตการผลิต ยารักษาโรค เครื่องดื่ม อุปกรณ์ของใช้ในบ้านและของบริโภค ในแต่ละหมวดยังได้แยกกิจการออกเป็นสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้าน และสินค้าที่ผลิตในหมู่บ้านไม่ได้ โดยได้ใช้ความหมายของสินค้าที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้าน ดังนี้ คือ เป็นสินค้าที่ผลิตโดยใช้วัตถุดิบที่สำคัณที่ผลิตขึ้นหรือมีอยู่ในหมู่บ้าน (ในที่นี้ไม่รวมบัณฑิตแรงงาน) โดยไม่ได้คำนึงถึงว่าเทคนิคการผลิตสินค้าเหล่านี้จะยุ่งยากเกินความสามารถของชาวชนบทหรือไม่ และไม่ได้คำนึงว่าจะต้อง ใช้เงินลงทุนเท่าไร เกินความสามารถของชาวชนบทหรือไม่ แต่อย่างไรก็ตาม มีสินค้าที่ขายในหมู่บ้านที่มีวัตถุดิบในหมู่บ้าน แต่ไม่ได้รับรวมไว้ในหมวดนี้ เพราะเป็นสินค้าที่มีการผลิตมากในปัจจุบัน มีการลงทุนสูง ใช้โรงงานขนาดใหญ่ และต้องใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย สินค้าเหล่านี้ได้แก่ น้ำตาลทราย แป้งมันสำปะหลัง น้ำมันพืช เส้นไหม และวันเส้น

การแบ่งประเภทสินค้านี้ระหว่างสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านและสินค้าที่ผลิตไม่ได้ในหมู่บ้านอาจมีความผิดพลาดอยู่บ้าง กล่าวคือสินค้าบางชนิดที่ใส่ไว้ในหมวดผลิตไม่ได้ในหมู่บ้าน อาจเป็นสินค้าที่สามารถผลิตได้ในหมู่บ้าน ในขณะที่ยวกับสินค้าบางชนิดที่ใส่ไว้ในหมวดผลิตได้ในหมู่บ้าน อาจเป็นสินค้าที่ไม่สามารถผลิตได้ในหมู่บ้าน ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านความรู้เกี่ยวกับสินค้าต่าง ๆ มีวัตถุดิบหรือส่วนผสมอะไรบ้างในการผลิต และความรู้เกี่ยวกับในหมู่บ้านแต่ละท้องที่ผลิตอะไรได้บ้าง อย่างไรก็ตามผู้วิจัยเชื่อว่าข้อผิดพลาดนี้คงจะมีไม่มากนักและอาจจะชดเชยกันไป สินค้าที่ศูนย์ฯ ขายบางหมวด ได้แก่ บัณฑิตการผลิต ยารักษาโรค และเครื่องดื่ม ไม่มีสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านเลย ฉะนั้น จึงไม่ปรากฏสินค้าประเภทนี้อยู่ในหมวดเหล่านี้ รายละเอียดสินค้าแต่ละหมวดปรากฏอยู่ในภาคผนวก

การที่ธุรกิจการขายสินค้าที่ผ่านวิเคราะห์มีถึง 103 คู่ยนต์ ถ้าจะเสนอ ผลการวิเคราะห์เป็นรายคู่ยนต์ จะทำให้รายงานวิสัยนี้ยาวเกินไป ผู้วิจัยจึงเลือกวิเคราะห์ จากการหาค่าเฉลี่ยของทั้ง 103 คู่ยนต์ เปรียบเทียบกับคู่ยนต์ที่มีมูลค่าขายตลอดช่วงที่ศึกษา มากที่สุด และน้อยที่สุด ส่วนข้อมูลสินค้าที่ขายได้ในที่นี้ได้พิจารณาเฉพาะมูลค่าสินค้าที่ขายได้ เท่านั้น เพราะเป็นหน่วยเงินเดียวกัน จึงสามารถรวมกันได้ และเปรียบเทียบกันได้ ส่วนปริมาณสินค้าที่ขายได้นั้น มีหน่วยในการวัดแตกต่างกันมากมาย ไม่สามารถรวมกันได้ นอกจากนี้ยังไม่ได้ให้ความหมายอะไรในเชิงเปรียบเทียบด้วย

1. มูลค่าขายสินค้ารวมในช่วง 1 ปี

มูลค่าขายสินค้ารวมในช่วง 1 ปี ในที่นี้รับจากเดือนกรกฎาคม 2528 ถึงเดือนมิถุนายน 2529 มูลค่าขายสินค้าทุกชนิดของ 103 คู่ยนต์ มีจำนวนถึงประมาณ 21.29 ล้านบาท (ตารางที่ 4.1) เมื่อคิดเป็นมูลค่าขายสินค้าทุกชนิดเฉลี่ยต่อคู่ยนต์ จะเท่ากับ ประมาณ 0.21 ล้านบาท (ตารางที่ 4.2) สำหรับคู่ยนต์ ที่มีมูลค่าขายสินค้ารวมทุกชนิด มากที่สุด มีจำนวนถึง 1.28 ล้านบาท (ตารางที่ 4.3) และคู่ยนต์ ที่มีมูลค่าขายสินค้ารวม ทุกชนิดน้อยที่สุด ขายได้เพียงประมาณ 2 หมื่นบาท (ตารางที่ 4.4)

เมื่อพิจารณาแยกตามหมวดสินค้าจะพบว่า ในจำนวนรวม 103 คู่ยนต์ หรือโดยเฉลี่ยต่อคู่ยนต์ จะขายสินค้าที่เป็นของใช้มากที่สุด (ร้อยละ 34) รองลงมาจะเป็น ของกิน (ร้อยละ 32) และเครื่องดื่ม (ร้อยละ 20) สำหรับปัจจัยการผลิต และยารักษาโรค มีสัดส่วนค่อนข้างน้อย คือ เท่ากับร้อยละ 10 และ 4 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.1, 4.2 และรูปที่ 4.1) เมื่อเปรียบเทียบกับคู่ยนต์ที่มีมูลค่าขายมากที่สุด จะพบว่าคู่ยนต์ นี้ ขายสินค้า ที่เป็นของใช้มากที่สุด (ร้อยละ 64) รองลงมาคือของกิน (ร้อยละ 31) เช่นเดียวกัน ต่างกันที่คู่ยนต์ นี้ ขายเครื่องดื่ม ยารักษาโรค และปัจจัยการผลิต น้อยมาก (ตารางที่ 4.3) สำหรับคู่ยนต์ที่มีมูลค่าขายสินค้าน้อยที่สุด ก็นับมีสัดส่วนขายสินค้าที่เป็นของกินมากที่สุด (ร้อยละ 42) รองลงมาคือ ของใช้ (ร้อยละ 37) และเครื่องดื่ม (ร้อยละ 20) ตามลำดับ พบว่าคู่ยนต์ นี้ไม่ได้ขายปัจจัยการผลิตเลย และขายยารักษาโรคน้อยมาก (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.1

มูลค่าขายสินค้ารวม 103 ล้านบาท แยกตามประเภทสินค้าและเดือน ก.ค. 28-มิ.ย. 29

หน่วย : 1,000 บาท

ประเภทสินค้า	เดือน												รวม	
	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	มูลค่า	ร้อยละ
1. ปัจจัยการผลิต	286	162	144	125	136	136	153	138	133	152	299	247	2,111	10
2. ยารักษาโรค	64	58	60	69	72	63	64	64	67	67	73	73	794	4
3. เครื่องดื่ม	289	275	250	309	321	407	435	387	395	426	359	307	4,160	20
4. ของใช้	522	546	558	632	559	623	626	637	657	691	652	615	7,318	34
5. ของกิน	515	531	522	555	544	565	591	578	619	655	635	592	6,902	32
รวม	1,676	1,572	1,534	1,690	1,632	1,794	1,869	1,804	1,871	1,991	2,018	1,834	21,285	100

หมายเหตุ : ตัวเลขที่ขีดเส้นใต้เป็นค่าต่ำสุดและสูงที่สุด

ตารางที่ 4.2

มูลค่าขายสินค้าเฉลี่ย 103 คู่ยนต์ฯ แยกตามประเภทสินค้าและเดือน ก.ค. 28-ธ.ย.29

หน่วย : บาท

ประเภทสินค้า	เดือน												มูลค่า	ร้อยละ
	ก.ค.	ค.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.		
1. บัณฑิตการผลิต	2,772	1,576	1,401	<u>1,217</u>	1,322	1,324	1,485	1,340	1,291	1,478	<u>2,904</u>	2,399	20,509	10
2. ยารักษาโรค	617	<u>566</u>	581	675	700	615	626	622	650	647	<u>708</u>	712	7,719	4
3. เครื่องดื่ม	2,803	2,671	<u>2,427</u>	2,998	3,116	3,951	<u>4,219</u>	3,760	3,837	4,136	3,488	2,981	40,587	20
4. ของใช้	<u>5,065</u>	5,305	5,416	6,137	5,431	6,044	6,081	6,189	6,379	<u>6,707</u>	6,333	5,973	71,060	34
5. ของกิน	<u>5,003</u>	5,156	5,069	5,395	5,277	5,483	5,739	5,614	6,014	<u>6,362</u>	6,168	5,749	67,029	32
รวม	16,260	15,274	<u>14,894</u>	16,422	15,846	17,417	18,150	17,525	18,171	19,330	<u>19,501</u>	17,814	206,704	100

หมายเหตุ : ตัวเลขที่ขีดเส้นใต้เป็นค่าต่ำสุดและสูงสุด

ตารางที่ 4.3

ศูนย์สำริดที่มีมูลค่าขายสินค้ามากที่สุด จากจำนวน 103 ศูนย์ แยกตามประเภทสินค้าและเดือน ก.ค. 28-ธ.ย. 29

(บ.ถิ่น ต.บ้านถิ่น อ.โนนสัง จ.อุดรธานี)

หน่วย : บาท

ประเภทสินค้า	เดือน												รวม	
	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	เม.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	มูลค่า	ร้อยละ
1. ปัจจัยการผลิต	2,130	2,012	1,670	2,050	2,246	2,180	<u>1,326</u>	1,734	2,324	4,294	4,360	<u>7,072</u>	33,398	12.6
2. ยารักษาโรค	370	403	<u>365</u>	380	422	448	483	490	<u>505</u>	390	373	425	5,054	0.4
3. เครื่องดื่ม	1,210	1,224	<u>1,188</u>	1,233	1,237	1,253	1,268	<u>1,262</u>	1,247	1,326	<u>1,380</u>	1,329	15,157	1.2
4. ของใช้	65,618	67,460	69,549	68,841	70,419	70,487	69,238	69,850	70,136	71,096	<u>74,512</u>	<u>55,073</u>	822,279	64.4
5. ของกิน	31,907	32,004	<u>31,898</u>	33,513	33,540	33,216	33,874	34,210	33,939	33,833	<u>34,910</u>	34,868	401,712	31.4
รวม	101,235	103,103	104,670	106,017	107,864	107,584	106,189	107,546	108,151	110,939	<u>115,535</u>	<u>98,767</u>	1,277,600	100.0

หมายเหตุ : ตัวเลขที่ขีดเส้นใต้เป็นค่าต่ำสุดและสูงที่สุด

ตารางที่ 4.4

ศูนย์ล้ารียที่มีมูลค่าขายสินค้าน้อยที่ล้ดจากจำนวน 103 ศูนย์ แยกตามประเภทสินค้าและเดือน ก.ค.28-ค.ย.29

(บ.กระเทียม ต.กระเทียม อ.สังขะ จ.สุรินทร์)

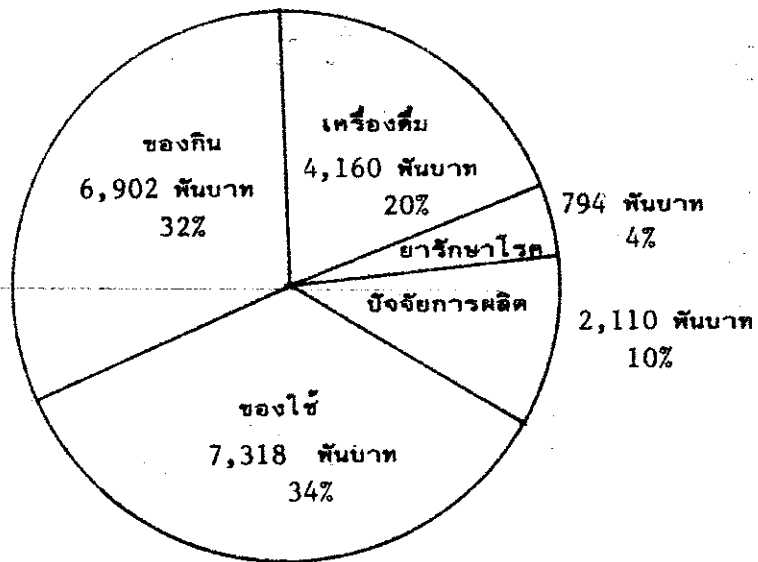
หน่วย : บาท

ประเภทสินค้า	เดือน												รวม	
	ก.ค.	ค.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	มูลค่า	ร้อยละ
1. บั้จจัการผลิด	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. ยารักขาโรค	16	8	-	24	12	20	12	-	-	-	16	32	140	1
3. เครื่องดื่ม	535	352	267	442	258	441	557	65	220	160	343	142	3,782	20
4. ของใช้	577	395	3,022	877	381	342	527	-	65	25	626	347	7,184	37
5. ของกิน	1,329	796	1,044	1,021	777	919	801	36	110	219	576	647	8,275	42
รวม	2,457	1,551	4,333	2,364	1,428	1,722	1,897	101	395	404	1,561	1,168	19,381	100

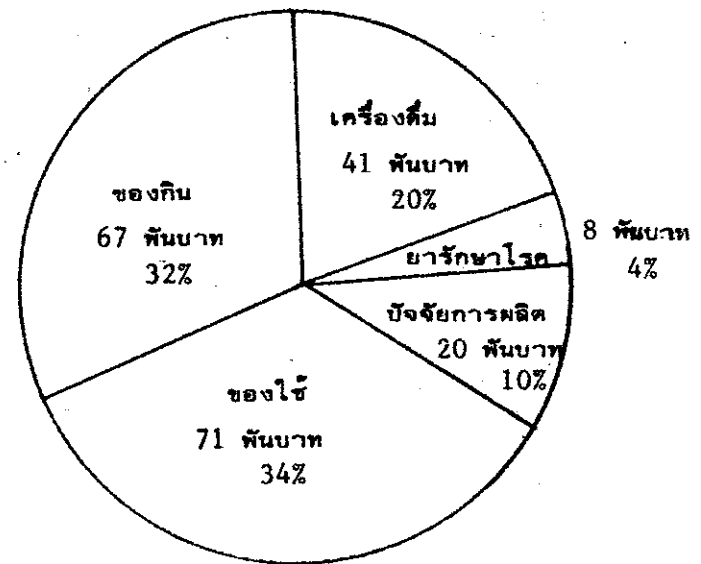
หมายเหตุ : ตัวเลขที่ขีดเส้นใต้เป็นค่าต่ำล้ดและสูงล้ด

รูปที่ 4.1
มูลค่าขายสินค้าแต่ละประเภท
ก.ค. 25-ปี.ช. 25

ก. รวม 103 ศูนย์



ข. เฉลี่ย 103 ศูนย์



พิจารณาโดยสรุป สินค้าที่ขายมากจะเป็นสินค้าจำพวกของกินของใช้ ซึ่งเป็นสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตและชาวชนบทต้องใช้แทบทุกวัน มูลค่าขายจึงมีมาก และถ้าคิดเทียบออกมา เป็นปริมาณที่ขายได้ก็จะมากด้วย เพราะสินค้าเหล่านี้ส่วนมากเป็นสินค้านำราคาถูก ทางด้านปัจจัยการผลิตที่พบว่ามีส่วนมูลค่าน้อย ทั้ง ๆ ที่สินค้าเหล่านี้มีราคาแพงนั้น สอดคล้องกับรายงานวิจัย ซึ่งจัดทำโดย กองวิจัยและประเมินผล ในปี 2525¹ ทั้งนี้อาจจะเป็นเนื่องจากผู้ขายต่าง ๆ ยังมีสินค้าประเภทขนานน้อย เพราะสินค้าเหล่านี้มีราคาแพง ต้องการเงินทุนซื้อค่อนข้างมาก แต่ผู้ขายเหล่านี้เพิ่งตั้งมาไม่นานนัก เงินทุนที่สะสมไว้อาจจะยังมีไม่มาก หรืออาจจะด้วยเหตุผลที่เกษตรกรส่วนใหญ่ ต้องซื้อเชื้อสินค้าประเภทขนานจากพ่อค้า โดยอาจจะขายผลผลิตให้เพื่อชำระหนี้

2. มูลค่าขายสินค้ารวมเป็นรายเดือน

มูลค่าขายสินค้าทุกชนิดที่ 103 ผู้ขายได้ในแต่ละเดือนจะแตกต่างกันไป โดยเฉลี่ยจะขายได้เดือนละประมาณ 1.77 ล้านบาท เดือนที่ขายได้มากที่สุดคือ พฤษภาคม ซึ่งมีมูลค่าขายถึง 2.02 ล้านบาท และเดือนกันยายนมีมูลค่าขายน้อยที่สุด เท่ากับประมาณ 1.53 ล้านบาท (ตารางที่ 4.1)

สำหรับมูลค่าขายเฉลี่ยต่อผู้ขายต่อเดือนจะเท่ากับประมาณ 17,000 บาท หรือวันละประมาณ 600 บาท (คิดวันขายตลอดทั้งปีโดยไม่มีวันหยุด) (คิดจากตารางที่ 4.2) เมื่อพิจารณาเป็นรายเดือน จะพบว่ามูลค่าสินค้าที่ขายแต่ละประเภท และรวมทุกประเภทจะไม่เท่ากัน มูลค่าขายยารักษาโรคในแต่ละเดือนค่อนข้างคงที่ ปัจจัยการผลิตมีมูลค่าขายมาก

¹ กองวิจัยและประเมินผล กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
"รายงานการวิจัย แนวทางการพัฒนาธุรกิจการตลาดและการพัฒนาทุนของเกษตรกรไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีร้านค้ากลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต", หน้า 26 - 27.

ในช่วงเดือน พฤษภาคม มิถุนายน และกรกฎาคม ซึ่งเป็นช่วงฤดูการเพาะปลูก เครื่องดื่มจะมีมูลค่าขายมากในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวผลผลิต และฤดูแล้ง (ธันวาคม - เมษายน) ซึ่งอากาศค่อนข้างร้อนและมีงานเทศกาลมาก ของกินและของใช้มีแบบแผน มูลค่าขายคล้าย ๆ กัน คือมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และมีมูลค่าขายสูงสุดในเดือนเมษายน ซึ่งเป็นเดือนที่มีงานเทศกาลมากที่สุด (ตารางที่ 4.2 และรูปที่ 4.2) ส่วนปริมาณขายรวมสินค้าทุกประเภทจะเปลี่ยนแปลงขึ้น ๆ ลง ๆ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมีมูลค่าสูงสุดในเดือนพฤษภาคม และต่ำสุดในเดือนกันยายน (ตารางที่ 4.2 และรูปที่ 4.3) การที่มูลค่าขายรวมสินค้าทุกประเภทเปลี่ยนแปลงขึ้น ๆ ลง ๆ เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงขึ้น ๆ ลง ๆ ของมูลค่าขายสินค้าแต่ละประเภท ยกเว้นหมวดยารักษาโรค และการที่มูลค่าขายรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เป็นการเพิ่มขึ้นไปตามมูลค่าขายของกินและของใช้ ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากเหตุผลดังต่อไปนี้คือ

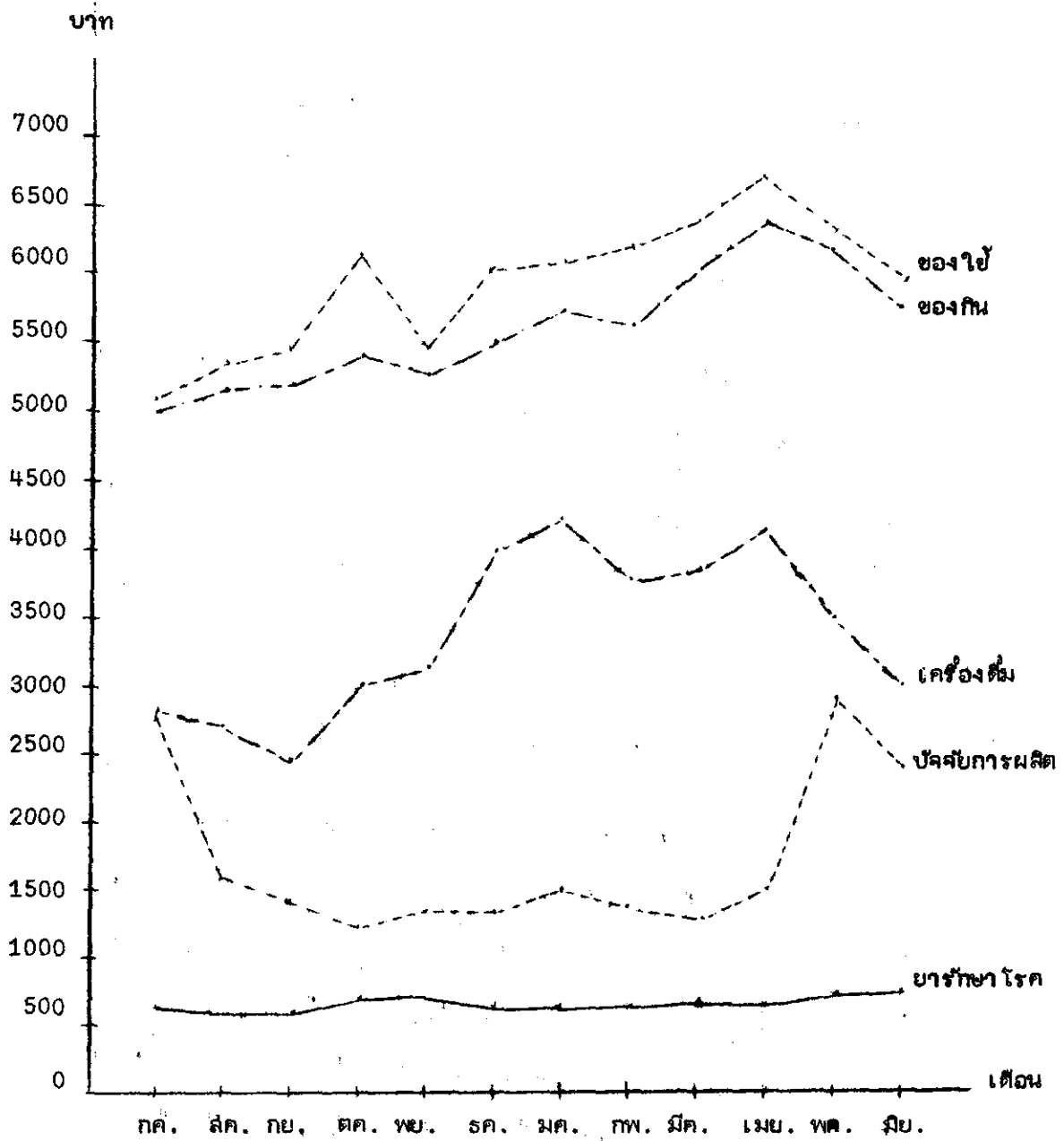
1. เมื่อต้นทุนฯ ด้งนานขึ้นอาจมีผู้สมัครเข้าเป็นสมาชิกเพิ่มขึ้น มูลค่าขายสินค้าจึงเพิ่มขึ้นตามจำนวนสมาชิก
2. เมื่อต้นทุนฯ ด้งนานขึ้น มีเงินทุนมากขึ้น และการจัดการขายต่าง ๆ ดีขึ้น อาจจะซื้อสินค้ามาขายมากขึ้นทั้งชนิดและปริมาณ สินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าจำเป็นที่สมาชิกต้องกินใช้ประจำวัน
3. เมื่อต้นทุนฯ ด้งนานขึ้น อาจเป็นที่รู้จักของชาวชนบทมากขึ้น และอาจสามารถแข่งขันกับร้านค้าในหมู่บ้านนั้นได้มากขึ้น

ต้นทุนสาริตที่มีมูลค่าขายสินค้ามากที่สุด มีมูลค่าขายเฉลี่ยต่อเดือนถึงประมาณ 106,500 บาท หรือเฉลี่ยต่อวันเท่ากับประมาณ 3,800 บาท (คิดจากตารางที่ 4.3) มูลค่าขายสินค้ารวมทุกประเภทมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และสูงสุดในเดือนพฤษภาคม เช่นเดียวกับมูลค่าขายรวมเฉลี่ยทุกต้นทุนฯ ปัจจัยการผลิตมีมูลค่าขายสูงในช่วงฤดูการเพาะปลูก คือ เดือน เมษายน - มิถุนายน มูลค่าขายยารักษาโรคไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก อยู่ในช่วงระหว่าง 365 บาท ถึง 505 บาท มูลค่าขายเครื่องดื่มแต่ละเดือนก็ไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก

รูปที่ 4.2

มูลค่าขายสินค้าเฉลี่ย 103 ศูนย์ฯ แยกตามประเภทสินค้า

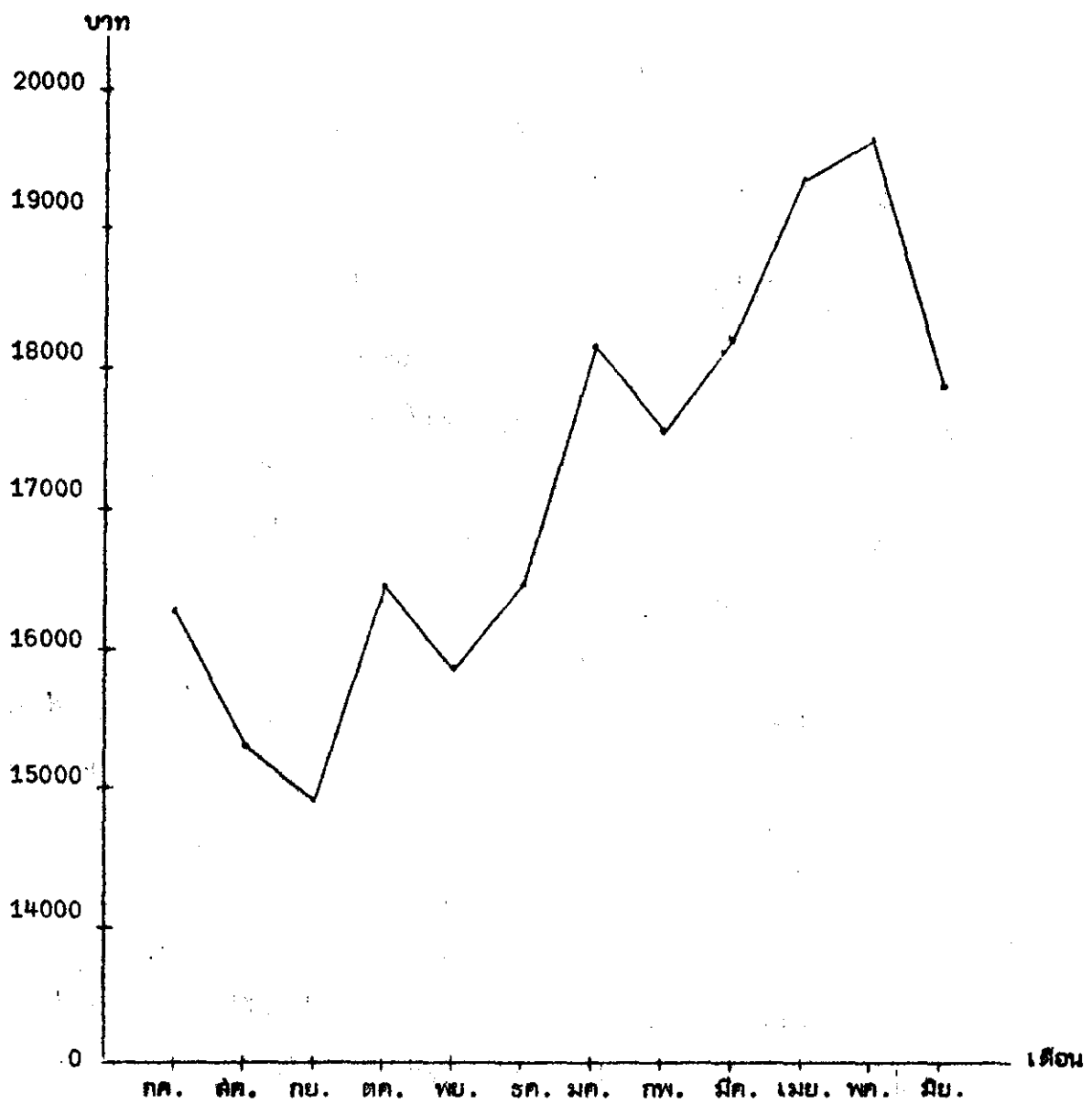
กค.28 - มิย.29



รูปที่ 4.3

มูลค่าขายสินค้าเฉลี่ย 103 ศูนย์ฯ รวมทุกประเภทสินค้า

กค.28 - มิย.29



โดยมีมูลค่าขายมากในช่วงหน้าแล้งและมีเทศกาลมากคือ เดือน เมษายน - มิถุนายน ส่วนมูลค่าขายแต่ละเดือนของของใช้และของกิน มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับมูลค่าขายเฉลี่ยของทุกหมู่บ้าน และมีมูลค่าขายสูงที่สุดในเดือนพฤษภาคม (ตารางที่ 4.3)

หมู่บ้าน ที่มีมูลค่าขายสินค้าน้อยที่สุด มีมูลค่าขายเฉลี่ยต่อเดือนเพียงประมาณ 1,600 บาท และเฉลี่ยต่อวันเท่ากับประมาณ 50 บาทเท่านั้น (คิดจากตารางที่ 4.4) ส่วนมูลค่าขายสินค้ารวมทุกประเภท และแต่ละประเภทก็เปลี่ยนแปลงขึ้นลงค่อนข้างมาก โดยไม่มีแบบแผน ทั้งนี้อาจจะเนื่องจากเป็นหมู่บ้าน ที่เพิ่งตั้งและอาจจะมีปัญหาทางด้านการศึกษา การแบบแผนการขายสินค้าของหมู่บ้าน นี้จึงไม่สามารถใช้เป็นภาพที่สะท้อนแบบแผนการขายสินค้าของหมู่บ้าน อื่น ๆ ได้

3. มูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านในช่วง 1 ปี

สินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านมี 3 ประเภทคือ ของใช้ ของกินขั้นต้น และของกินแปรรูป (ดูรายละเอียดในภาคผนวก) ของใช้ประกอบด้วย จอบ ผ้าถุง หมวกสาน ด้วยไม้ไผ่ และใบลาน ปอพาง เตาดิน เตาน้ำจิ้ม เตาท่าน และสิ้นเตา ไม้กวาดและเชือกปอ ของกินขั้นต้นมีทั้งของสดและของแห้ง จะมีขายทั้งที่เป็นกองและใส่ถุงพลาสติกแขวนขายเป็นถุง ๆ ได้แก่ หัวกระเทียม หัวหอม พริก งา พริกไทยเม็ด หมาก ใบพลู ไข่เป็ด ไข่ไก่ มะเขือเทศ มะนาว และผักต่าง ๆ ส่วนของกินแปรรูปมีมากมายถึง 46 ชนิด แบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม ที่สำคัญคือ ขนมต่าง ๆ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ ขนมที่บรรจุถุงอย่างดี มีตรา หรือบอกรับประกันผลิต ขนมพวกนี้ คุณภาพดีและราคาแพง ขนมอีกประเภทหนึ่งจะบรรจุถุงอย่างง่าย ๆ เช่น ใส่ถุงพลาสติกแล้วเอายางรัดส่วนมากจะไม่มีตราหรือไม่ได้บอกรับประกันทำ ขนมพวกนี้คุณภาพไม่ค่อยดี และราคาถูก ส่วนมากจะทำจากร้านเล็ก ๆ ในเมือง โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะขายให้กลุ่มประชาชนที่มีฐานะยากจน ฉะนั้น ขนมประเภทนี้จึงถูกส่งไปขายในหมู่บ้านชนบทเป็นจำนวนมาก หรืออาจจะกล่าวได้ว่าผู้ผลิตมุ่งผลิตเพื่อขายในหมู่บ้านในชนบทโดยเฉพาะ กลุ่มที่ 2 ได้แก่ เครื่องปรุงรสต่าง ๆ เช่น น้ำปลา ซอสพริก

ข้อสามะเขือเทศ ฮีวี ข้อสี่ตราภูเขา น้ำส้มสายชู เป็นต้น สินค้าในกลุ่มนี้ที่ขายได้มูลค่ามากที่สุด คือ น้ำปลา กลุ่มที่ 3 คือสินค้าอื่น ๆ ที่เหลือ ยาลูกปัดว่ามีมูลค่าขายมากที่สุดในกลุ่มนี้

เมื่อพิจารณามูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านรวม 103 ศูนย์ ในช่วงเวลา 1 ปี จะพบว่ามูลค่าขายสินค้ารวมทั้ง 3 ประเภทมีถึงประมาณ 1.94 ล้านบาท ในจำนวนนี้แยกออกได้เป็นของกินแปรรูปประมาณ 1.56 ล้านบาท ของกินชิ้นต้นประมาณ 0.28 ล้านบาท และของใช้ประมาณ 0.1 ล้านบาท (ตารางที่ 4.5)

สำหรับมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านรวมทั้ง 3 ประเภทในช่วงเวลา 1 ปี โดยเฉลี่ยจาก 103 ศูนย์ จะมีค่าเท่ากับ 18,788 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 9 ของมูลค่าขายสินค้าทุกประเภทในช่วงเวลาเดียวกัน (คำนวณจากตารางที่ 4.2 และ 4.6) ในจำนวนนี้แยกออกได้เป็นของกินแปรรูป เท่ากับ 15,105 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 23 ของมูลค่าขายสินค้าในหมวดของกินรวมทั้งทั้งหมด ของกินชิ้นต้นเท่ากับ 2,749 หรือคิดเป็นร้อยละ 4 ของมูลค่าขายสินค้าในหมวดนี้รวมกันทั้งหมด และของใช้เท่ากับ 934 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1 ของมูลค่าขายสินค้าในหมวดของใช้รวมกันทั้งหมด (คำนวณจากตารางที่ 4.2 และ 4.6) ข้อมูลข้างต้นนี้แสดงให้เห็นว่า ในหมู่บ้านที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านนั้น ของกินแปรรูปมีส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 80) รองลงมาคือ ของกินชิ้นต้น (ร้อยละ 15) และของใช้ (ร้อยละ 5) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.6 และรูปที่ 4.4)

ศูนย์ลำดับที่ที่มีมูลค่าขายสินค้ารวมมากที่สุด มีมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้าน เท่ากับ 17,654 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1 ของมูลค่าขายสินค้าทุกประเภทรวมกันทั้งหมด (คำนวณจากตารางที่ 4.3 และ 4.7) ในจำนวนของที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านนี้ มีของกินแปรรูปมากที่สุด ถึงร้อยละ 84 รองลงมาคือของกินชิ้นต้น (ร้อยละ 16) และไม่มีของใช้ที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านขายเลย (ตารางที่ 4.7) ส่วนศูนย์ ที่มีมูลค่าขายสินค้ารวมทุกประเภทน้อยที่สุด มีมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านเพียง 3,484 บาท เท่านั้น (คิดเป็นร้อยละ 18 ของมูลค่าขายสินค้ารวมทุกประเภท) (คำนวณจากตารางที่ 4.4 และ 4.8) ในจำนวนนี้เป็นของกินแปรรูป 2,712 หรือร้อยละ 78 ของมูลค่าขายสินค้า

ตารางที่ 4.5

มูลค่าขายสินค้าที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้านรวม 103 คุ้มๆ แยกตามประเภทสินค้าและเดือน ก.พ.- 28 มิ.ย. 29

หน่วย : 1,000 บาท

ประเภทสินค้า	เดือน												รวม	
	ก.ค.	ธ.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	มูลค่า	ร้อยละ
1. ของใช้	9	8	7	7	7	8	8	8	8	9	9	9	97	5
2. ของกินขั้นต้น	23	22	21	22	22	20	21	25	26	30	26	24	282	15
3. ของกินแปรรูป	122	124	123	124	129	130	137	127	135	139	136	131	1,557	80
รวม	154	154	151	153	158	158	166	160	169	178	171	164	1,936	100

หมายเหตุ : ตัวเลขที่ขีดเส้นใต้เป็นค่าต่ำสุดและสูงสุด

ตารางที่ 4.6

มูลค่าขายสินค้าที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้านเฉลี่ย 103 ศูนย์ฯ แยกตามประเภทสินค้าและเดือน ก.ค. 28-ธ.ย. 29

หน่วย : บาท

ประเภทสินค้า	เดือน												รวม	
	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	เม.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	มูลค่า	ร้อยละ
1. ของใช้	85	79	<u>66</u>	67	72	74	76	76	80	84	85	<u>90</u>	934	5
2. ของกินขั้นต้น	223	217	207	212	209	<u>198</u>	203	243	254	<u>289</u>	257	237	2,749	15
3. ของกินแปรรูป	<u>1,182</u>	1,202	1,195	1,204	1,251	1,261	1,326	1,234	1,306	<u>1,349</u>	1,320	1,275	15,105	80
รวม	1,490	1,498	<u>1,468</u>	1,483	1,532	1,533	1,605	1,553	1,640	<u>1,722</u>	1,662	1,602	18,788	100

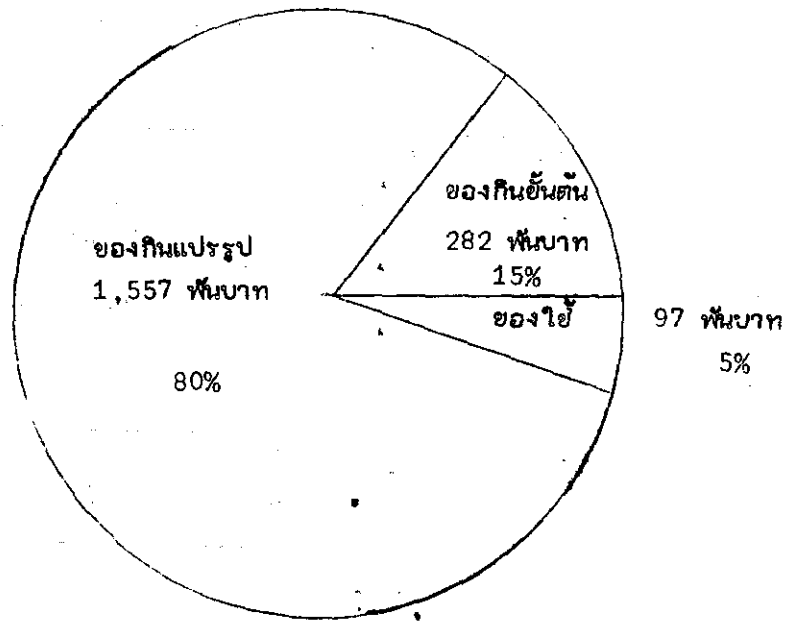
หมายเหตุ : ตัวเลขที่ขีดเส้นใต้เป็นค่าต่ำสุดและสูงสุด

รูปที่ 4.4

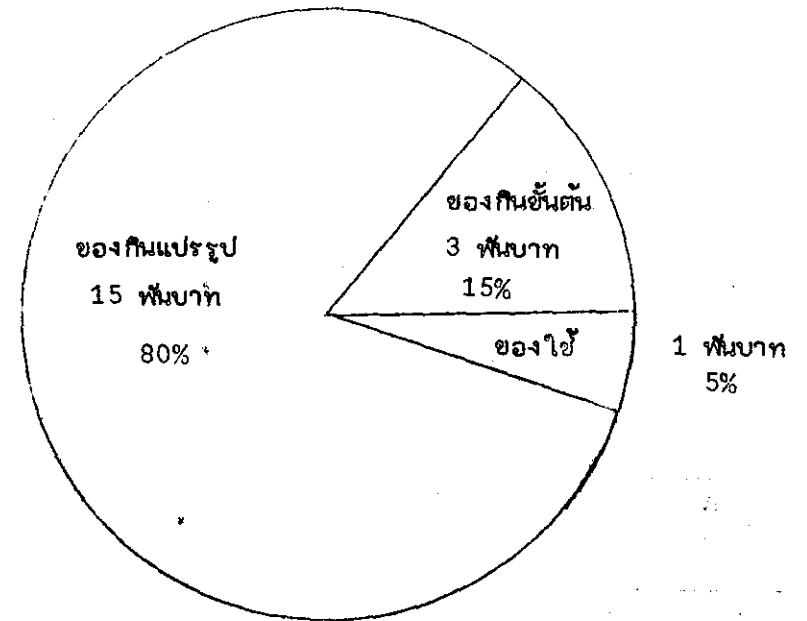
มูลค่าขายสินค้าแต่ละประเภทที่อาจจะผลิตได้ใหญ่บ้าน

ก.ค. 28-มิ.ย. 29

ก. รวม 103 ศูนย์



ข. เฉลี่ย 103 ศูนย์



ตารางที่ 4.7

มูลค่าขายสินค้าที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้าน ของศูนย์ลำริดที่มีมูลค่าขายสินค้ามากที่สุด จากจำนวน 103 ศูนย์

แยกตามประเภทสินค้าและเดือน ก.ค. 28-ธ.ย. 29

(บ.กิ่น ต.บ้านถิ่น อ.โนนสัง จ.อุดรธานี)

หน่วย : บาท

ประเภทสินค้า	เดือน												รวม	
	ก.ค.	ค.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	เม.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	มูลค่า	ร้อยละ
1. ของใช้	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. ของกินขั้นต้น	180	252	144	288	252	216	180	324	216	252	288	150	2,742	16
3. ของกินแปรรูป	1,140	1,248	1,438	1,545	1,147	1,185	1,287	1,230	1,153	1,267	1,091	1,181	14,912	84
รวม	1,320	1,500	1,582	1,833	1,399	1,401	1,467	1,554	1,369	1,519	1,379	1,331	17,654	100

หมายเหตุ : ตัวเลขที่ขีดเส้นใต้เป็นค่าต่ำสุดและสูงสุด

ตารางที่ 4.8

มูลค่าขายสินค้าที่อาจผลิตได้ในโรงงานของศูนย์สำรตการตลาดที่มีมูลค่าขายสินค้าน้อยที่สุด

จากจำนวน 103 ศูนย์ฯ แยกตามประเภทสินค้าและเดือน ก.ค.28-ธ.ย.29

(บ.กระเทียม ต.กระเทียม อ.สังขะ จ.สุรินทร์)

หน่วย : บาท

ประเภทสินค้า	เดือน												รวม	
	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	มูลค่า	ร้อยละ
1. ของใช้	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. ของกินขั้นต้น	91	94	83	95	105	103	58	-	7	-	71	65	772	22
3. ของกินแปรรูป	383	278	321	365	261	252	297	10	35	40	227	243	2,712	78
รวม	474	372	404	460	366	355	355	10	42	40	298	308	3,484	100

หมายเหตุ : ตัวเลขที่ขีดเส้นใต้เป็นค่าต่ำสุดและสูงที่สุด

ที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้านรวมกันทั้งหมด ที่เหลือเป็นของกินขั้นต้น เท่ากับ 772 บาท หรือ ร้อยละ 22 (ตารางที่ 4.8)

เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ชัดเจนขึ้นผู้วิจัยได้พิจารณาหมู่บ้าน ที่มีมูลค่าขายสินค้าที่ อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านในช่วง 1 ปี มากที่สุด และน้อยที่สุด พบว่ามูลค่าขายมากที่สุด เท่ากับ 195,701 บาท (ตารางที่ 4.9) และมูลค่าขายน้อยที่สุดเท่ากับ 330 บาท (ตารางที่ 4.10) หมู่บ้าน ที่มีมูลค่าสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านมากที่สุดนี้ ขายของกินขั้นต้น มากที่สุด (ร้อยละ 52) รองลงมาคือของกินแปรรูป (ร้อยละ 43) และของใช้ (ร้อยละ 5) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.9 และรูปที่ 4.5) ส่วนหมู่บ้าน ที่มีมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ ในหมู่บ้านน้อยที่สุด มีมูลค่าขายของกินแปรรูปอย่างเดียวเท่านั้น (ตารางที่ 4.10)

พิจารณาโดยสรุป จากการวิเคราะห์ 103 หมู่บ้าน ได้ว่า สัดส่วนของสินค้าที่ อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้าน เทียบกับสินค้าที่ขายทั้งหมดมีไม่มากนัก (ร้อยละ 9) ในจำนวนสินค้า ที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านนี้ของกินแปรรูปมีความสำคัญที่สุด และมีมากมายหลายชนิด ชนิดที่มี มูลค่าขายมาก ได้แก่ ขนมต่าง ๆ น้ำปลา และยาสูบ เป็นที่น่าสังเกตว่า ถึงแม้ว่าชาวชนบท จะมีโอกาสผลิตสินค้าเกษตรต่าง ๆ แต่ก็ไม่สามารถผลิตสินค้าทุกชนิดที่ตนต้องการบริโภค หรืออาจจะผลิตในบางช่วงเวลาเท่านั้น และต้องซื้อบริโภคในช่วงเวลาที่ตนไม่ได้ผลิต จึงปรากฏว่าสินค้าประเภทนี้ ที่แต่ละหมู่บ้าน ขายได้มีมูลค่ามากกว่ารองจากของกินแปรรูป ของกินประเภทนี้ที่พบขายในหมู่บ้านมักจะมีกรตักแต่งและบรรจุหีบห่อง่าย ๆ เช่น ใส่น้ำ พลาสติกแขวนขาย ซึ่งสะดวกต่อการที่ผู้บริโภคจะซื้อไปบริโภค สำหรับของใช้ที่อาจจะผลิต ได้ในหมู่บ้าน มีมูลค่าขายน้อยอาจจะเนื่องจากของใช้ที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านมีเพียงไม่กี่ชนิด และส่วนมากเป็นของถาวร ซื้อครั้งเดียวใช้ได้เป็นเวลานาน ความต้องการหรือความจำเป็น ที่จะซื้อไปใช้จึงมีน้อย

4. มูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านเป็นรายเดือน

เมื่อพิจารณามูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านเป็นรายเดือน จะพบว่ามูลค่าขายรวม 103 หมู่บ้าน เฉลี่ยเดือนละประมาณ 0.16 ล้านบาท โดยขายได้ มากที่สุดในเดือนเมษายน เท่ากับ 0.18 ล้านบาท และขายได้น้อยที่สุดในเดือนกันยายน

ตารางที่ 4.9

ศูนย์สำรติการตลาดที่มีมูลค่าขายสินค้าที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้านมากที่สุดจากจำนวน 103 ศูนย์

แยกตามประเภทสินค้าและเดือน ก.ค. 28-มิ.ย. 29

(บ.หนองยาง ต.บ้านยาง อ.ชุมพวง จ.นครราชสีมา)

หน่วย : บาท

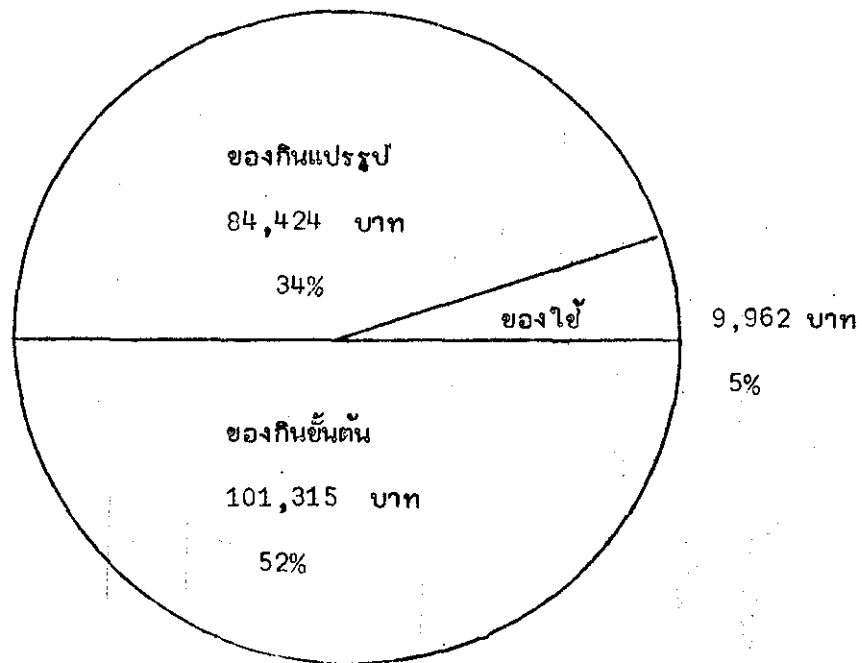
ประเภทสินค้า	เดือน											มูลค่า	ร้อยละ	
	ก.ค.	ค.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	เม.ค.	เม.ย.	พ.ย.			มิ.ย.
1. ของใช้	1,090	<u>1,110</u>	720	875	709	642	882	656	1,108	681	995	<u>494</u>	9,962	5
2. ของกินขั้นต้น	8,910	7,983	7,340	8,270	8,681	<u>7,280</u>	7,772	8,257	8,999	<u>11,779</u>	8,386	7,658	101,315	52
3. ของกินแปรรูป	6,860	6,764	6,627	6,428	<u>6,141</u>	7,646	8,281	<u>7,920</u>	6,541	7,764	6,736	6,716	84,424	43
รวม	16,860	15,857	<u>14,687</u>	15,573	15,531	15,568	16,935	16,833	16,648	<u>20,224</u>	16,117	14,868	195,701	100

หมายเหตุ : ตัวเลขที่ขีดเส้นใต้เป็นค่าต่ำสุดและสูงที่สุด

รูปที่ 4.5

มูลค่าขายสินค้าแต่ละประเภทที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านของศูนย์ฯ
ที่มีมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านมากที่สุด

ก.ค. 28-มิ.ย. 29



ตารางที่ 4.10

ศูนย์สำรึกการตลาดที่มีมูลค่าขายสินค้าที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้านน้อยที่สุด จากจำนวน 103 ศูนย์

แยกตามประเภทสินค้าและเดือน ก.ค. 28-ธ.ย. 29

(บ.เป้้า ต.เป้้า อ.ตระการฯ จ.อุบลราชธานี)

หน่วย : บาท

ประเภทสินค้า	เดือน												รวม	
	ก.ค.	ค.ค.	ท.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	ธ.ย.	มูลค่า	ร้อยละ
1. ของใช้	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. ของกินขั้นต้น	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. ของกินแปรรูป	-	-	40	40	70	40	30	20	20	20	20	30	330	100
รวม	-	-	40	40	70	40	30	20	20	20	20	30	330	100

หมายเหตุ : ตัวเลขที่ขีดเส้นใต้เป็นค่าสูงสุด

เท่ากับ 0.15 ล้านบาท (ตารางที่ 4.5) ส่วนมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านเฉลี่ย 103 คู่ยนต์ จะเท่ากับประมาณเดือนละ 1,565 บาท โดยมูลค่าขายสูงสุดในเดือนเมษายนเท่ากับ 1,722 บาท และต่ำสุดในเดือนกันยายน เท่ากับ 1,468 บาท (ตารางที่ 4.6) สำหรับมูลค่าขายสินค้าแต่ละประเภทเป็นรายเดือนพบว่ามูลค่าขายของไข่เฉลี่ย 103 คู่ยนต์ ค่อนข้างคงที่ ส่วนของกินขึ้นต้นและของกินแปรรูปมีแบบแผนคล้าย ๆ กัน คือ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยมีมูลค่าขายสูงสุดในเดือนเมษายน และมูลค่าขายเปลี่ยนแปลงขึ้น ๆ ลง ๆ บ้างในแต่ละเดือน สำหรับมูลค่าขายรวมจะเปลี่ยนแปลงไปตามมูลค่าขายของกินแปรรูป เนื่องจากของกินแปรรูปมีส่วนมูลค่าขายมากที่สุด ถึงร้อยละ 80 (ตารางที่ 4.6 และรูปที่ 4.6)

คู่ยนต์ ที่มีมูลค่าขายสินค้ามากที่สุด มีแบบแผนมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านต่างออกไปจากแบบแผนที่เป็นค่าเฉลี่ยทุกคู่ยนต์ กล่าวคือ มีมูลค่าขายของกินแปรรูปสูงสุดในเดือนตุลาคม และต่ำสุดเดือนพฤษภาคม ส่วนของกินขึ้นต้นสูงสุดในเดือนกุมภาพันธ์ ต่ำสุดในเดือนกันยายน มูลค่าขายของกินขึ้นต้นและของกินแปรรูปเปลี่ยนแปลงขึ้น ๆ ลง ๆ เช่นเดียวกับกรณีมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านเฉลี่ยของทุกคู่ยนต์ เนื่องจากของกินแปรรูปของคู่ยนต์ นี้มีส่วนสูงถึงร้อยละ 84 ฉะนั้นแบบแผนมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านรวมทุกประเภทจึงคล้ายกับแบบแผนมูลค่าขายของกินแปรรูป (ตารางที่ 4.7)

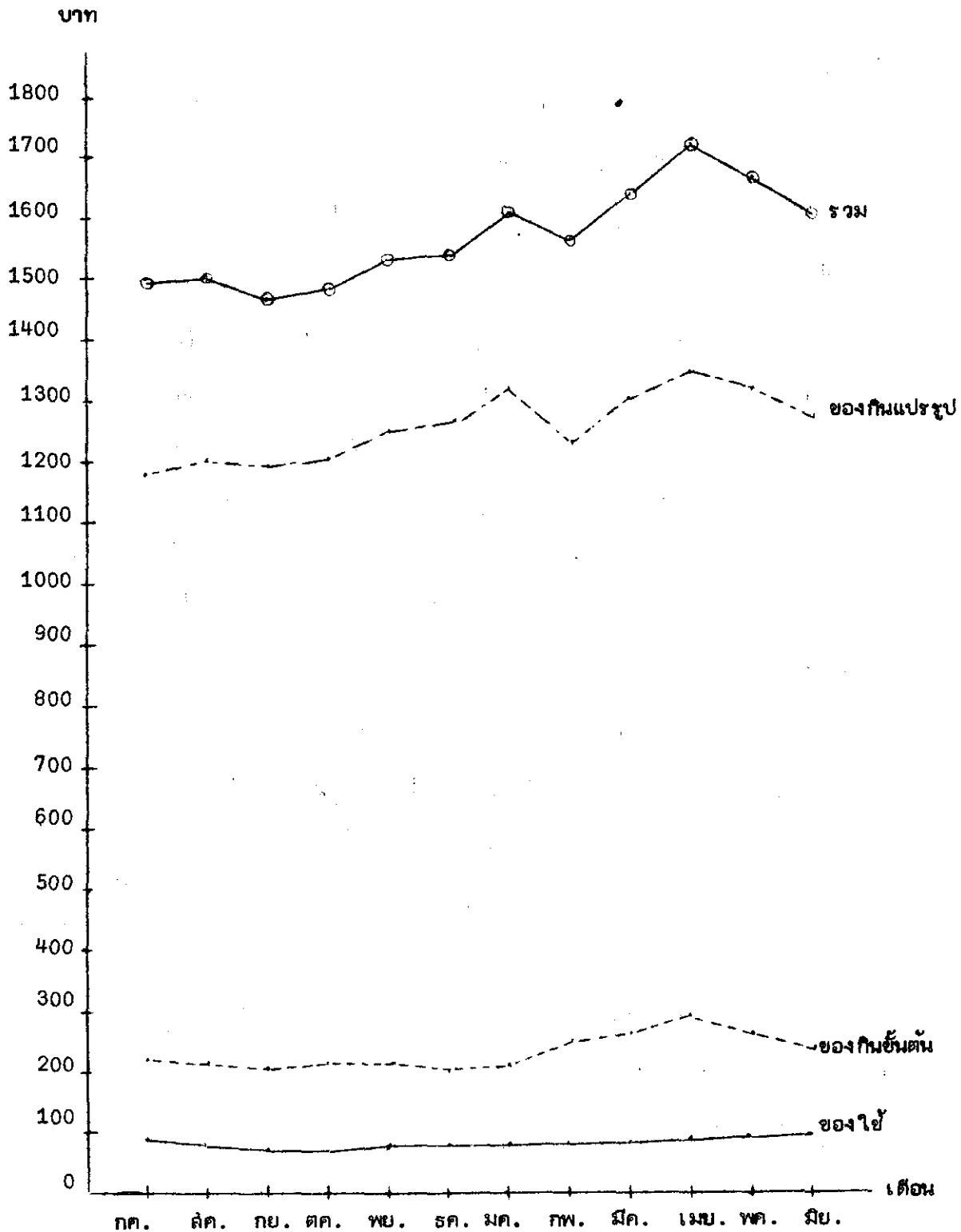
คู่ยนต์ ที่มีมูลค่าขายสินค้าทุกประเภทน้อยที่สุด มีแบบแผนมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านแตกต่างจากมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านเฉลี่ยทุกคู่ยนต์ กล่าวคือ มูลค่าขายของกินแปรรูปสูงสุดในเดือนกรกฎาคม ต่ำสุดในเดือนกุมภาพันธ์ และมีมูลค่าขายของกินขึ้นต้นสูงสุดในเดือนพฤศจิกายน ต่ำสุดในเดือนกุมภาพันธ์และเมษายน มูลค่าขายสินค้าทั้ง 2 ประเภทเปลี่ยนแปลงขึ้น ๆ ลง ๆ เช่นเดียวกัน (ตารางที่ 4.8)

คู่ยนต์ ที่มีมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านมากที่สุด มีมูลค่าขายของไข่ที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านไม่เปลี่ยนแปลงมากนักในแต่ละเดือน แต่ของกินขึ้นต้นและของกินแปรรูปค่อนข้างเปลี่ยนแปลงขึ้น ๆ ลง มาก โดยมูลค่าของกินขึ้นต้นสูงมาก และสูงสุดใน-

รูปที่ 4.6

มูลค่าขายสินค้าที่อาจจะมีผลิตได้ในหมู่บ้านเฉลี่ย 103 คุ้มบ้าน

แยกตามประเภทสินค้า กค.28 - มิย.29



เดือนเมษายน เช่นเดียวกับมูลค่าของกินขั้นต้นเฉลี่ยทุกศูนย์ ส่วนของกินแปรรูปมีมูลค่า
 สูงสุดในเดือนมกราคม และมีมูลค่าต่ำสุดในเดือนพฤศจิกายน (ตารางที่ 4.9 และรูปที่ 4.7)
 เนื่องจากของกินขั้นต้นและของกินแปรรูปมีสัดส่วนไม่แตกต่างกันมากนัก ฉะนั้นแบบแผนมูลค่า
 ขายสินค้า 2 ประเภทนี้ จึงเป็นตัวกำหนดแบบแผนมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้าน
 รวมทุกประเภทของศูนย์นี้ (ตารางที่ 4.9 และรูปที่ 4.8)

พิจารณาโดยสรุป มูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านในแต่ละเดือน
 จะเปลี่ยนแปลงขึ้น ๆ ลง ๆ โดยมูลค่าขายเฉลี่ยจาก 103 ศูนย์ จะมากที่สุดในเดือน
 เมษายน ซึ่งเป็นเดือนที่ปริมาณเทศกาลมากที่สุด สำหรับแบบแผนมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิต
 ได้ในหมู่บ้านรวมทุกประเภทจะคล้ายกับแบบแผนมูลค่าขายของกินแปรรูปที่อาจจะผลิตได้
 ในหมู่บ้าน เพราะมูลค่าขายของกินประเภทนี้มีสัดส่วนสูงสุด และสูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับ
 มูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านประเภทอื่น ๆ

5. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าขายสินค้าของศูนย์ลำริดการตลาด

วัตถุประสงค์ของการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าขายสินค้าของศูนย์
 ก็เพื่อจะดูว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลกระทบหรือสามารถใช้อธิบายการเปลี่ยนแปลงมูลค่าขาย
 สินค้าของศูนย์ และปัจจัยต่าง ๆ มีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันอย่างไร โดยได้แยกมูลค่า
 ขายสินค้าของศูนย์ออกเป็น มูลค่าขายสินค้ารวมทั้งหมด และมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้
 ในหมู่บ้าน ส่วนปัจจัยต่าง ๆ หรือตัวแปรอิสระที่นำมาวิเคราะห์ ได้แก่ จำนวนประชากร
 วัด โรงเรียน ร้านค้าเอกชน และระยะทางระหว่างศูนย์ กับตลาดในเมือง

รายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยหรือตัวแปรต่าง ๆ มีดังนี้

Y_1 = มูลค่าขายสินค้ารวมทั้งหมดของแต่ละศูนย์ (หน่วย : 1,000 บาท)

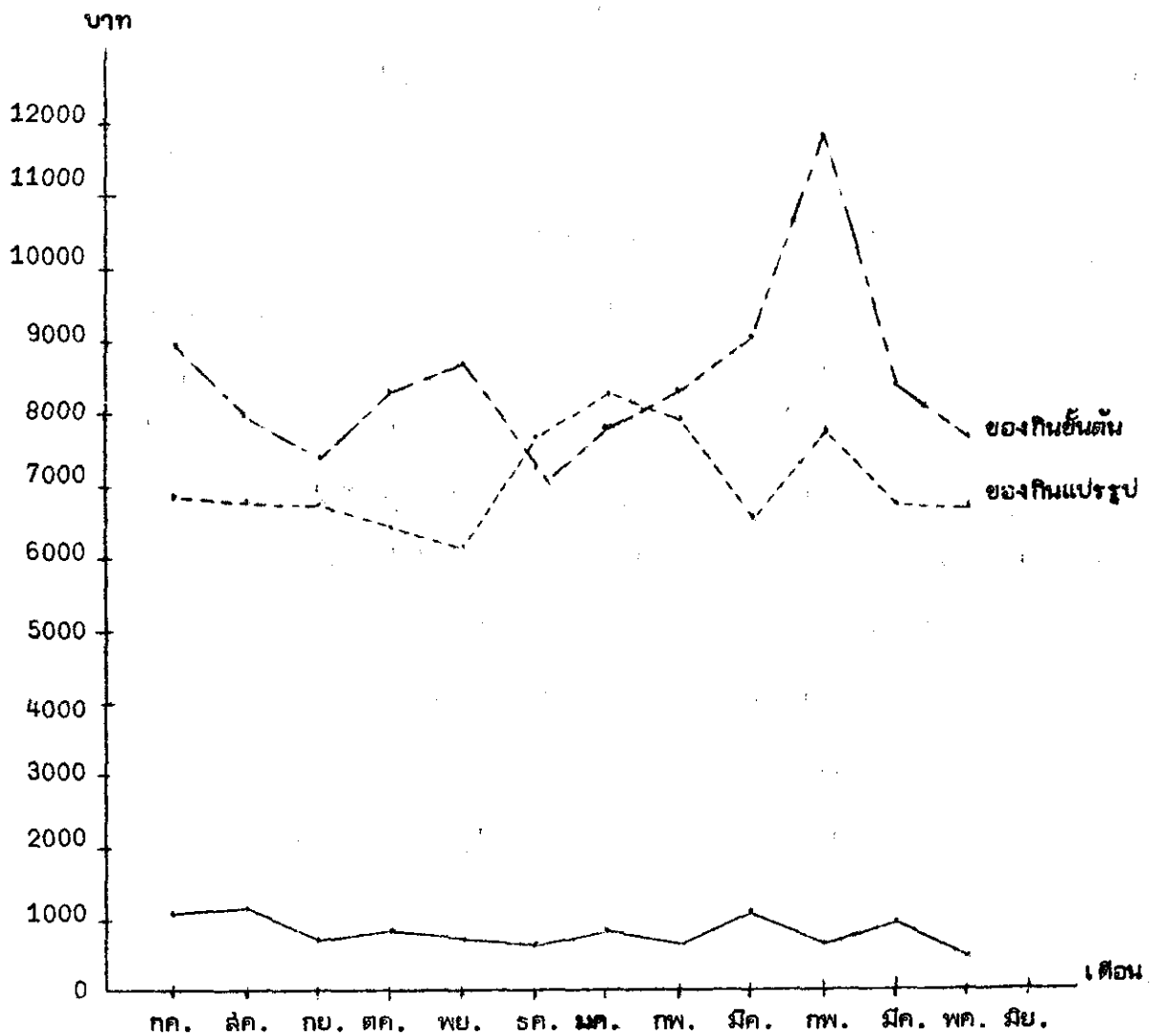
Y_2 = มูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านของแต่ละศูนย์ (หน่วย : 100 บาท)

รูปที่ 4.7

ศูนย์สำรวจการตลาดที่มีมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านมากที่สุด

แยกตามประเภทสินค้า ก.ค.28 - มิ.ย.29

(ต. บ้านยาง อ. ชุมพวง จ. นครราชสีมา)

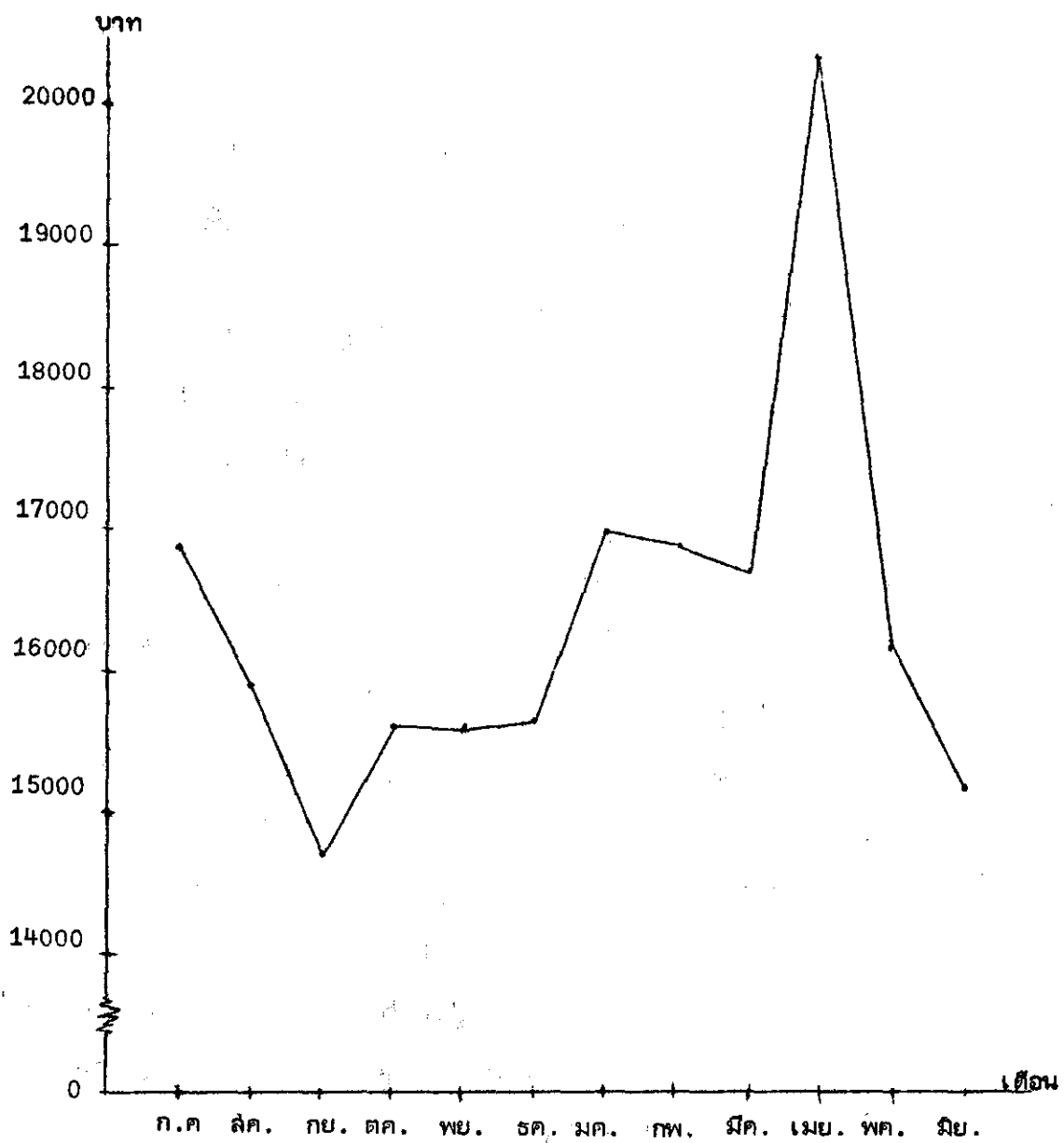


รูปที่ 4.8

ศูนย์สำรวจการตลาดที่มีมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านมากที่สุด

รวมทุกประเภทสินค้า ก.ค.28 - มิย. 29

(ต. บ้านยาง อ. ชุมพวง จ. นครราชสีมา)



- X_1 = จำนวนเด็กแรกเกิดถึงจบการศึกษาภาคบังคับในหมู่บ้านที่ศูนย์ ตั้งอยู่
เด็กในวัยนี้ชอบรับประทานขนมต่าง ๆ จะเห็นจำนวนเด็กกับมูลค่าขาย
สินค้าของศูนย์ฯ จะมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน (หน่วย: คน)
- X_2 = จำนวนประชากรตั้งแต่จบการศึกษาภาคบังคับขึ้นไปในหมู่บ้านที่ศูนย์
ตั้งอยู่ ประชากรแต่ละคนต้องบริโภคสินค้าต่าง ๆ ถ้ามีประชากรมาก
การบริโภคสินค้าต่าง ๆ จะมากขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นจำนวนประชากร
กับมูลค่าขายสินค้าของศูนย์ฯ จะมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน
(หน่วย: คน)
- X_3 จำนวนประชากรทั้งหมดในหมู่บ้านที่ศูนย์ ตั้งอยู่ ซึ่งเท่ากับ $X_1 + X_2$
และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับมูลค่าขายสินค้าของศูนย์ฯ
(หน่วย: คน)
- X_4 = ระยะทางระหว่างศูนย์ฯ กับตลาดในเมืองที่ประชาชนส่วนมากใน
หมู่บ้านนั้นไปซื้อสินค้า ถ้าหมู่บ้านยังอยู่ห่างจากตลาดมากเท่าไร
ประชาชนจะมีความลำบาก เสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการออกไปซื้อ
สินค้าที่ตลาดมากขึ้นเท่านั้น ประชาชนในหมู่บ้านนั้นจะมีความระมัดระวังและ
เสียเวลาและค่าใช้จ่ายน้อยกว่าในการซื้อสินค้าที่ศูนย์ฯ ดังนั้นระยะทาง
กับมูลค่าขายสินค้าของศูนย์ฯ จะมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน
(หน่วย: กิโลเมตร)
- X_5 = จำนวนวัดในหมู่บ้านที่ศูนย์ฯ ตั้งอยู่ โดยปกติชาวบ้านจะจัดงานต่าง ๆ
ที่วัด วัดจึงเป็นแหล่งชุมนุมชนของชาวบ้านในหมู่บ้านนั้นและจากนอก
หมู่บ้าน นอกจากนี้ชาวบ้านในหมู่บ้านที่มีวัดตั้งอยู่อาจจะตกบาตรเป็น
ประสาฎกเข้าด้วย ความต้องการซื้อสินค้าเพื่อทำบุญ หรือซื้อบริโภคเมื่อ
มาเที่ยวงานที่วัดจึงมีมากกว่าหมู่บ้านที่ไม่มีวัดตั้งอยู่ หรือมีวัดจำนวนน้อยกว่า
ดังนั้นจำนวนวัดกับมูลค่าขายสินค้าของศูนย์ฯ จะมีความสัมพันธ์ไปในทิศทาง
เดียวกัน (หน่วย: แห่ง)

X_6 = จำนวนโรงเรียนในหมู่บ้านที่ศูนย์ฯ ตั้งอยู่ โรงเรียนเป็นสถานที่ที่เด็ก
ในวัยเรียนทั้งในหมู่บ้านและจากนอกหมู่บ้านมาเรียน เด็กเหล่านี้จะชื่อ
ของต่าง ๆ โดยเฉพาะชนมกินขณะอยู่ที่โรงเรียน โดยปกติถ้ามีจำนวน
โรงเรียนมากเท่าไร จะมีจำนวนเด็กนักเรียนมากขึ้นและความต้องการ
ชื่อของต่าง ๆ จะมากขึ้นเท่านั้นด้วย จำนวนโรงเรียนกับมูลค่าขาย
สินค้าของศูนย์ฯ จึงมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน (หน่วย: โรงเรียน)

X_7 = จำนวนร้านค้าเอกชนในหมู่บ้านที่ศูนย์ฯ ตั้งอยู่ ร้านค้าเอกชนเป็นร้านที่
ขายสินค้าแข่งกับศูนย์ฯ ถ้ามีร้านค้าเอกชนจำนวนมากเท่าไร ศูนย์ฯ จะมี
ผู้ขายสินค้าแข่งมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้นจำนวนร้านค้าเอกชนกับมูลค่าขาย
สินค้าของศูนย์ฯ จึงมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกับ (หน่วย: ร้าน)

จากตัวแปรต่าง ๆ ข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาหาความสัมพันธ์ในรูปแบบการเส้นตรง

ทั้งหมด 12 สมการ คือ

$$\text{สมการที่ 1 } Y_1 = a_0 + \binom{+}{a_3} X_3 + \binom{-}{a_7} X_7 + e$$

$$\text{สมการที่ 2 } Y_1 = a_0 + \binom{+}{a_1} X_1 + \binom{+}{a_2} X_2 + \binom{-}{a_7} X_7 + e$$

$$\text{สมการที่ 3 } Y_1 = a_0 + \binom{+}{a_3} X_3 + \binom{+}{a_4} X_4 + \binom{-}{a_7} X_7 + e$$

$$\text{สมการที่ 4 } Y_1 = a_0 + \binom{+}{a_1} X_1 + \binom{+}{a_2} X_2 + \binom{+}{a_4} X_4 + \binom{-}{a_7} X_7 + e$$

$$\text{สมการที่ 5 } Y_1 = a_0 + \binom{+}{a_3} X_3 + \binom{+}{a_4} X_4 + \binom{+}{a_5} X_5 + \binom{+}{a_6} X_6 + \binom{-}{a_7} X_7 + e$$

$$\text{สมการที่ 6 } Y_1 = a_0 + \binom{+}{a_1} X_1 + \binom{+}{a_2} X_2 + \binom{+}{a_4} X_4 + \binom{+}{a_5} X_5 + \binom{+}{a_6} X_6 + \binom{-}{a_7} X_7 + e$$

$$\text{สมการที่ 7 } Y_2 = a_0 + \binom{+}{a_3} X_3 + \binom{-}{a_7} X_7 + e$$

$$\text{สมการที่ 8 } Y_2 = a_0 + \binom{+}{a_1} X_1 + \binom{+}{a_2} X_2 + \binom{-}{a_7} X_7 + e$$

$$\text{สมการที่ 9 } y_2 = a_0 + a_3^{(+)} x_3 + a_4^{(+)} x_4 + a_7^{(-)} x_7 + e$$

$$\text{สมการที่ 10 } y_2 = a_0 + a_1^{(+)} x_1 + a_2^{(+)} x_2 + a_4^{(+)} x_4 + a_7^{(-)} x_7 + e$$

$$\text{สมการที่ 11 } y_2 = a_0 + a_3^{(+)} x_3 + a_4^{(+)} x_4 + a_5^{(+)} x_5 + a_6^{(+)} x_6 + a_7^{(-)} x_7 + e$$

$$\text{สมการที่ 12 } y_2 = a_0 + a_1^{(+)} x_1 + a_2^{(+)} x_2 + a_4^{(+)} x_4 + a_5^{(+)} x_5 + a_6^{(+)} x_6 + a_7^{(-)} x_7 + e$$

โดยที่ a_i ($i = 1, 2, \dots, 7$) คือค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่จะ
คำนวณหา และ e เป็น disturbance term ส่วนเครื่องหมายในวงเล็บแสดงการ
คาดหมายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

ในการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติต่าง ๆ ของทั้ง 12 สมการ
ได้เลือกศูนย์ ที่มีข้อมูลสมบูรณ์เท่านั้น ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 93 ศูนย์ และใช้วิธีการ OLS
ผลการคำนวณพบว่าค่าสถิติของสัมประสิทธิ์ที่คำนวณขึ้นไม่อยู่ในอันที่น่าพอใจ ทั้งนี้เพราะ
ไม่สามารถปฏิเสธข้อสมมุติฐานที่ว่าตัวแปรอิสระทุกตัว ไม่สัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ
ยิ่งกว่านั้นค่า R^2 และค่า T - Statistic ยังต่ำมากอีกด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกสมการ
ที่มีผลการคำนวณค่าสถิติที่ดีที่สุดมาแสดงเป็นตัวอย่างเพียง 2 สมการ เท่านั้น คือ

$$y_1 = 142.77 + 0.41 x_1 - 0.03 x_2 + 0.63 x_4 - 23.98 x_5$$

$$(1.3861) \quad (2.1003) \quad (-0.6107) \quad (0.2076) \quad (-0.3596)$$

$$+ 70.45 x_6 - 13.02 x_7$$

$$(1.6969) \quad (-1.1643)$$

$$R^2 = 0.131726$$

$$F - \text{Statistic} = 1.213682$$

$$\begin{aligned}
 Y_2 = & 92.99 + 0.21 X_1 - .002 X_2 + 9.98 X_4 - 78.36 X_5 \\
 & (0.7265) (0.8493) (-0.0397) (2.6315) (-0.9455) \\
 & - 15.57 X_6 - 4.05 X_7 \\
 & (-0.3018) (-0.2916)
 \end{aligned}$$

$$R^2 = 0.152052$$

$$F - \text{Statistic} = 1.434540$$

ตัวเลขในวงเล็บคือค่า T - Statistic

ค่า F - Statistic ที่คำนวณได้จากสมการทั้งสองข้างต้นต่ำมากจนไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระมีค่าแตกต่างจากศูนย์ด้วยระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระเป็นรายตัวจะพบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของ X_1 ในสมการ Y_1 และของ X_4 ในสมการ Y_2 มีนัยสำคัญแตกต่างจากศูนย์ด้วยระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลทางสถิตินี้แสดงให้เห็นว่าจำนวนเด็กแรกเกิดถึงจบการศึกษาภาคบังคับ เป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดมูลค่าขายสินค้ารวมของศูนย์ฯ และระยะทางระหว่างศูนย์ฯ กับตลาดในเมือง เป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้าน

ถึงแม้ว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่เหลือของสมการทั้งสอง จะไม่แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญ แต่เครื่องหมายแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับ Y_1 และ Y_2 ส่วนใหญ่เป็นไปตามที่คาดหมายไว้ คือค่าสัมประสิทธิ์ของ X_1, X_4, X_6 และ X_7 ของสมการ Y_1 และ X_1, X_4 และ X_7 ของสมการ Y_2

สาเหตุหนึ่งที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงมูลค่าขายสินค้าของศูนย์ฯ ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปรอิสระต่าง ๆ ที่ปรากฏในสมการ 1-12 ดังกล่าวข้างต้น เนื่องจากมีประชาชนจากหมู่บ้านอื่น ๆ ซึ่งอาจจะจะเป็นหมู่บ้านที่อยู่ติดกับหมู่บ้านที่ศูนย์ฯ ตั้งอยู่ มาซื้อสินค้าที่ศูนย์ฯ ด้วย ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถทราบข้อมูลตัวแปรนี้ จึงไม่ได้รวมเข้าไว้ในสมการ

ข้อมูลนี้ยืนยันได้จากการศึกษาที่ผู้วิจัยได้พูดคุยกับกรรมการศูนย์ฯ บางคน ได้ทราบว่า มีชาวบ้าน จากหมู่บ้านอื่นมาซื้อสินค้าที่ศูนย์ฯ เพราะศูนย์ฯ ขายสินค้าถูกกว่าร้านค้าเอกชน นอกจากนี้ ศูนย์ฯ ยังมีนโยบายที่จะขายสินค้าให้ทั้งผู้ที่ เป็นสมาชิกของกลุ่มออมทรัพย์ และที่ไม่เป็น สมาชิกอีกด้วย

เท่าที่พิจารณาทั้งหมดเป็นเพียงการศึกษาว่าสินค้าที่อาจจะผลิตได้ใน หมู่บ้านมีสินค้าอะไรบ้าง มีมูลค่าขายมากน้อยเพียงใด มูลค่าขายเปลี่ยนแปลงไปมากน้อย เพียงใดในแต่ละเดือน และมูลค่าขายเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัยอะไรบ้าง แต่ถ้าจะ ส่งเสริมให้ชาวบ้านมาผลิตสินค้าเหล่านี้เพื่อขายที่ศูนย์ฯ จะมีปัญหาทั้งด้านการผลิตและการ ตลาดหรือไม่ การวิเคราะห์เพียงมูลค่าสินค้าที่ขายได้ดังกล่าวข้างต้นไม่เพียงพอสำหรับการ ตอบคำถามนี้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาการผลิตสินค้าในหมู่บ้าน โดยเน้นสินค้าที่ผู้ผลิตเคยได้รับ คำแนะนำ หรือได้รับการฝึกอบรมจากกรมการพาณิชย์ ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงปัญหาด้านการ ผลิตและการตลาด ตลอดจนความเป็นไปได้ในการส่งเสริมการผลิตสินค้าเหล่านี้ในหมู่บ้าน ผลการศึกษา เลื่อนอยู่ในบทต่อไป

การตลาดและการวิเคราะห์จุดต่อล่าหกรรมในครัวเรือน

1. แนวคิดทางด้านการตลาด

สินค้า (goods) ในทางเศรษฐศาสตร์ถือว่าเป็นสิ่งที่ให้ความพอใจหรือ
อรรถประโยชน์ (Utility) แก่ผู้บริโภค ความพอใจของผู้บริโภคในสินค้าชนิดเดียวกัน
อาจจะแตกต่างกัน บางคนพอใจมาก บางคนพอใจน้อย บางคนไม่พอใจหรือไม่ชอบเลย
เด็ก ผู้ใหญ่ คนชรา หรือผู้ขาย ผู้หญิง อาจจะมีความพอใจแตกต่างกัน นอกจากนี้ความพอใจ
ยังอาจจะเปลี่ยนแปลงไปเมื่อเวลาผ่านไป หรืออาจเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล

สินค้าที่มีขายอยู่ในท้องตลาดมีอยู่มากมายหลายชนิดที่ผู้บริโภคสามารถเลือกได้
ตามความพอใจ สินค้าบางชนิดสามารถใช้ทดแทนกันได้ เช่น ขนมยี่ห้อต่าง ๆ น้ำปลาี่ห้อ
ต่าง ๆ ผักต่าง ๆ หรือเนื้อสัตว์ต่าง ๆ โดยสินค้าบางชนิดอาจทดแทนกันได้มาก บางชนิด
อาจทดแทนกันได้น้อย สินค้าที่ทดแทนกันได้มากจะเป็นสินค้าที่ให้ความพอใจแก่ผู้บริโภคเกือบ
จะไม่แตกต่างกันเลย ในขณะที่สินค้าที่ทดแทนกันได้น้อย ความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจะ
แตกต่างกันมาก เช่น เนื้อหมูกับเนื้อวัว อาจสามารถทดแทนกันได้ดี ถ้าไม่มีเนื้อหมูผู้บริโภค
ก็บริโภคเนื้อวัวแทนได้ เสื้อที่ทอด้วยกกกับเสื้อพลาสติก ผู้บริโภคบางคนอาจไม่ชอบเสื้อ
พลาสติกเลย ชอบแต่เสื้อกก แสดงว่า เสื้อสองชนิดนี้ในความรู้สึกของบางคนสามารถทดแทน
กันได้น้อย เป็นต้น

สินค้าบางชนิดต้องใช้ประกอบกันจึงจะให้ความพอใจแก่ผู้บริโภค เช่น บางคน
ดื่มเหล้าจะต้องผสมโซดา การใช้วีวหรือควายไถนาจะต้องมีคนถือคันไถด้วย หรือมีรถยนต์
จะต้องมีน้ำมันและคนขับ จึงจะใช้ประโยชน์จากรถยนต์ได้ เป็นต้น และสินค้าบางชนิดอาจจะ
ไม่สัมพันธ์กันเลย ความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าเหล่านี้จะไม่เกี่ยวข้องกัน
เช่น การกินข้าว คงไม่เกี่ยวกับการแต่งตัว ว่าใส่เสื้อผ้าสีอะไร หรือหนังที่ใช้ไม่สัมพันธ์หรือ
ขึ้นอยู่กับเสื้อผ้าที่ใส่ เป็นต้น

เนื่องจากสินค้าต่าง ๆ อาจจะเป็นสินค้าที่บริโภคทดแทนกันได้หรือต้องใช้ประกอบกัน หรือไม่มีความสัมพันธ์กันเลย ฉะนั้น ในการผลิตสินค้าอะไรออกมาขาย และในการตั้งราคาขายจึงต้องคำนึงถึงข้อเท็จจริงเหล่านี้ ถ้าสินค้าที่เราผลิตออกมาขายมีสินค้าอื่น ๆ ใช้ทดแทนได้มาก ถ้าเราขายแพงกว่าสินค้าอื่น ๆ ที่ใช้ทดแทนได้ เราคงจะขายสินค้าไม่ได้เลย หรือสินค้าที่เราผลิตออกมาขายต้องใช้ร่วมกับสินค้าอื่น การกำหนดราคาสินค้าของเรา ก็จะต้องคำนึงถึงราคาสินค้าอื่นที่ใช้ร่วมกันด้วย แต่ถ้า เป็นสินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องกันเลย การตั้งราคาขายสินค้าของเรา ก็ทำได้อย่างอิสระมากขึ้น รายละเอียดในการตั้งราคาขายสินค้าของเรา ก็ทำได้อย่างอิสระมากขึ้น รายละเอียดในการตั้งราคานั้น จะพิจารณาในภายหลัง

การให้ได้สินค้ามาบริโภคเพื่อสนองความพอใจของผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคจะต้องแลกเปลี่ยนด้วยเงินหรือสิ่งของ คือ ใช้เงินซื้อหรือใช้สิ่งของแลกเปลี่ยน ฉะนั้นความต้องการที่จะให้ได้ของมาบริโภคนั้น นอกจากจะขึ้นอยู่กับความพอใจแล้ว ยังขึ้นอยู่กับสิ่งๆ ที่ผู้บริโภคจะต้องเสียไปเพื่อให้ได้ของนั้นมาด้วย สิ่งของบางอย่างผู้ซื้ออาจจะพอใจหรือชอบมาก แต่ผู้ซื้อไม่มีเงิน หรือสิ่งของพอที่จะนำไปซื้อหรือแลกเปลี่ยนนั้นมา ดังนั้นผู้ผลิตที่จะผลิตของออกมาขาย หรือซื้อของมาขาย จึงต้องคำนึงถึงประเด็นที่ว่าของนั้นจะขายให้ใคร คนรวย หรือคนมีฐานะปานกลาง ปกติของที่มีคุณภาพดี ต้นทุนการผลิตจะสูงราคาขายก็สูงด้วย คนที่มีฐานะดีเท่านั้นจึงจะมีปัญญาซื้อไปใช้ ส่วนของที่จะผลิตออกมาขายให้คนส่วนใหญ่ที่ยากจน ก็จะต้องผลิตของที่ราคาถูก คุณภาพไม่ดีนัก

ถ้าที่พิจารณามาทั้งหมดนี้จะเห็นได้ว่า ความต้องการของผู้บริโภคนั้นมีหลากหลายและผู้ผลิตจะผลิตสินค้าออกมาขายได้จะต้องเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคพอใจทั้งคุณภาพและราคา แต่เนื่องจากผู้ผลิตและผู้บริโภคสินค้ามักจะอยู่กับคนละที่ เช่น ผลิตสินค้าในหมู่บ้าน แต่ผู้บริโภคสินค้าอยู่ในเมือง เวลาที่ผลิตสินค้าออกมาอาจไม่ตรงกับเวลาที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ เช่น เกษตรกรทอเสื่อในช่วงหลังฤดูทำนา ในขณะที่ผู้ใช้เสื่อต้องการเสื่อตลอดทั้งปี ลักษณะสินค้าที่ผลิตออกมาอาจไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น เกษตรกรผลิตข้าวเปลือก แต่ผู้บริโภคต้องการซื้อข้าวสารไปบริโภค ความแตกต่างอย่างต้นนี้เรียกว่า เป็นจริงสำหรับสินค้าที่ผลิตออกมาขายแทบทุกชนิด ดังนั้นจึงมีผู้กำหนดที่เปลี่ยนแปลงสินค้าที่ผลิตให้ตรงกับความต้องการ

ต้องการของผู้บริโภค โดยเปลี่ยนแปลงทั้งรูปร่างลักษณะสินค้า เวลาและสถานที่ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ การทำหน้าที่นี้เรียกว่าทำ "หน้าที่การตลาด" ดังนั้นหน้าที่สำคัญทางด้านการตลาด ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 ประการ คือ การขนส่ง การแปรรูป และการตกแต่งสินค้า และการกักเก็บ

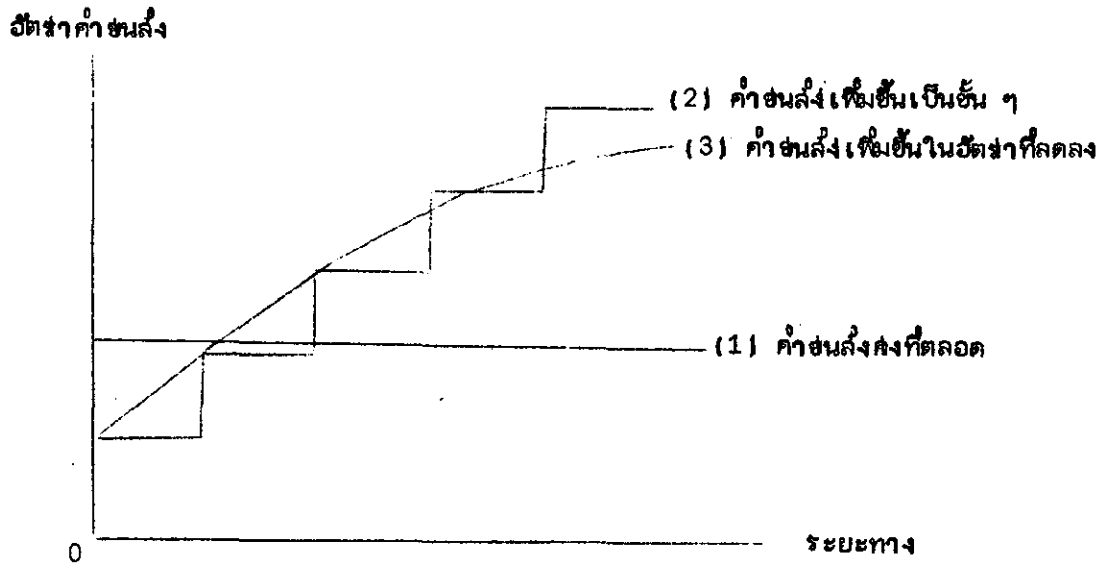
1. การขนส่ง การขนส่งเป็นการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยอาจจะเป็นการขนจากแหล่งผลิตไปยังแหล่งบริโภคโดยตรง หรือจากแหล่งผลิตไปยังโรงงานแปรรูป เมื่อแปรรูปสินค้าเสร็จแล้วจะมีการขนส่งไปยังแหล่งบริโภคอีกครั้งหนึ่ง หรือขนส่งจากแหล่งผลิตไปเก็บไว้ในโกดังที่หนึ่ง หลังจากนั้นจะมีการขนต่อจากที่เก็บไปยังแหล่งบริโภค การขนส่งจะเป็นไปในลักษณะใดดังกล่าวย่างงั้น จะขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้า ขึ้นอยู่กับสถานที่ และช่วงเวลาด้วย การขนส่งอาจทำได้หลายทางคือ การขนส่งทางบก เช่น ให้คนถือหรือแบกไปส่ง ใช้รถจักรยาน มอเตอร์ไซด์ รถยนต์บรรทุก และรถไฟ การขนส่งทางน้ำ อาจใช้เรือพาย เรือแจว หรือเรือยนต์ และทางอากาศโดยทางเครื่องบิน

ผู้ทำหน้าที่ขนส่งอาจจะเป็นผู้ผลิต ขนส่งสินค้าไปขายที่ร้านของพ่อค้า หรือผู้บริโภคเดินทางมาซื้อสินค้าจากแหล่งผลิต หรือพ่อค้ารับซื้อสินค้า ทำหน้าที่ขนส่งโดยไปซื้อสินค้าจากแหล่งผลิตและนำไปขายที่แหล่งบริโภค หรือบุคคลหรือบริษัทที่ทำหน้าที่ให้บริการทางด้านขนส่ง โดยเฉพาะในสมัยนี้แล้ว พ่อค้ารับซื้อสินค้าและบุคคลหรือบริษัทที่ทำหน้าที่ให้บริการทางด้านขนส่งจะทำหน้าที่นี้ ไม่ว่าใครจะทำหน้าที่ก็ตาม จะต้องมีการใช้จ่ายเกิดขึ้นที่เรียกว่า "ค่าขนส่ง" ซึ่งค่าขนส่งนี้อาจจะรวมค่าแรงในการขนสินค้าขึ้นพาหนะบรรทุกและขนลงด้วย โดยปกติแล้วระยะทางยิ่งไกลค่าขนส่งจะยิ่งแพงขึ้น หรือถ้าถนนไม่ดี ค่าขนส่งจะยิ่งแพงขึ้น เพราะต้องเสียเวลาขนส่งนานขึ้นหรือเสียค่าเสื่อมยานพาหนะมากขึ้น

โดยปกติแล้ว ความสัมพันธ์ระหว่างค่าขนส่งต่อหน่วยกับระยะทางอาจจะแสดงได้ 3 แบบ ดังนี้ คือ คงที่ตลอด เพิ่มขึ้นเป็นขั้น ๆ และเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง (รูปที่ 5.1

รูปที่ 5.1

อัตราค่าขนส่งประเภทต่าง ๆ



แบบที่ 1 : อัตราค่าขนส่งคงที่ตลอด การคิดค่าขนส่งประเภทนี้จะไม่

เปลี่ยนแปลงไปตามระยะทาง คือ ระยะทางจะใกล้หรือไกลเท่าไรก็ตาม ค่าขนส่งจะคิดอัตราเดียว! เช่น 100 บาทต่อตัน หรือต่อเกวียนเท่ากันตลอด การคิดค่าขนส่งในอัตราคงที่นี้จะพบในการขนส่งในช่วงระยะทางสั้น ๆ

แบบที่ 2 : อัตราค่าขนส่งเพิ่มขึ้นเป็นขั้น ๆ การคิดค่าขนส่งประเภทนี้

ในช่วงระยะทางหนึ่งจะคิดในอัตราเท่ากัน ถ้าพ้นช่วงนั้นแล้วไปอีกระยะหนึ่งก็จะคิดอีกอัตราหนึ่ง เช่น 10 กิโลเมตรแรก คิดอัตรา 100 บาทต่อตัน 10-20 กิโลเมตร คิดอัตรา 200 บาทต่อตัน และ 21-30 กิโลเมตร คิดอัตรา 300 บาทต่อตัน เป็นต้น

แบบที่ 3 : อัตราค่าขนส่งเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง การคิดค่าขนส่งประเภทนี้

อัตราค่าขนส่งจะเปลี่ยนแปลงมาก หรือเป็นการคิดแบบที่ 2 ในลักษณะที่ช่วงของระยะทางถี่มากขึ้นนั่นเอง แต่ถ้าระยะทางยิ่งไกลขึ้น ค่าขนส่งจะเพิ่มขึ้นน้อยกว่าในช่วงระยะทางไกล เช่น กิโลเมตรที่ 1 คิด 10 บาทต่อตัน กิโลเมตรที่ 2 คิด 19 บาทต่อตัน กิโลเมตรที่ 3 คิด 17 บาทต่อตัน เป็นต้น

2. การแปรรูปและตกแต่งสินค้า การแปรรูปในที่นี้หมายถึงการเปลี่ยนแปลงสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สินค้าที่ถูกแปรรูปไปแล้วจะมีรูปร่างลักษณะแตกต่างไปจากเดิม การเปลี่ยนแปลงไปนี้อาจจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสินค้าแต่ละชนิด ตัวอย่างสินค้าที่มีการแปรรูปมากเช่น การแปรรูปอ้อยเป็นน้ำตาล ข้าวเปลือกเป็นข้าวสาร ผลไม้กระป๋อง เป็นต้น สินค้าบางอย่างต้องการการแปรรูปไม่มากนัก เช่น การนำถั่วลิสงมาคั่วแล้วบรรจุถุง การนำเนื้อสัตว์มาหั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ ไข่พร้อมที่จะบริโภคได้ เป็นต้น การแปรรูปเช่นนี้ใช้เทคนิคและวิธีการง่าย ๆ และไม่ต้องลงทุนทำมากนัก สินค้าบางอย่างอาจจะไม่ต้องการแปรรูปเลย เพียงแต่ตกแต่งให้สวยงาม หรือคัดแยกประเภทให้สะดวกแก่ผู้บริโภคเท่านั้น เช่น การทำความสะอาด การคัดเลือกสินค้า นำเสียบออก การคัดแยกประเภท และการบรรจุหีบห่อขนาดที่ผู้บริโภคต้องการ เป็นต้น การตกแต่งสินค้านี้ใช้เทคนิคหรือวิธีการที่ไม่ยุ่งยากนัก และใช้เงินลงทุนทำไม่มาก

ผู้ที่ทำหน้าที่แปรรูปสินค้าและตกแต่งสินค้าโดยทั่วไปจะเป็นคนกลางหรือที่เรียกว่าพ่อค้าคนกลาง เช่น พ่อค้าโรงสี พ่อค้าผักผลไม้ พ่อค้ารับซื้อพืชไร่ เป็นต้น ผู้ผลิตสินค้าอาจจะทำหน้าที่ตกแต่งหรือแปรรูปสินค้าเอง แต่จะเป็นการแปรรูปง่าย ๆ เช่น การทำความสะอาด คัดแยกประเภทหรือบรรจุหีบห่อ เป็นต้น ผู้บริโภคสินค้าอาจจะทำหน้าที่ตกแต่งสินค้าหรือแปรรูปสินค้า เช่น ซื้อผักหรือผลไม้โดยเหมามา แล้วมาทำความสะอาดหรือแยกประเภทซื้อปลามาทั้งตัวแล้วมาทำเองหรือซื้อหมูชิ้นใหญ่ ๆ มา แล้วทำความสะอาดหั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ บรรจุถุงใส่ตู้เย็นไว้กินหลาย ๆ วัน เป็นต้น

โดยทั่วไปแล้ว เมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มมากขึ้น จะมีความต้องการสินค้าที่มีการแปรรูปมากขึ้น เช่น ซื้อปลาที่ทำการล่เสร็จเรียบร้อยแล้ว เมื่อซื้อมาแล้วอาจจะใส่หม้อต้มหรือแกงได้เลย หรือซื้อผลไม้กระป๋องเมื่อเปิดกระป๋องก็รับประทานได้เลย เป็นต้น

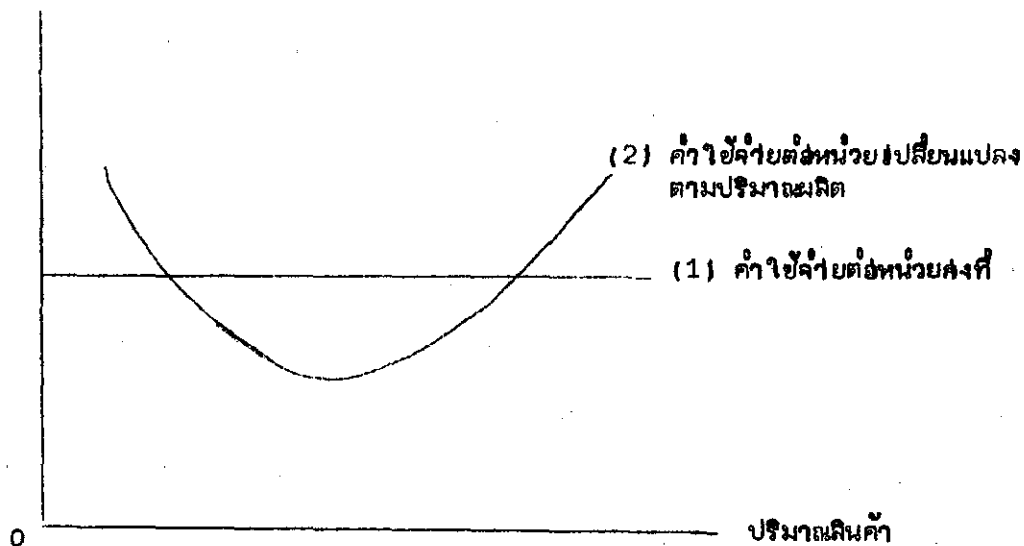
ไม่ว่าใครจะทำหน้าที่ในการแปรรูปหรือตกแต่งสินค้าก็ตาม และไม่ว่าการแปรรูปนี้จะแปรรูปไปจากเดิมมากน้อยเพียงใดก็ตาม ก็จะต้องมีค่าใช้จ่ายโดยผู้ที่ทำหน้าที่แปรรูปหรือตกแต่งสินค้า เป็นผู้จ่ายค่าใช้จ่ายต่าง ๆ สำหรับต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายต่อหน่วยสินค้า

ที่แปรรูปหรือตกแต่ตั้งจะมีความสัมพันธ์กับปริมาณสินค้าที่นำมาแปรรูปเป็น 2 ลักษณะ คือ
 ค่าใช้จ่ายคงที่ตลอดและค่าใช้จ่ายเปลี่ยนแปลงเป็นรูปตัวยู (รูปที่ 5.2)

รูปที่ 5.2

ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการแปรรูปต่อหน่วยกับปริมาณสินค้า

1 ค่าใช้จ่ายในการแปรรูปต่อหน่วย



แบบที่ 1 : ค่าใช้จ่ายในการแปรรูปหรือตกแต่ตั้งต่อหน่วยคงที่ ค่าใช้จ่าย

ในการแปรรูปต่อหน่วยประเภทนี้โดยทั่วไปจะเป็นการแปรรูปง่าย ๆ หรือเป็นการตกแต่ตั้งสินค้า เช่น การจ่ายค่าจ้างเป็นรายชิ้นในอัตราที่คงที่

แบบที่ 2 : ค่าใช้จ่ายในการแปรรูปต่อหน่วยเปลี่ยนแปลง การแปรรูปประเภท

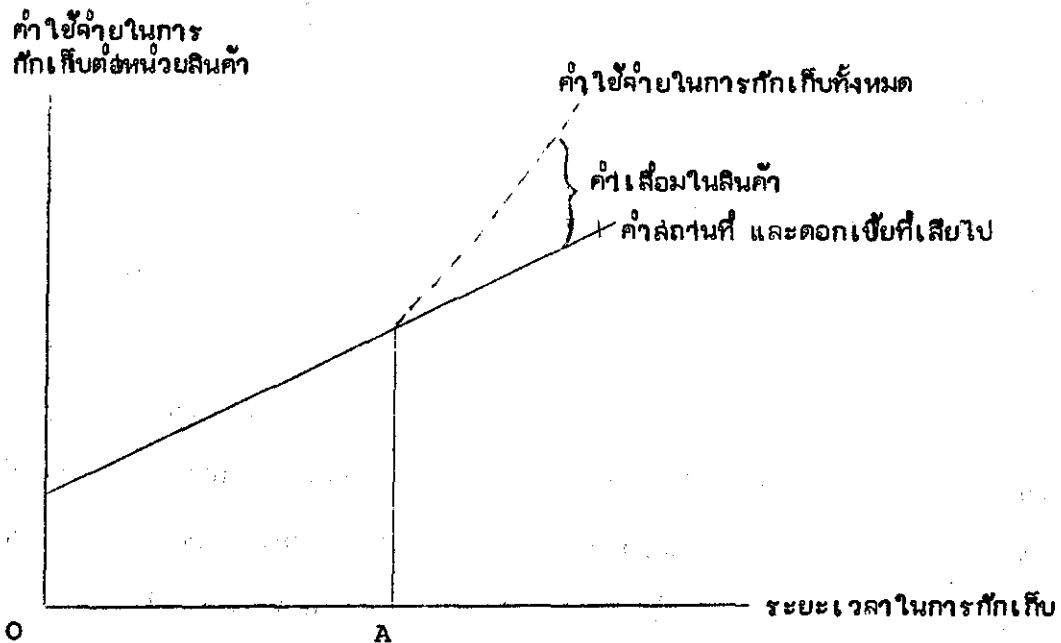
นี้ โดยทั่วไปจะเป็นการแปรรูปที่มีขอบเขตที่ยุ่งยาก มีโรงงาน และมีการลงทุนค่อนข้างสูง โดยโรงงานขนาดเล็ก ใช้เทคโนโลยีที่ใหม่ทันสมัย ค่าใช้จ่ายในการแปรรูปต่อหน่วยจะสูงกว่าโรงงานแปรรูปที่มีขนาดใหญ่กว่าที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยกว่า และมีประสิทธิภาพในการทำงานมากกว่า แต่ถ้าโรงงานมีขนาดใหญ่มากเกินไป อาจจะทำให้การควบคุมดูแลไม่ทั่วถึง ระบบการบริหารงานอาจลดประสิทธิภาพลง เป็นผลให้ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการแปรรูปเฉลี่ยต่อหน่วยเพิ่มขึ้น

3. การกักเก็บ วัตถุประสงค์ในการกักเก็บหรือเก็บรักษาสินค้าไว้มีหลายประการ คือ กักเก็บไว้เพื่อเก็งกำไร กักเก็บไว้เพื่อรอการขนส่งไปที่อื่น กักเก็บไว้เพื่อรอการแปรรูป และกักเก็บไว้เพื่อการบริโภค แต่วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดคือ การกักเก็บไว้เพื่อเก็งกำไรหรือขายเมื่อราคาสูงขึ้น หรือเมื่อปริมาณสินค้าน้อยในขณะที่มีความต้องการของผู้บริโภคมีมาก ผู้ที่จำหน่ายที่กักเก็บสินค้าอาจจะเป็นผู้ผลิต โรงงานแปรรูป พ่อค้า และผู้บริโภค แต่ส่วนใหญ่แล้ว พ่อค้าจะทำหน้าที่กักเก็บเพื่อเก็งกำไร เพราะพ่อค้ามักจะรู้ข่าวลือการเคลื่อนไหวของราคาดีกว่า

การกักเก็บสินค้าไม่ว่าใครจะเป็นผู้กักเก็บก็ตาม จะมีค่าใช้จ่ายในการกักเก็บ ซึ่งค่าใช้จ่ายนี้ประกอบด้วย ค่าสถานที่กักเก็บ ค่าเสื่อมในสินค้า และค่าดอกเบี้ย ปกติแล้วถ้ายังเก็บสินค้าไว้นานเท่าไร ค่าใช้จ่ายในการกักเก็บจะยิ่งสูงมากขึ้นเท่านั้น ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการกักเก็บสินค้าต่อหน่วยกับระยะเวลาในการกักเก็บสามารถแสดงได้ดังรูปที่ 5.3

รูปที่ 5.3

ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการกักเก็บสินค้าต่อหน่วยกับระยะเวลาในการกักเก็บ



ค่าสถานที่อาจจะเป็นค่าเช่า โกงตง หรือต้นทุนในการสร้างสถานที่เก็บจะเพิ่มขึ้นตามระยะเวลาในอัตราที่คงที่ ส่วนดอกเบี้ยที่เสียไปหมายถึง ถ้าขายสินค้าโดยไม่เก็บไว้ก็จะได้เงินมาและนำเงินนั้นไปฝากธนาคาร ก็จะได้อดอกเบี้ย ฉะนั้น ถ้าเราตัดสินใจเก็บสินค้าไว้เราก็จะไม่ได้อดอกเบี้ยนี้ หรือเราจะต้องสูญเสียดอกเบี้ยนี้ไป ดอกเบี้ยที่เสียไปนี้จะเพิ่มขึ้นตามระยะเวลาในอัตราที่คงที่เช่นเดียวกัน ค่าใช้จ่ายในการกักเก็บสินค้าอีกรายการหนึ่งคือค่าเสื่อม หรือสูญเสียสินค้า เช่น เสื่อมคุณภาพ หนู แมลง มด มอด กินเป็นต้น ปกติสินค้าที่กักเก็บไว้ในตอนต้น ๆ อาจจะยังไม่สูญเสียหรือเสื่อมคุณภาพเลย แต่เมื่อเก็บไว้นานเกินช่วงเวลาหนึ่งแล้ว จะเริ่มสูญเสียหรือเสื่อมคุณภาพ การสูญเสียหรือเสื่อมคุณภาพนี้จะเพิ่มขึ้นในอัตราที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม สินค้าต่างชนิดกันจะมีอัตราการสูญเสียหรือเสื่อมคุณภาพแตกต่างกัน และช่วงเวลาที่จะเริ่มสูญเสียหรือเสื่อมคุณภาพก็แตกต่างกันด้วย ตามรูปสมมุติให้ระยะเวลาตั้งแต่ A เป็นต้นไป สินค้าจะเริ่มสูญเสียหรือเสื่อมคุณภาพ

หน้าที่การตลาดที่สำคัญ 3 ประการ ดังกล่าวข้างต้น เป็นการเปลี่ยนแปลงลักษณะสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เก็บสินค้าไว้ขายในเวลาที่ผู้บริโภคต้องการและขนส่งสินค้าไปขายในแหล่งบริโภค แต่สินค้าบางชนิดโดยเฉพาะสินค้าที่ผลิตขึ้นใหม่ ผู้บริโภคอาจจะไม่เคยรู้จักมาก่อนเลย หรือไม่ทราบว่าสินค้านั้นมีคุณภาพดีมากน้อยแค่ไหนหรือมีคุณสมบัติอย่างไร ในกรณีเช่นนี้จึงต้องมีกิจกรรมแนะนำสินค้าให้ผู้บริโภครู้จัก ได้แก่ การโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ หรือการตลาดโดยนำสินค้าไปแนะนำกับพ่อค้าคนกลาง หรือนำพ่อค้าคนกลางมาดูสินค้าของตน สินค้าที่ผลิตออกมานานพอสมควรแล้วก็อาจมีความจำเป็นต้องมีการขยายตลาดเพื่อให้ขายสินค้าได้ปริมาณมากขึ้น เช่น การขยายตลาดไปต่างจังหวัด หรือต่างประเทศ การขยายตลาดมากขึ้นนี้จะทำให้สามารถผลิตสินค้าได้มากขึ้น และสามารถปรับปรุงการผลิตโดยอาจลดต้นทุนการผลิตได้ การแนะนำสินค้าหรือการตลาดเพื่อให้มีพ่อค้าคนกลางจำนวนมากขึ้นมาซื้อสินค้า อาจทำให้มีการแข่งขันกันมากขึ้น และอาจทำให้ขายสินค้าได้ราคาดีขึ้น การทำกิจกรรมต่าง ๆ ข้างต้นนี้อาจเรียกรวม ๆ กันว่า "การส่งเสริมการขาย" ย่อมจะมีค่าใช้จ่ายและอาจบวกรวมเข้าเป็นกิจกรรมหนึ่งของหน้าที่การตลาดก็ได้ การส่งเสริมการขายนี้อาจจะต้องทำมากตอนต้น ๆ เมื่อสินค้าติดตลาดแล้ว กิจกรรมนี้อาจจะลดลงได้ ค่าใช้จ่าย

ต่อหน่วยสินค้าก็จะลดลงด้วย การส่งเสริมการขายนั้นนอกจากผู้ผลิตจะทำแล้วในหลาย ๆ กรณี พ่อค้าคนกลางและโรงงานแปรรูปจะทำหน้าที่นี้ด้วย

2. แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า

ราคาสินค้าในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม จะกำหนดขึ้นจากการเจรจาต่อรองระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ผู้ขายสินค้าจะพยายามขายสินค้าให้ตนเองได้กำไร โดยคิดถึงต้นทุนการผลิต บวกกำไรที่ตนเองต้องการ เมื่อพ่อค้าคนกลางซื้อสินค้าไปก็จะต้องไปเสียค่าใช้จ่ายในการตลาดต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น ฉะนั้น พ่อค้าก็จะพยายามขายสินค้าให้ได้ราคาสูงกว่าค่าสินค้าที่ตนซื้อ มา บวกค่าใช้จ่ายในการตลาดและบวกกำไรที่ตนเองต้องการ ต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายในการตลาดนั้นจะมากน้อยเพียงใดจะขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการผลิตและการตลาด ผู้ผลิตที่มีประสิทธิภาพดีกว่าอาจจะผลิตสินค้าด้วยต้นทุนต่ำกว่า ในขณะที่เดียวกันพ่อค้าที่ทำหน้าที่การตลาดมีประสิทธิภาพมากกว่าก็อาจจะเสียค่าใช้จ่ายในการตลาดต่ำกว่า ทางด้านกำไรที่ผู้ผลิตและพ่อค้าคิดนั้นจะขึ้นอยู่กับอำนาจในการผูกขาดว่ามีมากน้อยเพียงใด ถ้าผู้ผลิตมีอำนาจผูกขาดผลิตสินค้าออกมาขายเพียงคนเดียว ก็อาจจะโก่งราคาเอากำไรมาก ๆ ได้ ในขณะที่เดียวกันถ้าพ่อค้าผูกขาดในการรับซื้อสินค้าก็อาจจะกดราคาซื้อ และโก่งราคาขายให้ตนเองได้กำไรมาก ๆ ได้

ทางด้านผู้บริโภคคนนั้น จะซื้อสินค้าที่มีคุณภาพที่ตนต้องการ โดยคำนึงถึงสินค้าที่สามารถบริโภคทดแทนกันได้ หรือต้องไปประกอบกับสินค้าชนิดอื่น และในราคาที่เหมาะสม เนื่องจากมีการกำหนดราคาสินค้านั้น เป็นการกำหนดจากทั้งสองฝ่าย คือ ผู้ซื้อและผู้ขาย โดยทางด้านผู้ขายจะมีอำนาจในการต่อรองกำหนดราคา มากน้อย เพียงใด จะขึ้นกับสภาพการแย่งชิงของตลาด ซึ่งการแย่งชิงนี้อาจจะเป็นการแย่งชิงระหว่างผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน และเป็นการแย่งชิงระหว่างผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าที่สามารถบริโภคทดแทนกันได้ ฉะนั้นการกำหนดราคาขายสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจึงไม่ได้กำหนดจากต้นทุนการผลิตเสมอไป และราคาที่กำหนดขึ้นมานั้นอาจต่ำกว่าต้นทุนการผลิตก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคและสภาพการแย่งชิงกันของตลาด ดังกล่าวข้างต้น

3. แบบจำลองทางการตลาด

จากแนวคิดด้านการตลาดและการกำหนดราคาสินค้าข้างต้น เราสามารถนำมาสร้างแบบจำลองทางการตลาดได้เป็น 2 กรณีคือ กรณีซื้อสินค้าจากตลาดในเมืองมาขายที่ศูนย์ล้าริตการตลาด และกรณีผลิตสินค้าในหมู่บ้านเพื่อขายในหมู่บ้าน

1. กรณีซื้อสินค้าจากตลาดในเมืองมาขายที่ศูนย์ล้าริตการตลาด ร้านค้า

ที่ขายสินค้าในตลาดในเมืองอาจจะผลิตสินค้านั้นเอง หรือรับซื้อมาจากซัพพลายเออร์หนึ่ง สินค้าที่ขายอาจจะมียหลายชนิด โดยพ่อค้าที่หน้าที่เป็นพ่อค้าขายส่งและอาจจะมีการปลีกหน้าร้านด้วย พ่อค้าที่ขายสินค้าไม่ว่าจะผลิตสินค้านั้นเอง หรือรับมาจากซัพพลายเออร์หนึ่ง จะเอากำไรจากการขายสินค้านั้นส่วนหนึ่ง และร้านค้าแต่ละร้านที่ขายสินค้าชนิดเดียวกัน อาจจะมีต้นทุนจากการขายแตกต่างกันและคิดกำไรแตกต่างกัน ฉะนั้นราคาสินค้าที่ขายจึงอาจจะแตกต่างกันอยู่บ้าง

ในที่นี้สมมติให้มีสินค้าชนิดหนึ่ง (X) ซึ่งอาจจะ เป็นน้ำปลา ราคาที่ร้านค้าในเมืองขายหน่วยละ P_X^1 บาท ซึ่งราคาในแต่ละร้านอาจจะขายไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับสภาวะการแข่งขันระหว่างร้านค้าต่าง ๆ หรืออาจจะขายราคาเท่ากันก็ได้

เมื่อศูนย์ล้าริตการตลาดมาซื้อสินค้า X ไปขายต่อก็จะต้องมีการขนส่งสินค้า X เข้าไปที่ศูนย์ล้าริตการตลาด การขนส่งนี้อาจจะทำโดยร้านค้าในเมืองขนส่งไปให้หรือศูนย์ขนส่งเอง หรือมีพ่อค้าที่หน้าให้บริการด้านการขนส่ง แต่ไม่ว่าใครจะทำหน้าที่ขนส่งก็ตาม จะต้องเสียค่าขนส่ง สมมติให้ค่าขนส่งต่อหน่วยเท่ากับ T_X บาท สินค้านี้เมื่อขนส่งมาถึงที่ศูนย์ฯ แล้วจะต้องเก็บไว้เพื่อรอการขายและต้องมีที่กักเก็บ ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายด้วย สมมติให้ค่าใช้จ่ายส่วนนี้เท่ากับหน่วยละ S_X บาท และศูนย์ฯ คงต้องคิดกำไรจากการขายสินค้านี้ด้วย สมมติคิดกำไรหน่วยละ π_X บาท

ดังนั้นถ้าตั้งราคาขายสินค้า X ที่ศูนย์ฯ จากราคาสินค้า X ที่ซื้อมาจาก
 ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ บวกกำไรที่ต้องการ ราคาที่ตั้ง (P_X^2) จะเท่ากับ $P_X^1 + T_X + S_X + \pi_X$ บาท

ราคา p_X^2 ซึ่งตั้งขึ้นนี้อาจจะเป็นราคาที่ทำให้สามารถขายสินค้า X ได้มาก น้อย หรือขายไม่ได้เลยก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขการแข่งขันกับร้านค้าอื่น ๆ ในหมู่บ้านด้วย ถ้าในหมู่บ้านไม่มีร้านค้าอื่นเลยนอกจากศูนย์ฯ ราคา p_X^2 นี้จะขายได้เพราะผู้บริโภคไม่มีร้านค้าอื่นในหมู่บ้านให้เลือก แต่ถ้าคนในหมู่บ้านนี้สามารถซื้อสินค้านี้ในเมืองหรือหมู่บ้านอื่นบวกค่าเดินทางไปซื้อและขนส่งสินค้ากลับมาได้ถูกกว่าแล้ว ก็จะไม่มีการซื้อสินค้า X ที่ศูนย์ฯ หรือกรณีที่มีร้านค้าอื่น ๆ ในหมู่บ้าน และร้านค้าเหล่านั้นขายสินค้า X ในราคาต่ำกว่าศูนย์ฯ ก็จะต้องขายสินค้า X ในราคาเท่ากับหรือต่ำกว่าราคาที่ร้านค้าอื่น ๆ ขาย ฉะนั้นศูนย์ฯ จะขายสินค้า X ไม่ได้เลยเช่นกัน

จะเห็นได้ว่าการซื้อสินค้าเข้ามาขายในหมู่บ้านนั้น มีปัจจัยหลายอย่างที่จะต้องพิจารณาในการตั้งราคาขาย ไม่สามารถจะตั้งได้โดยอิสระ และปัจจัยแต่ละตัวก็อาจจะเปลี่ยนแปลงได้บ้าง เช่น ราคาสินค้าที่ซื้อ (p_X^1) อาจลดลงได้ ถ้าผู้ขายสินค้าในเมืองแข่งขันกัน หรือถ้าศูนย์ฯ หลาย ๆ ศูนย์ฯ รวมกันซื้อจะทำให้มีอำนาจต่อรองมากขึ้น ค่าขนส่ง (T_X) อาจลดลงได้ ถ้าขนส่งครั้งละมาก ๆ หรือผู้ซื้อรวมกันหลาย ๆ ศูนย์ฯ ทำให้มีอำนาจต่อรอง หรือถ้ามีสินค้าที่ซื้อขายมาก ๆ เป็นประจำก็อาจจะมีการหามาขายเอง สำหรับค่าใช้จ่ายในการขายก็อาจจะลดลงได้ ถ้าสามารถจัดร้านให้เหมาะสม สินค้าไม่ค้างอยู่ในสต็อกนานเกินไป หรือไม่มีสินค้าที่ชำรุดเสียหายหรือเสื่อมคุณภาพ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นถ้าเราสามารถลดลงได้มากเท่าไร จะทำให้สามารถขายสินค้าได้ในราคาถูกลง จะช่วยให้สามารถแข่งขันกับร้านค้าอื่น ๆ ในหมู่บ้านได้มากขึ้น หรือได้กำไรมากขึ้น

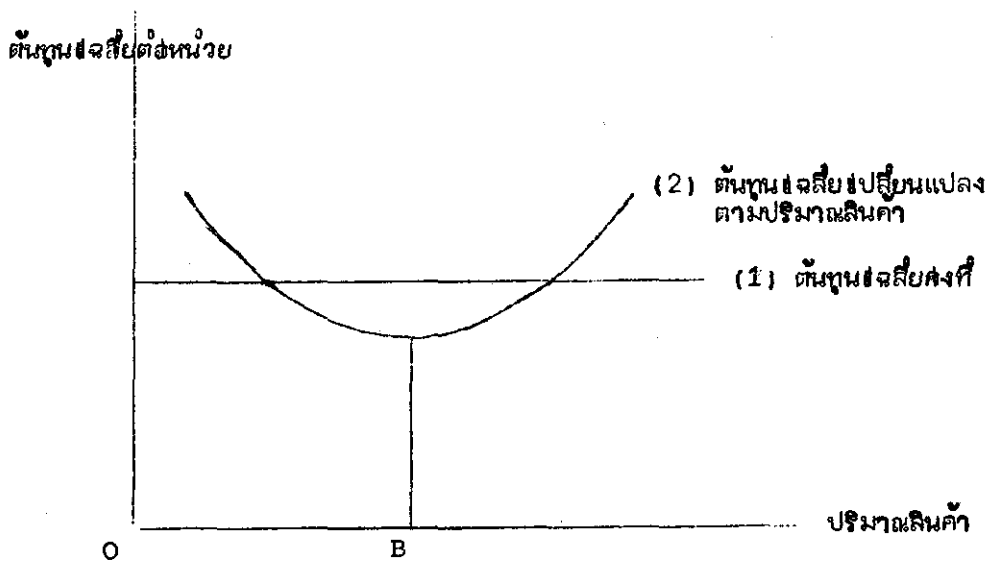
2. กรณีผลิตสินค้าในหมู่บ้านเพื่อขายในหมู่บ้าน การตั้งราคาสินค้าที่ผลิตในหมู่บ้านเพื่อขายในหมู่บ้าน แยกพิจารณาได้ 2 กรณี คือ

ก. สินค้าที่ผลิตไม่มีสินค้าอื่นทดแทนได้ หรือทดแทนได้น้อย ถ้าสินค้าที่ผลิตในหมู่บ้านที่เป็นสินค้าใหม่ ๆ ที่ยังไม่มีใครผลิตมาก่อน หรือเป็นสินค้าที่มีสินค้าบริโภคทดแทนได้น้อยหรือไม่ได้เลย ผู้ผลิตสินค้านี้จะมีอำนาจในการตั้งราคาขายสินค้ามาก โดยการตั้งราคาอาจจะกำหนดจากต้นทุนการผลิตสินค้านั้น เฉลี่ยหน่วยละเท่าไร เช่น ผลิตสินค้า Y ต้นทุนเฉลี่ยเท่ากับ C_Y บาท บวกกำไรที่ต้องการต่อหน่วย (π_Y) ก็จะเป็นราคาขาย

ที่ไหลลงผลิต ซึ่งเท่ากับ $C_Y + P_Y$ ต้นทุนเฉลี่ย (C_Y) นี้ โดยปกติจะเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณสินค้าที่ผลิต ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ได้ดังรูปที่ 5.4

รูปที่ 5.4

ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยกับปริมาณการผลิต



ต้นทุนเฉลี่ยคงที่ (1) เป็นกรณีที่ไม่่ว่าจะผลิตสินค้ามากน้อยเท่าไรก็ตาม ไม่ได้ทำให้ประสิทธิภาพเปลี่ยนแปลง ไม่เกิดการประหยัดจากการผลิตมาก ๆ หรือไม่เกิดการต่อประสิทธิภาพเมื่อผลิตมาก ๆ ต้นทุนจึงไม่เปลี่ยนแปลง การผลิตสินค้าประเภทนี้จะใช้เทคโนโลยีง่าย ๆ เช่น การล้างจานเสื่อ หรือกระต๊อบข้าว โดยจ่ายค่าจ้างเป็นรายชิ้น ๆ ละเท่า ๆ กัน สำหรับต้นทุนเฉลี่ยที่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต แบบที่ 2 จะพบมากในการผลิตสินค้าโดยทั่วไป ณ ปริมาณการผลิตน้อย ๆ อาจจะใช้ปัจจัยบางอย่างได้ไม่เต็มที่ โดยเฉพาะปัจจัยคงที่ เช่น เครื่องจักร เครื่องมือ แม้แต่โรงงานก็อาจจะใช้เพียงบางส่วน ทำให้ผลผลิตออกมาน้อย ในขณะที่ต้นทุนมากเมื่อเฉลี่ยออกมาจึงค่อนข้างมาก แต่เมื่อเพิ่ม

ปริมาณการผลิตมากขึ้นเรื่อย ๆ ประสิทธิภาพการใช้ปัจจัยจะเพิ่มขึ้น ผลผลิตจะเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่ต้นทุนเพิ่มน้อยกว่าต้นทุนเฉลี่ย ซึ่งค่อย ๆ ลดลงจนถึงจุดต่ำสุดที่ B หลังจากนั้น ถ้าเพิ่มปริมาณการผลิตเข้าไปอีก โดยอาจเพิ่มแรงงานหรือวัตถุดิบ แต่โรงงานและเครื่องจักร เครื่องมือคงเดิม อาจทำให้เกิดการคับแคบ เครื่องจักร เครื่องมือเสียเพราะใช้งานมากเกินไป การจัดการอาจจะยุ่งยากต่อประสิทธิภาพลง ทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นมาไม่มาก ในขณะที่ต้นทุนรวมเพิ่มขึ้นมาก เมื่อคิดเป็นต้นทุนเฉลี่ยซึ่งเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ถ้ายังเพิ่มปริมาณการผลิตมากขึ้นเรื่อย ๆ จะเห็นได้ว่า ถ้าต้นทุนการผลิตเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิตตามแบบที่ 2 นี้ การตัดสินใจเลือกปริมาณการผลิตที่เหมาะสมจึงนับว่าสำคัญมากและจะสัมพันธ์กับราคาขายและกำไรที่ผู้ผลิตได้รับด้วย

สำหรับกำไรต่อหน่วยที่ผู้ผลิตบวกเข้าไปกับต้นทุนนั้น จะบวกได้มากขึ้นเพียงใด จะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ถ้าผู้ผลิตมีรายเดียว หรือหลายราย แต่รวมกันผลิตหรือรวมกันขายก็จะทำให้มีอำนาจต่อรองมากขึ้น โดยเฉพาะถ้าผู้ซื้อมีหลายรายและแข่งขันกันซื้อ แต่ถ้าผู้ซื้อรวมกันซื้อด้วยอำนาจต่อรองก็จะลดลง นอกจากนี้ราคาสินค้า (Y) ที่ขายจะยิ่งต้องเพิ่มมากขึ้น ถ้ายิ่งขยายตลาดออกไปมากขึ้น โดยจะต้องบวกค่าขนส่งระหว่างแหล่งผลิตไปยังแหล่งขายที่หมู่บ้านอื่น ๆ และอาจต้องบวกค่าเก็บและคำสั่งเสริมการขาย

โดยทั่วไป ถ้าราคาสินค้ายิ่งสูงขึ้น ผู้บริโภคจะยิ่งพิถีพิถันในด้านคุณภาพของสินค้ามากขึ้น และจะคิดถึงรายได้ของตนเองมากขึ้น ถึงแม้ว่าคุณภาพสินค้าจะดีแต่ถ้าราคาสูงมากเกินไปผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยจะสามารถซื้อได้ ผู้มีรายได้น้อยก็จะไม่ซื้อสินค้านี้ สินค้านี้อาจจะขายได้เฉพาะในหมู่คนที่มียาขายได้สูงเท่านั้น ซึ่งถ้าบุคคลกลุ่มนี้มีจำนวนน้อย ตลาดสินค้านี้ก็จะแคบไปมาก ฉะนั้นอาจกล่าวได้ว่า ถึงแม้ว่าผู้ผลิตจะมีอำนาจผูกขาดในการผลิต แต่ผู้ผลิตก็ต้องคำนึงถึงรายได้ของผู้บริโภคคือ จะผลิตขายให้ผู้บริโภคกลุ่มไหน ซึ่งจะสัมพันธ์กับต้นทุนและคุณภาพสินค้าที่ผลิตออกมาด้วย

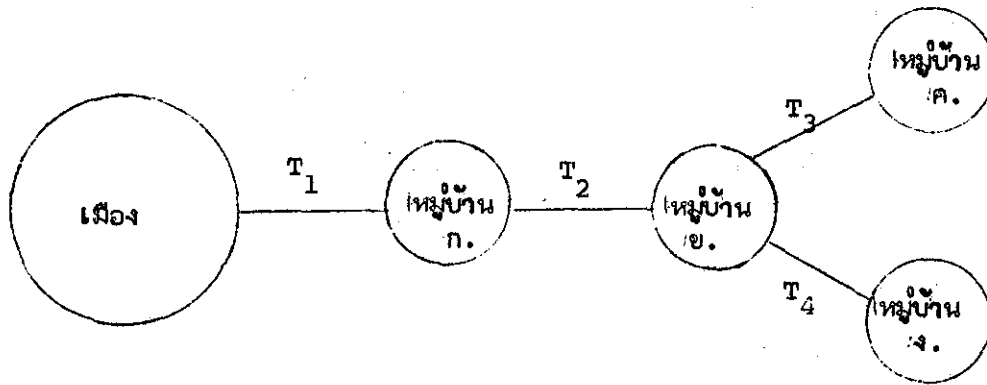
ข. สินค้าที่ผลิตมีสินค้าอื่นทดแทนได้ สินค้าที่ซื้อมาจากนอกหมู่บ้านเพื่อมาขายในหมู่บ้านบางชนิด อาจจะมีผลิตในหมู่บ้านได้ เพราะมีวัตถุดิบอยู่ในหมู่บ้าน ถ้าจะผลิตสินค้าเหล่านี้ในหมู่บ้านจะตั้งราคาขายสินค้าเหล่านี้ได้อย่างไร ในที่นี้จะสมมติให้เป็นการผลิตสินค้า X โดยมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยต่อหน่วยเท่ากับ C_x บาท ถ้าต้องการกำไรจากการขายสินค้านี้ ที่แหล่งผลิตเท่ากับ η_x^2 บาท จะต้องตั้งราคาขายที่ศูนย์เท่ากับ $C_x + \eta_x^2$ บาท ถ้าสินค้านี้ที่ผลิตในเมืองและนำมาขายที่ศูนย์ หรือร้านค้าอื่น ๆ ในหมู่บ้านในราคา P_x^2 บาท ในกรณีเช่นนี้สินค้า X ที่ผลิตได้ในหมู่บ้านจะขายได้ก็ต่อเมื่อ $C_x + \eta_x^2 \leq P_x^2$ โดยมีสมมุติฐานว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพเหมือนกันทุกประการ ! แต่ถ้าคุณภาพด้อยกว่ามากเท่าไร ก็จะต้องขายในราคาต่ำกว่า P_x^2 มากขึ้นเท่านั้น หรือถ้าคุณภาพดีกว่าก็อาจจะขายในราคาสูงกว่าได้ โดยมีข้อแม้ว่าผู้ซื้อจะต้องทราบว่าคุณภาพดีกว่าจริง ๆ อย่างไม่รู้ก็ตาม ถ้าคุณภาพดีกว่ามาก ๆ ต้นทุนการผลิตจะต้องสูงด้วย ถึงแม้ราคาที่ขายจะไม่แพงเมื่อเทียบกับคุณภาพ แต่สินค้า X อาจจะไม่ขายได้ เพราะราคาอาจจะสูงเกินกว่าฐานะของผู้ซื้อในหมู่บ้านที่จะซื้อได้

ในกรณีที่จะขยายตลาดจากหมู่บ้านที่เป็นแหล่งผลิตสินค้า X ไปหมู่บ้านอื่น ๆ ราคาสินค้าที่ขายในหมู่บ้านอื่น ๆ จะเปลี่ยนไป และข้อได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขันกับสินค้าที่ผลิตในเมืองจะเปลี่ยนไปด้วย เพื่อให้ง่ายแก่การวิเคราะห์ในที่นี้จะสมมุติว่า

- (1) สินค้า X สามารถผลิตได้ในหมู่บ้าน และมีต้นทุนเฉลี่ยเท่ากับ C_x บาท
- (2) ราคาขายสิ่งสินค้า X ในเมืองเท่ากับ P_x บาท
- (3) มีแต่ค่าขนส่งสินค้าระหว่างหมู่บ้านเท่านั้นไม่มีค่าเก็บเก็บ ค่าแปรรูป และค่าส่งเสริมการขาย
- (4) จุดที่ตั้งหมู่บ้านและเส้นทางคมนาคมเป็นดังรูปที่ 5.5 และค่าขนส่งต่อหน่วยสินค้าระหว่างหมู่บ้าน คือ T_1, T_2, T_3 และ T_4

รูปที่ 5.5

เส้นทางคมนาคมระหว่างหมู่บ้านกับเมือง



ถ้ากำหนดให้หมู่บ้าน ข. เป็นหมู่บ้านที่ผลิตสินค้า X ผู้ผลิตที่หมู่บ้าน ข. จะได้เปรียบสินค้า X จากในเมือง ในการส่งไปขายที่หมู่บ้าน ค. และ ง. ซึ่งเสียค่าขนส่งต่อหน่วยเท่ากับ T_3 และ T_4 ตามลำดับ ในขณะที่การขนส่งสินค้า X จากเมือง ไปหมู่บ้าน ค. และ ง. จะเสียค่าขนส่งเท่ากับ $T_1 + T_2 + T_3$ และ $T_1 + T_2 + T_4$ ตามลำดับ ส่วนสินค้าที่ส่งไปขายที่หมู่บ้าน ก. นั้น สินค้าที่ผลิต ที่หมู่บ้าน ข. กับในเมืองที่ไหน จะได้เปรียบในด้านการขนส่งมากกว่ากัน จะขึ้นอยู่กับค่าขนส่ง T_1 และ T_2 ถ้า $T_2 < T_1$ สินค้า X ที่ผลิตที่หมู่บ้าน ข. จะได้เปรียบกว่าที่ผลิตจากในเมือง แต่ถ้า $T_2 > T_1$ สินค้า X ที่ผลิตในเมืองจะได้เปรียบที่ผลิตในหมู่บ้าน

จากลักษณะเส้นทางคมนาคมข้างต้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นลักษณะเส้นทางคมนาคม | ที่ทั่วไป ๆ ที่ผลิตเริ่มต้นจากเมือง หรือถนนใหญ่ลาดยางแยกตรงเข้าไปในหมู่บ้าน โดยผ่าน | หมู่บ้านต่าง ๆ หมู่บ้านที่ผลิตสินค้าที่จะได้เปรียบผู้ผลิตในเมืองจะเป็นหมู่บ้านที่อยู่ใกล้เมือง | มากกว่า เช่น หมู่บ้าน ก. ตามรูป ได้เปรียบมากกว่าหมู่บ้านอื่น ๆ หรือหมู่บ้าน ข. ได้เปรียบ | หมู่บ้าน ค. และ ง. เป็นต้น

ค่าขนส่งระหว่าง อ.เมือง กับหมู่บ้าน และระหว่างหมู่บ้านต่าง ๆ เป็นเพียง | ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่อธิบายการได้เปรียบเสียเปรียบระหว่างสินค้าที่ผลิตในหมู่บ้าน และ | ในเมือง ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ต้นทุนการผลิต ถ้าสินค้าที่ผลิตในเมืองมีต้นทุนการ | ผลิตเฉลี่ยต่อหน่วยต่ำกว่า ราคาขายสินค้าในเมือง (P_x) จะต่ำด้วย ซึ่งต่ำกว่าต้นทุน

การผลิตเฉลี่ยต่อหน่วยในการผลิตสินค้าในหมู่บ้านมาก ๆ (C_x) อาจสามารถขุดเทียบกับ
ข้อเสียเปรียบในเรื่องค่าขนส่งดังกล่าวข้างต้นได้ ในกรณีเช่นนี้อาจทำให้สินค้าที่ผลิตใน
หมู่บ้านแข่งขันสู้สินค้าที่ผลิตในเมืองไม่ได้

แต่จากข้อเท็จจริงที่ว่า สินค้าบางอย่างมีวัตถุดิบในหมู่บ้าน ถ้านำวัตถุดิบนั้น
มาแปรรูปเพื่อผลิตเป็นสินค้าขายในหมู่บ้าน ต้นทุนการผลิตสินค้านี้มักจะถูกกว่าในเมือง เพราะ
ต้นทุนการผลิตสินค้านี้ในเมืองจะต้องรวมค่าขนส่งวัตถุดิบ จากในหมู่บ้านเข้าไปในเมืองด้วย
ถ้าต้นทุนการผลิตสินค้าในหมู่บ้านถูกกว่าผลิตในเมือง ในขณะที่เดียวกันค่าขนส่งก็ถูกกว่าด้วย
สินค้าที่ผลิตโดยใช้วัตถุดิบในหมู่บ้านนี้ก็อาจจะมีข้อได้เปรียบในการผลิตในหมู่บ้านมากกว่า
ในเมืองในสภาพเช่นนี้ จะมีความเป็นไปได้ที่จะส่งเสริมผลิตสินค้าเหล่านี้ในหมู่บ้าน ส่วนจะ
เลือกส่งเสริมผลิตที่หมู่บ้านไหนนั้น นอกจากจะดูทางด้านแหล่งวัตถุดิบแล้วยังต้องดูข้อได้เปรียบ
ทางด้านค่าขนส่งดังกล่าวข้างต้นด้วย

4. การวิเคราะห์ธุรกิจอุตสาหกรรมในครัวเรือน

การวิเคราะห์ธุรกิจการประกอบอุตสาหกรรมในครัวเรือน ในที่นี้จะจำกัด
อยู่เฉพาะข้อผูกมัดที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมมาเท่านั้น โดยครอบคลุมการประกอบธุรกิจผลิตสินค้า
ทั้งสิ้น 7 ชนิด คือ การทอผ้าลายขิดและมัดหมี่ การเข็บที่นอน การจักสาน การทอเสื่ออก
การทำหมอนไม้ปับ การทำน้ำปลา และการทำขนม ส่วนหัวข้อในการวิเคราะห์การผลิตสินค้า
อุตสาหกรรมแต่ละชนิดจะประกอบด้วย ประสิทธิภาพเป็นมา ภาวะการผลิตและการตลาดและ
ปัญหาและข้อเสนอนะ

1. การทอผ้าลายขิด และมัดหมี่

ประสิทธิภาพเป็นมา การทอผ้าที่บ้านสังข่า ตำบลธาตุ อำเภอเพ็ญ
จังหวัดอุดรธานี มีมาแต่ดั้งเดิม โดยชาวบ้านใช้ไม้ที่ปลูกเองมาทอผ้าในฤดูแล้งหลังการทำนา
เป็นการทอไว้ใช้เอง มีทั้งทอผ้ามัดหมี่และลายขิด ต่อมาในปี 2521 กรมการพัฒนาชุมชนได้เข้า
ไปส่งเสริมการทอผ้า ย้อมด้าย และคิดลายให้สวยงาม ให้ได้ผ้าที่มีคุณภาพดีขึ้น การส่งเสริม

ทำเป็นกลุ่ม โดยมีสมาชิกแรกเริ่มตั้งกลุ่ม 14 คน สมาชิกของกลุ่มได้เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เป็น 70 คน ในปัจจุบัน

สำหรับการทอผ้าที่บ้านถ่อน้อย 4 ถ่อนใหญ่ ตำบลมาซา อำเภอมือง จังหวัดอุดรธานี เริ่มมาจากแต่เดิมชาวบ้านทอปลอกหมอน และทอผ้ามัดหมี่ใช้เอง ส่วนการทอผ้าลายขิดเริ่มมาเมื่อปี 2518 เมื่อกรมการพัฒนาชุมชนเข้าไปส่งเสริมการรวมกลุ่ม และสอนวิธีทอผ้าลายขิด การมัดและย้อมด้วย เมื่อแรกเริ่มตั้งกลุ่มมีสมาชิก 39 คน ปัจจุบันมีสมาชิกเหลือ 15 คน

ภาวะการผลิตและการตลาด การทอผ้าที่บ้านสังข่าแต่เดิมพ่อค้าจะสั่งให้ทอโดยนำด้ายมาให้และมารับซื้อผ้าโดยหักค่าด้ายและค่าขนส่ง ผู้ทอจะได้กำไรประมาณ วันละ 20 บาท หรือเดือนละ 20 บาท โดยชาวบ้านทอได้วันละประมาณ 1 ผืน ในปัจจุบันมีพ่อค้าบางคนมาจ้างให้ชาวบ้านทอผ้า โดยจ่ายค่าจ้างวันละ 20 บาท ซึ่งจะตกประมาณ เดือนละ 600 บาท การรับจ้างทอนี้ชาวบ้านจะได้ค่าจ้างพอ ๆ กับการที่ชาวบ้านต้องซื้อด้ายมาทอเอง และขายผ้าให้พ่อค้า คือประมาณวันละ 20 บาท พ่อค้าบางคนจะไม่ใช้ระบบจ้างทอและไม่เอาด้ายมาให้ แต่จะส่งลายและขนาดความกว้างของผ้าที่ต้องการ และมารับซื้อผ้า นอกจากนี้ในหมู่บ้านยังมีชาวบ้านประกอบธุรกิจทอผ้า โดยจ้างชาวบ้านมาทอ จ่ายค่าจ้างทอวันละ 20 บาท และจ่ายค่าจ้างมัดวันละ 25 บาท ผู้ประกอบการนี้จะได้กำไรคิดตามผ้าที่ทอได้เดือนละประมาณ 6-7 บาท

ในปัจจุบันชาวบ้านที่หมู่บ้านนี้ทอผ้าตามพ่อค้ามาสั่งให้ทอ และทอแต่ผ้ามัดหมี่ ส่วนผ้าลายขิดไม่ได้ทอ เพราะไม่มีพ่อค้ามาสั่งให้ทอ ผ้าที่ทอที่หมู่บ้านนี้ประมาณร้อยละ 90 ขายให้พ่อค้าในเมือง ประมาณร้อยละ 10 ขายให้ชาวบ้านใช้ที่หมู่บ้าน และขายให้ผู้ซื้อจร ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นคนในเมืองและอีกส่วนหนึ่งเป็นคนในหมู่บ้านอื่นมาซื้อไปใช้เอง

ส่วนการทอผ้าที่บ้านถ่อน้อย 4 ถ่อนใหญ่ เมื่อตั้งกลุ่มใหม่ ๆ จะทอตามที่ย้ำราชการในจังหวัดสั่ง ปัจจุบันส่วนมากจะทอตามพ่อค้ามาสั่งให้ทอ และทอไว้ขายให้ผู้ซื้อจรเป็นส่วนน้อย ชาวบ้านเคยทอผ้าไปขายในเมือง ในเทศบาลต่าง ๆ และงานส่วนอื่นพรที่กรุงเทพฯ

ปัญหา และข้อเสนอนานะ

1. ผ้ามีดีไหมและลายฮิตปัจจุบันประสบปัญหาด้านการตลาดมาก! เนื่องจากความต้องการใช้เพื่อไม่มาก ในขณะที่มีผู้ผลิตมากขึ้นโดยเฉพาะโรงงานอุตสาหกรรมในเมือง ซึ่งมีข้อได้เปรียบทางด้านขนสิ่งด้ายและผ้า และอาจมีข้อได้เปรียบที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยกว่า ต้นทุนการผลิตต่อผ้าหนึ่งผืนอาจจะถูกกว่าผ้าที่ทอในหมู่บ้าน สำหรับข้อได้เปรียบของการทอผ้าในหมู่บ้านจะมีเพียงค่าจ้างแรงงานถูกเท่านั้น

2. การทอผ้าทั้งสองชนิดนี้ต้องใช้วัตถุดิบที่สำคัญคือ ด้ายจากในเมือง ซึ่งซื้อมาจากกรุงเทพฯ อีกต่อหนึ่ง และตลาดผ้าส่วนมากก็อยู่ในเมืองหรือนอกหมู่บ้าน ฉะนั้น การกำหนดราคาด้ายและผ้าจึงเป็นการกำหนดจากตลาดในเมือง หรือในกรุงเทพฯ ในสภาพเช่นนี้หมู่บ้านที่อยู่ห่างเมืองมากเท่าไร ก็จะเสียเปรียบหมู่บ้านที่อยู่ใกล้เมืองมากขึ้นเท่านั้น เพราะต้องเสียค่าขนสิ่งด้ายและผ้ามากกว่า ทั้งนี้เพราะพ่อค้าจะกำหนดราคาซื้อผ้าโดยใช้ราคาผ้าที่ขายได้ในเมืองลบด้วยค่าขนสิ่งจากเมืองถึงหมู่บ้านนั้น ดังนั้นเมื่อตลาดผ้าทั้งสองชนิดตกลง ผู้ทอผ้าที่อยู่ห่างไกลเมืองอาจจะต้องค่อย ๆ เลิกธุรกิจทอผ้าไป หรือทอเมื่อมีเวลาว่างเท่านั้น ข้อเท็จจริงข้างต้นนี้ยืนยันได้จากคำบอกเล่าของชาวบ้านที่บ้ำนก่อนน้อย 4 ก่อนใหญ่ ว่า "เดี๋ยวนี้คนทอผ้ามากและราคาด้ายก็สูงขึ้น ในขณะที่ราคาผ้าไม่สูงขึ้น พ่อค้าที่เข้ามาซื้อก็มักจะบ่นว่า จะต้องเข้ามาซื้อถึงอย่างไร ซึ่งราคาซื้อที่พ่อค้าจ่ายให้จะต้องต่ำกว่าที่ซื้อจากชาวบ้านที่อยู่ติดถนนหรือใกล้กว่า เพราะเสียค่าขนสิ่งมากกว่า"

3. การขยายตลาดผ้าในชนบทนั้น จะกระทำได้อย่างไรหรือเป็นไปได้น้อยมาก เพราะผ้าทั้งสองชนิดนี้ เป็นผ้าคุณภาพดีเกินกว่าฐานะของชาวบ้าน ซึ่งมีฐานะค่อนข้างยากจน ถ้าชาวบ้านต้องการจะใช้ผ้าเหล่านี้ไม่เพียงแต่จะต้องเสียค่าผ้าผืนละ 80-85 บาทเท่านั้น ยังจะต้องเสียค่าตัดอีกตัวละ 150-200 บาท ที่ต้องเสียค่าตัดแพงเช่นนี้เนื่องจากเป็นผ้าคุณภาพดีจะตัดถูก ๆ จากช่างที่ไม่มีฝีมือในหมู่บ้านก็ไม่เหมาะสม ปกติชาวบ้านจึงนิยมไปหาช่างฝีมือดี ๆ ตัดในเมือง ซึ่งต้องเสียค่าเดินทางไป-กลับ อย่างน้อย 21 บาทด้วย นอกจากนี้ การจะใช้ผ้าคุณภาพดี ๆ นี้มาตัดใส่อยู่บ้านประจำวันก็ไม่เหมาะสมอีก ชาวบ้านจึงนิยมตัดไว้ใช้ในเทศกาลหรืองานสำคัญ ๆ เท่านั้น ซึ่งปีหนึ่งก็มีไม่กี่ครั้ง ในขณะที่ในปัจจุบันมีเสื้อผ้า

สำเร็จรูปสีล้วน ๆ ราคาถูก ๆ เหมาะสมกับฐานะทางเศรษฐกิจของชาวบ้านให้เลือกมากมาย
ชาวบ้านส่วนมากจึงเลือกที่จะใช้เสื้อผ้าเหล่านี้

การขยายตลาดผ้าทั้งสองชนิดนี้ ควรจะมุ่งไปที่ตลาดต่างประเทศ โดยพ่อค้า
รับซื้อผ้าจะกำหนดราคาให้โดยตรงอยู่แล้ว รัฐบาลอาจให้สิ่งอำนวยความสะดวกในระดับส่งออก
และอาจช่วยหาตลาดต่างประเทศให้

4. ระบบตลาดผ้าสองชนิดนี้ เป็นระบบที่เป็นรูปเป็นร่างและอยู่ตัวแล้ว
ชาวบ้านที่ทอผ้ามีตลาดที่แน่นอนคือ ทอผ้าตามท้องตลาดซึ่งจะมีสิ่งไม่มีผ้าที่ทอแล้วขายไม่ได้
! แต่ปัญหาอยู่ที่ปริมาณที่พ่อค้าสั่ง กำสั่งลดลงเท่านี้ ซึ่งปัญหานี้อาจจะต้องแก้ตามข้อ เสนอแนะ
ข้อ 3 ข้างต้น ! แต่อย่างไรก็ตามภายใต้ระบบนี้ผู้ทอผ้ายัง เสียเปรียบพ่อค้าในด้านการขาด
อำนาจต่อรอง ทั้งนี้เพราะการรวมกลุ่มทอผ้าของทั้ง 2 หมู่บ้านยังมีปัญหาอยู่มาก ๆ โดยเฉพาะ
ปัญหาการไม่มีเอกภาพ ! เช่น สมาชิกของกลุ่มขายผ้าบางส่วนโดยไม่มีผ้าในกลุ่ม และขายราคา
ถูกกว่าที่กลุ่ม ขายได้ ทำให้ผ้าของกลุ่มขายไม่ได้ กรรมการกลุ่มบางคนทำธุรกิจทอผ้าแข่งกับ
กลุ่มและกรรมการบางคนพยายามขายผ้าของตนโดยไม่ขายผ้าของกลุ่ม เป็นต้น ในการแก้ปัญหา
ข้างต้น นอกจากจะต้องพัฒนากลุ่มให้มีอำนาจต่อรองกับพ่อค้ามากขึ้นแล้ว การให้ความรู้ด้าน
การตลาดผ้า การกำหนดราคาและกำไรกำไรขาดราคา ตลอดจนปัจจัยค่าอื่นสิ่งที่มีผลต่อราคา
และกำไรที่เกษตรกรจะได้รับ ควรจะกระทำควบคู่ไปกับการพัฒนากลุ่มด้วย เพราะเกษตรกร
ยังขาดความรู้ความเข้าใจทางด้านนี้อยู่มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับตลาดที่ไกลตัวออกไป

2. การเก็บกินอน

ประวัติความเป็นมา เดิมชาวบ้านหมู่บ้านสังกะสี ตำบลแก้งไก่ อำเภอ
สังขม จังหวัดหนองคาย เก็บปลอกหมอนเพื่อใช้หนุนไว้ใช้เอง ! แต่ต้องซื้อกินอนที่อื่นมาแล้ว และ
! ที่ยังไม่ได้ใช้หนุนมาใช้เอง หรือเก็บไว้สำหรับรับแขก ที่นอนเหล่านี้จะซื้อจากตลาดในเมือง
! เมื่อต้นปี พ.ศ. 2529 ทางกรมการพัฒนาชุมชนได้ไปส่งเสริมการเก็บกินอน โดยนำผู้เก็บผ้า
ไปให้ชาวบ้านใช้ 2 คน การรวมกลุ่มเก็บกินอนเมื่อแรกเริ่มมีสมาชิก 30 คน ปัจจุบัน

มีชาวบ้านต้องการเข้ากลุ่มมากขึ้น และมีชาวบ้านที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มจำนวนหนึ่ง มาขอทดลองฝึกเก็บที่นอนด้วย

ภาวะการผลิตและการตลาด | เนื่องจากเพิ่งเริ่มฝึกอาชีพ ปริมาณการผลิต จึงมีไม่มากนัก และส่วนใหญ่จะขายในหมู่บ้านนี้ ราคาที่นอนที่ไม่ได้ยัดนุ่นหลังละ 50 บาท มีการเก็บส่งไปขายที่หมู่บ้านอื่นบ้างตามที่เขาส่งมา | แต่ยังไม่พอกับปริมาณที่เขา ต้องการ ลำพดู่ที่เก็บได้น้อยเพราะมีสัก ๒ คู่เท่านั้น และเพิ่งฝึกเก็บที่ยังไม่ชำนาญ ฝมือก็ยังเทียบที่นอนที่ขายที่ตลาดไม่ได้ การเก็บที่นอนที่ไม่ได้ยัดนุ่นนี้จะขายได้เป็นค่าแรง ฝนละประมาณ 16 บาท และหนึ่ง วันจะเก็บได้ประมาณ 1 หลัง การเก็บที่นอนนี้สามารถ ทำได้ตลอดทั้งปี โดยในช่วงฤดูหนาวทำไร่จะเก็บตอนเย็นและกลางคืน ส่วนช่วงฤดูแล้งจะ เก็บได้ทั้งวัน การเก็บที่นอนที่ไม่ได้ยัดนุ่นขายนี้จะเหมาะสมกว่ายัดนุ่นแล้วขาย เพราะชาวชนบท | ส่วนใหญ่มีนุ่นเองอยู่แล้ว การยัดนุ่นและเก็บปิดก็ทำได้โดยง่าย เก็บได้ด้วยมือ ถ้าเก็บที่นอน โดยยัดนุ่นแล้วขาย นอกจากจะต้องขนสิ่งนุ่นซึ่งจะต้องออกไปรับซื้อที่บ้านชาวบ้านแล้วยังต้อง ขนที่นอนกลับไปขายตามบ้านชาวบ้านอีกด้วย ทำให้ต้องเสียค่าขนส่งเป็นสองต่อ

ปัญหาและข้อเสนอแนะ

1. | เนื่องจากชาวบ้านส่วนใหญ่มีมม่อนที่นอน ตลาดที่นอนในชนบทถึงยัง มีอีกมาก แม้กระทั่งชาวชนบทที่เคยนอนเสื่อ | แต่เมื่อมีฐานะดีขึ้นก็มักจะเปลี่ยนไปนอนที่นอน
2. การเก็บที่นอนโดยไม่ยัดนุ่นขายนี้พบว่า เหมาะสมกว่าเก็บที่นอน | ที่ยัดนุ่นเสร็จแล้วด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น | แต่ตลาดของที่นอนนี้จะขึ้นอยู่กับปริมาณการปลูกนุ่น | จะเห็นถึงควรส่งเสริมการปลูกนุ่นไว้ใช้เอง ให้กระจายไปในท้องที่ต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการ | ส่งเสริม การที่เก็บที่นอนด้วย ชาวบ้านในหมู่บ้านใดคนหนึ่งเล่าให้ฟังว่า เคยทดลองปลูกนุ่น | จำนวนหลายต้น แต่ประสบปัญหาที่นอนกินต้นนุ่นตายหมด
3. การขนส่งที่นอนที่ไม่ได้ยัดนุ่นนี้ ทำได้โดยง่ายและเสียค่าขนส่งน้อยมาก | เมื่อเทียบกับที่นอนที่ยัดนุ่นแล้ว จะเห็นถึงมีโอกาสขยายตลาดไปได้มาก

4. ถ้าจะพิจารณาเปรียบเทียบกับการทอดผ้าลายขิดและมีดหมีจะพบข้อแตกต่างที่ว่าที่นอนเป็นของจำเป็นที่ชาวบ้านต้องใช้ และหาสิ่งทดแทนที่มีคุณภาพเหมือนกันไม่ได้ ถึงแม้จะใช้สิ่งทดแทนได้บ้างแต่คุณภาพก็ด้อยกว่า ทางด้านวัตถุดิบนั้นถึงแม้การเข็บที่นอนจะต้องซื้อผ้ามาจากในเมือง แต่ก็ใช้ปัจจัยการผลิตที่สำคัญในหมู่บ้าน 2 อย่าง คือ แรงงาน และไหม ในขณะที่การทอดผ้าใช้ปัจจัยการผลิตในหมู่บ้านเพียงอย่างเดียว คือ แรงงาน

5. ปัญหาการเข็บที่นอนที่สำคัญในปัจจุบัน คือ สักกรมีน้อยไม่เพียงพอ และถ้าจะซื้อเพิ่มก็มีราคาแพงมาก ทางแก้นี้อาจจะทำได้โดยซื้อในนามของกลุ่ม โดยใช้เงินออมของกลุ่มส่วนหนึ่งและกู้เงินจากธนาคารพาณิชย์หรือธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร อีกส่วนหนึ่ง

6. เนื่องจากกลุ่มเข็บที่นอนนี้เพิ่งตั้งขึ้น สภาพและปัญหาของกลุ่มจึงยังไม่ชัดเจน แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจการเข็บที่นอนนี้ควรได้รับการส่งเสริมให้ทำเป็นกลุ่ม เพราะจะมีขนาดใหญ่มากพอที่จะทำให้ต้นทุนลดลง ซึ่งอาจจะเกิดจากการซื้อผ้าจากในเมืองครั้งละมาก ๆ ทำให้ค่าขนส่งลดลง การขนที่นอนที่เข็บแล้วไปขายตามร้านค้าในหมู่บ้านต่าง ๆ ครั้งละมาก ๆ ก็ทำให้ค่าขนส่งลดลงได้ นอกจากนี้ยังมีอำนาจต่อรองในการซื้อผ้าได้ในราคาที่ถูกลงอีกด้วย ยิ่งกว่านั้น การเข็บที่นอนมีหลายขั้นตอน เช่น ตัดผ้า เข็บ ยกขอบ กันย่น เป็นต้น บางขั้นตอนก็เข็บด้วยมือได้ ทำให้สามารถแบ่งงานกันทำได้ และสามารถสร้างความสามารถเฉพาะอย่างขึ้นได้ ซึ่งจะเป็นผลให้ต้นทุนการเข็บที่นอนลดลงอีก ในขณะทีคุณภาพดีขึ้น

7. การซื้อที่นอนไปใช้ตอนนี้จะเป็นฤดูกาลคือ มีการซื้อมากในช่วงที่ฝนตกในเดือนเมษายน-พฤษภาคม ฉะนั้น จึงต้องเข็บที่นอนไว้ขายในช่วงเวลานี้ กลุ่มจะต้องมีเงินทุนที่จะซื้อผ้ามา เข็บที่นอนเก็บไว้รอขาย และในการกำหนดราคาขายจะต้องรวมค่ากักเก็บนี้ด้วย ซึ่งประกอบด้วยค่าสถานที่เก็บ และค่าดอกเบี้ยเงินกู้ที่กู้มาซื้อผ้า (ถึงแม้ไม่ได้กู้มาโดยเอาเงินสดของกลุ่มไปซื้อ ก็ต้องคิดดอกเบี้ยให้ เพราะเงินสดของกลุ่มถ้านำไปฝากธนาคาร ก็จะได้ดอกเบี้ย เช่นเดียวกัน)

3. การศึกษาลาน

ประวัติความเป็นมา ชาวบ้านหมู่บ้านจอมตลิ่ง ตำบลจอมศรี อำเภอเวียง
 สว่างอุดรธานี ลานของไร่ต่าง ๆ ขยายมานานแล้ว ลานของไร่ได้แทบทุกอย่าง ปัจจุบัน
 ชาวบ้านส่วนมากลานกระดืบข้าวขาย ชาวบ้านเคยลานกระดืบขายแต่ไร่มาได้รู้ลานกระดืบข้าว
 ไม่ได้ ในปี 2511 ทางกรมการพัฒนารัฐบาลได้เข้าไปส่งเสริมให้ลานหมวกขาย แต่ทำได้
 ไม่นานก็ต้องเลิกไปเพราะไม่มีตลาด ปัจจุบันละลานของไร่อื่น ๆ ที่ไม่ไปกระดืบข้าว
 ตามที่มีคนมาสั่งให้ทำเท่านั้น

ภาวะการผลิตและการตลาด ปัจจุบันชาวบ้านลานกระดืบข้าวขาย 2 ขนาด
 เป็นชุด ๆ ส่วนหนึ่งลานขายตามสั่ง อีกส่วนหนึ่งลานไว้ขายโดยมีพ่อค้ามารับซื้อ ปริมาณ
 กระดืบข้าวที่ขาย ร้อยละ 50 จะขายไปในชนบทอีกร้อยละ 50 ขายไปในเมือง ชาวบ้าน
 คนหนึ่งให้ข้อมูลว่า "ทุกครอบครัวในชนบทจะมีกระดืบข้าวไว้ใช้ 1 เข็น ครอบครัวที่มีสมาชิก
 5 คน จะใช้กระดืบข้าวประมาณ 3 ใบ กระดืบข้าวแต่ละใบจะใช้ประโยชน์ได้ประมาณ
 12-3 ปี" ไร่ไม่พอกินมาไร่ลาน ปัจจุบันหายากขึ้น และราคาแพงขึ้น แต่ก่อนราคาไร่ละ 3 บาท
 ปัจจุบันไร่ละ 10 บาท ทั้งนี้เพราะปัจจุบันมีคนลานของไร่ต่าง ๆ มากขึ้น ในขณะที่ป่าไม้
 ลดลงมาก สาเหตุเพราะไม้ไผ่ไปประโยชน์ได้หลายอย่าง ขณะที่เข็นหรืออ้อนไร่ที่คนไม่
 เมื่อโตขึ้นอาจมาลานของไร่หรือทำกระดืบก็ได้

ทางด้านการตลาดนั้น มีพ่อค้ามารับซื้อไปเร่ขายในชนบทอื่น ๆ และขาย
 ในเมือง ส่วนหนึ่งลานขายตามสั่งที่พ่อค้าสั่ง และอีกส่วนหนึ่งขายส่งให้บริษัทไทยเวสต์ ซึ่ง
 ส่งออกไปขายให้ญี่ปุ่น ชาวบ้านคนหนึ่งเล่าให้ฟังอย่างมั่นใจว่าไม่มีปัญหาด้านตลาด โดย
 เข่มั่นใจว่ายังขายได้อีกมาก

ปัญหาและข้อเสนอแนะ

1. ข้อมูลที่หมู่บ้านจอมตลิ่งนี้ ย้ำให้เห็นอย่างชัดเจนว่า การลานสิ่งของ
 ที่ชาวบ้านส่วนใหญ่ไปประสาหมักจะไม่มีปัญหาด้านตลาด เข็น กระดืบข้าว ส่วนการลานของไร่

1. ีนาโตที่มีคนไ้เป็นเพียงส่วนน้อย คนเมืองไ้ หรือไมไ้ของไ้ที่ไ้เป็น อาจจะมีปัญหาด้าน
ไมมีตลาดหรือตลาดแคบมาก ฉะนั้นการจะส่ง เสริมให้ชาวบ้านสำนอะไรขาย จึงต้องคำนึง
ถึงว่าของที่ผลิตออกมานั้น คนกลุ่มไหนจะซื้อไปไ้ และเป็นของไ้เป็นมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้
ไ้เพื่อจะได้ประเมินขนาดของตลาดได้

2. ระบบการตลาดของกระต๊อบข้าวค่อนข้างมั่นคงและยั่งยืน จึงไม่มีปัญหา
ในส่วนนี้ไ้แต่ส่วนที่อาจจะทำให้ชาวบ้านได้ประโยชน์มากขึ้น ถ้าชาวบ้านรวมกลุ่มกัน ชาวบ้าน
คนหนึ่ง เล่าให้ฟังว่า ถ้ารวมกันซื้อ ไมไ้จะไม่ช่วยให้ซื้อไมได้ถูกลง ทางด้านการขายกระต๊อบข้าว
ปัจจุบันก็แย่งกันขาย โดยตัดราคาตนเอง ถ้ารวมกลุ่มกันจะทำให้มีอำนาจต่อรองราคากับ
พ่อค้าได้มากขึ้น การรวมกลุ่มนี้เคยมีการรวมกันมาแล้วครั้งหนึ่งไ้ แต่ก็ล้มเลิกไป ปัจจุบันกำลัง
มีความพยายามที่จะรวมกลุ่มกันใหม่

3. เป็นที่น่าสังเกตรว่าการคัดสำนไ้ เช่น กระต๊อบข้าวนี้ ต้องอาศัยฝีมือ ความ
ชำนาญ และความละเอียด เป็นเทคนิคการผลิตที่ต้องไ้แรงงานมาก ฉะนั้น ธุรกิจนี้จึงไม่ถูก
ไ้แย่งชิงจากบริษัทใหญ่ไ้ เช่น กรณีการทอผ้าไหมและลายขีด เพราะบริษัทจะเสียเปรียบที่จะ
ต้องเสียค่าขนส่งคนงาน และไม้ไ้จากหมู่บ้านเข้าไปในเมืองไ้ เมื่อสำนกระต๊อบข้าวเสร็จแล้ว
ก็จะต้องเสียค่าขนส่งกระต๊อบข้าวสำนหนึ่งเข้าไปขายในหมู่บ้าน

4. ปัญหาที่ก้ำกั้เกิดขึ้นและจะทวีความรุนแรงมากขึ้นเกี่ยวกับการชักสำน
ก็คือ ปัญหาทางด้านวัตถุดิบที่สำคัญ คือ ไม้ไ้ ซึ่งหายากขึ้นทุกทีไ้ เนื่องจากปริมาณการใช้มีมาก
ไ้กว่าปริมาณการเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ ฉะนั้นจึงต้องหาทางส่ง เสริมการปลูกไม้ควบคู่ไปด้วย
อาจจะส่ง เสริมปลูกที่ป่า ไม้ที่ชาวบ้านตัดจนหมดสภาพแล้ว หรือหมู่บ้านใกล้เคียงที่มีที่ดินเหมาะสม
ที่จะปลูกไม้ได้ การส่ง เสริมปลูกไม้นี้ไม่ไ้เป็นต้นส่ง เสริมที่หมู่บ้านที่ทำธุรกิจชักสำน เพราะ
ที่ดินอาจจะไม่เหมาะสม ดัง เช่นมีเจ้าหน้าที่ราชการ เคยส่ง เสริมปลูกไม้ที่หมู่บ้านจอมताल และ
ประสบความล้มเหลวมาแล้ว การส่ง เสริมปลูกไม้ อาจส่ง เสริมเป็นอาชีพปลูกไม้ขายในหมู่บ้าน
จอมतालซื้อไปชักสำนก็ได้

4. การทอเสื่อกก

ประวัติความเป็นมา หมูบ้านเวือ ตำบลบัวบาน อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ทอเสื่อกกใช้ และขายบ้างมานานแล้ว ต่อทอกันไม่มากนัก เพราะต้องหากกจากแหล่งน้ำธรรมชาติ ซึ่งมีไม่มากนัก มาในระยะ 6-7 ปีมานี้ สามารถปลูกกกได้เองในหมู่บ้าน ธุรกิจการทอเสื่อจึงขยายไปเกือบทุกบ้าน และได้ขยายไปหมู่บ้านใกล้เคียงด้วย

ในปี 2524 กรมการพัฒนาชุมชนได้ส่งคนในหมู่บ้านนี้ไปอบรมการทอเสื่อแบบสันทนูร เป็นเสื่อพับได้ และมีขั้นตอนต้องเย็บด้วยจักร เสื่อนี้จะมีคุณภาพและต้นทุนสูงกว่า เสื่อที่ชาวบ้านเคยทอกันมา ปัจจุบันมีกลุ่มทอเสื่อที่หมู่บ้านนี้ มีสมาชิกทั้งสิ้น 34 คน

ภาวะการผลิตและการตลาด การทอเสื่อที่หมู่บ้านนี้ไม่มีปัญหาด้านวัตถุดิบ คือ กก เพราะปลูกเอง เสื่อที่ทอมีสองชนิดคือ เสื่อธรรมดาที่ทอกันมาแต่ดั้งเดิม มี 2 ขนาด ปัจจุบันขาย 3 ผืน 100 บาท และขนาดที่เล็กกว่า ขาย 4 ผืน 100 บาท เสื่อที่ทอ อีกชนิดหนึ่ง คือ เสื่อพับได้แบบสันทนูร ซึ่งมีขั้นตอนต้องเย็บด้วยจักร พับได้ 3 ตลบ ต้นทุนการทอเสื่อนี้จะสูงกว่า และขายผืนละ 150 บาท

ด้านการตลาด แต่เดิมการขายเสื่อจะทำ 2 ทาง คือ มีพ่อค้าจากรุงเทพ และจังหวัดอื่น ๆ มารับซื้อในหมู่บ้าน อีกทางหนึ่ง ชาวบ้านเหมารถไปขายตามหมู่บ้านอื่น ๆ โดยรวมกันไปหลาย ๆ ราย ปัจจุบันมีพ่อค้ามารับซื้อน้อยลง จึงต้องรวมกันไปขายมากขึ้น สาเหตุที่มีพ่อค้ามาซื้อน้อยลงเพราะมีการทอเสื่อในหมู่บ้านอื่น ๆ มากขึ้น และมีเสื่อพลาสติกมาแย่งตลาดในเมืองด้วย ซึ่งเสื่อพลาสติกราคาถูกกว่ามาก เพียงผืนละ 80 บาทเท่านั้น

ปัญหาและข้อเสนอแนะ

1. ตลาดเสื่อธรรมดาถึงแม้จะไม่ดีเท่าแต่ก่อน เพราะปริมาณการผลิตมากขึ้น แต่ความต้องการยังคงมีอยู่เรื่อย ๆ เพราะชาวชนบทแทบทุกครัวเรือนใช้เสื่อปูนั่งและนอนตามใต้ถุนบ้าน ตามหัวไร่ปลายนานา แต่เสื่อที่ชาวบ้านจะใช้ราคาต้องไม่แพงนัก และคุณภาพไม่ส่ว เป็นต้องดีนัก ซึ่งมีอายุการใช้งานประมาณ 1 ปี ฉะนั้นชาวบ้านจะต้องซื้อเสื่อ

ธรรมดาทุกปี ทางด้านเสื่อพลาสติกที่อาจเข้ามาแข่งขันขายในหมู่บ้านนั้น ก็อาจจะแข่งขันได้ยาก เพราะแพงกว่า เนื่องจากต้องเสียค่าขนส่งเข้าไปขายในหมู่บ้าน นอกจากนี้รสนิยมของชาวบ้านยังไม่ชอบเสื่อพลาสติก โดยให้เหตุผลว่า ในหน้าร้อนเวลานอนจะเหนียวตัว ในขณะที่เสื่อกกนอนเป็นสบายกว่า แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากเสื่อพลาสติกสามารถใช้ทดแทนเสื่อกกได้ ฉะนั้นถ้าเสื่อพลาสติกราคาถูกลงมาก ๆ ชาวบ้านอาจหันไปใช้เสื่อพลาสติกก็ได้

2. เสื่อพับได้แบบสังกะสี ซึ่งมีความทนทานกว่า ต้นทุนการผลิตสูงกว่า ในปัจจุบันมีปัญหาทั้งด้านการผลิตและการตลาด ปัญหาด้านการผลิตคือ ชาวบ้านไม่มีจักรเย็บ ถ้าจะซื้อจักรราคาแพงมาก อาจจะไม่คุ้ม ส่วนปัญหาทางการตลาดนั้น เสื่อชนิดนี้ตลาดส่วนใหญ่จะอยู่ในเมือง คนที่มีฐานะดีเท่านั้นที่จะซื้อไว้ใช้ ส่วนมากจะซื้อไว้ต้อนรับแขก ในหมู่บ้านอาจมีซื้อไว้รับแขกบ้างก็เฉพาะในหมู่บ้านที่มีฐานะดี เนื่องจากไม่ค่อยได้ใช้ อายุการใช้งานของเสื่อชนิดนี้หลายปี ชาวบ้านคนหนึ่งให้ข้อมูลว่า ถ้าใช้แบบรักษาดี ๆ จะมีอายุการใช้งานไม่ต่ำกว่า 5 ปี ฉะนั้นความต้องการที่จะซื้อใหม่จึงน้อย นอกจากนี้ยังถูกแข่งขันจากเสื่อพลาสติก ซึ่งราคาถูกมากเพียงครึ่งหนึ่งเท่านั้น เป็นที่คาดหวังว่าเสื่อพับได้แบบสังกะสีจะต้องลดปริมาณการผลิตลงเรื่อย ๆ และอาจจะต้องเลิกผลิตไปในที่สุด

3. การรวมกลุ่มผู้ทอเสื่อมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการรวมกลุ่มในธุรกิจอื่น ๆ ที่กล่าวมาแล้วทั้งหมด เพราะจะได้ประโยชน์ในขั้นตอนการตลาดมาก เนื่องจากต้องเอาเสื่อไปขายในหมู่บ้านอื่น ๆ จังหวัดอื่น ๆ ที่อยู่ห่างไกล ถ้ารวมกันไปมาก ๆ ในนามของกลุ่มจะลดค่าขนส่งได้มากและอาจเป็นไปได้ที่จะให้บุคคลรับผิดชอบด้านการขายโดยเฉพาะ

5. การทำหน่อไม้เปีย

ประวัติความเป็นมา บ้านฟ้าประทาน ตำบลสังคม อำเภอสังคม จังหวัดหนองคาย ตั้งอยู่ในบริเวณพื้นที่ล้อมรอบไปด้วยภูเขา ที่ภูเขาเหล่านี้มีป่าไม้อยู่เป็นจำนวนมาก ในหน้าฝนชาวบ้านจะไปหาหน่อไม้สดมาบริโภค แต่ตอนหน้าแล้ง ต้องซื้อหน่อไม้เปียจากในเมืองมาบริโภค ชาวบ้านเคยคิดที่จะทำหน่อไม้เปียไว้บริโภคในหน้าแล้ง แต่ไม่ทราบวิธีการทำหน่อไม้เปีย มาในช่วงปี 2527 กรมการพัฒนาชุมชนได้เข้าไปอบรมการทำหน่อไม้เปีย โดยส่งเสริมให้มีการตั้งกลุ่ม ปัจจุบันกลุ่มมีสมาชิก 20 คน

ภาวะการผลิตและการตลาด

การทำหน่อไม้ปิ้งของชาวบ้านที่หมู่บ้านฟ้าประทานนี้ จะทำในช่วงหน้าฝน ประมาณเดือน สิงหาคม กันยายน และตุลาคม โดยชาวบ้านที่เป็นสมาชิกของกลุ่มจะช่วยกันไปเก็บหน่อไม้ และช่วยกันบรรจุปิ้ง ปัจจุบันการบรรจุปิ้งของกลุ่มนี้ยังมีปัญหาอยู่บ้าง ได้แก่ ปิ้งเร็ว ทำให้เก็บหน่อไม้ไว้ไม่ได้นาน หรือปิ้งบวมเพราะมีกากอยู่ข้างใน ทำให้ต้องเปิดปิ้งเอาหน่อไม้ไปขายหรือแจกกันกิน

ในการขายหน่อไม้ปิ้งจะมีพ่อค้ามารับซื้อถึงในหมู่บ้าน ขายราคาปิ้งละ 100 บาท เท่ากับที่หมู่บ้านอื่น ๆ ขาย

การทำหน่อไม้ปิ้งนี้ ฝวีรทำที่ไม่ยุ่งยาก เรียนรู้ในการทำได้ไม่นานนัก ข้อเท็จจริงนี้ยืนยันได้จากชาวบ้านในหมู่บ้านนี้คนหนึ่งได้ทำหน่อไม้ปิ้งขาย โดยบอกว่าเคยเห็นคนอื่นเขาทำก็ทำได้ ร้านทำหน่อไม้ปิ้งขายส่งในจังหวัดอุดรธานีก็ยืนยันว่าทำไม่ยาก ใคร ๆ ก็ทำได้ โดยร้านนี้จะซื้อหน่อไม้จากชาวบ้าน ซึ่งใส่รถบรรทุกเล็กเข้ามาขาย แล้วบรรจุปิ้งไว้ขายตลอดทั้งปี ประมาณ 500-700 ปิ้ง ขายส่งให้ร้านขายปลีกอีกต่อหนึ่ง เจ้าของร้านบอกว่าหน่อไม้ปิ้งจะขายดีในหน้าแล้ง เดือนเมษายน-พฤษภาคม ซึ่งเป็นช่วงที่ชาวชนบทไม่มีหน่อไม้ล้นบริโภค

ปัญหาและข้อเสนอแนะ

1. หน่อไม้เป็นอาหารหลักที่ประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือนิยมบริโภคตลอดทั้งปี โดยในหน้าฝนซึ่งมีหน่อไม้ล้น ชาวชนบทที่อยู่ใกล้แหล่งป่าไม้ จะหาหน่อไม้ล้นมาบริโภค สำหรับชาวชนบทที่อยู่ห่างไกลแหล่งป่าไม้และประชาชนที่อยู่ในเมือง อาจซื้อหน่อไม้ล้น หรือหน่อไม้ปิ้งบริโภค ส่วนในหน้าแล้งไม่มีหน่อไม้ล้นให้บริโภค ชาวชนบทและชาวเมืองทุกแห่งจึงต้องบริโภคหน่อไม้ปิ้งเท่านั้น จะเห็นได้ว่าความต้องการบริโภคหน่อไม้ปิ้งมีตลอดทั้งปี และมีมากในหน้าแล้ง แต่การทำหน่อไม้ปิ้งจะทำได้เฉพาะในหน้าฝนเท่านั้น ในสภาพเช่นนี้จึงต้องมีการทำหน่อไม้ปิ้งเก็บไว้ เช่น ร้านค้าแห่งหนึ่งในจังหวัด

อุตสาหกรรมทำหม้อไม้บิ๊บเก็บไว้นานประมาณ 500-700 ปี ชาวบ้านคนหนึ่งทำหม้อบ้านเมือง ตำบลเมือง อำเภอหนองเสือ จังหวัดขอนแก่น ทำหม้อไม้บิ๊บเก็บไว้นานในหมู่บ้านทุกปี โดยในบิ๊บทำเก็บไว้จำนวน 5 ปี

การทำหม้อไม้บิ๊บเพื่อเก็บไว้นานจะต้องมีทุนในการซื้อบิ๊บและอุปกรณ์อื่น ๆ เพื่อค่าที่มีเงินทุนมาก ๆ จึงได้เปรียบ การทำหม้อไม้บิ๊บไว้นานจะต้องเสียค่าเก็บและดอกเบี้ยเงินกู้ ฉะนั้นราคาหม้อไม้ที่ขายจะต้องคุ้มกับค่าเก็บดังกล่าวนี้

2. ปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งในการทำหม้อไม้บิ๊บคือ ค่าบิ๊บ ซึ่งต้องซื้อบิ๊บใหม่ที่ไม่เป็นสนิม ราคาบิ๊บจะตกปีละประมาณ 30 บาท ทุกคนที่ได้สอบถามมาต่างบ่นว่ามีปัญหาค่าบิ๊บแพง และใช้ได้ครั้งเดียวก็ใช้ไม่ได้อีก เพราะเป็นสนิม ร้านค้าในจังหวัดอุดรธานีสั่งบิ๊บที่ทำจากกรุงเทพฯ โดยตรง ปัญหาเรื่องบิ๊บนี้ทางราชการอาจจะต้องให้ความช่วยเหลือเป็นพิเศษ โดยทำอย่างไรจึงจะลดค่าบิ๊บลงได้ หรืออาจจะพัฒนาสิ่งอื่นเป็นที่บรรจุหม้อไม้แทนบิ๊บ ที่เสียต้นทุนสูงกว่าและใช้ได้หลายครั้ง

3. ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ จำนวนหม้อไม้ลดน้อยลงมาก ชาวชนบทต้องไปหาหม้อไม้โดยต้องเดินทางไกลมากขึ้นทุกที ร้านค้าในจังหวัดอุดรธานีบ่นให้ฟังว่า "เดี๋ยวนี้หาหม้อไม้ยากขึ้นทุกที บางครั้งต้องไปแย่งซื้อถึงในหมู่บ้าน" โดยให้เหตุผลว่าปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้นมากทั้งในรูปหม้อไม้และต้นไม้ที่นำมาสีกล้านของไม้ต่าง ๆ และทำกระดาษ ชาวบ้านที่บ้านเมืองบ่นถึงปัญหาการไม่มีหม้อไม้ว่า "แต่ก่อนชาวบ้านเก็บหม้อไม้ที่ผานกเค้าซึ่งอยู่ใกล้หมู่บ้าน ปัจจุบันต้องไปหาหม้อไม้ที่ภูเขียว ต้องเสียค่ารถไปกลับคนละ 10 บาท

ปัญหาปริมาณหม้อไม้ลดลงอย่างมากนี้ นับวันจะรุนแรงยิ่งขึ้น ฉะนั้นทางราชการจะต้องเร่งส่งเสริมการปลูกไม้ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการทำหม้อไม้บิ๊บ โดยอาจส่งเสริมให้ปลูกขายเป็นอาชีพ

4. เนื่องจากหม้อไม้มีแหล่งผลิตในหมู่บ้าน และการบริโภคหม้อไม้ส่วนใหญ่ก็อยู่ในหมู่บ้าน ฉะนั้นการทำหม้อไม้บิ๊บในหมู่บ้านจึงได้เปรียบทางด้านค่าขนส่ง เมื่อเปรียบ

เทียบกับการทำหน่อไม้ดิบในเมือง เพราะต้องขนหน่อไม้จากหมู่บ้านเข้าไปในเมือง และต้องขนหน่อไม้กลับเข้ามาขายในหมู่บ้านอีกครั้งหนึ่ง แต่การจะขายหน่อไม้ทั้งดิบในร้านค้าในหมู่บ้าน อาจมีปัญหาที่ปริมาณขายแต่ละวันน้อยเกินไป เมื่อเปิดดิบแล้วจะต้องขายหน่อไม้ให้หมดภายใน 2 วัน มิฉะนั้นจะเสีย นอกจากจะต้องอุ่นไฟไว้ ซึ่งก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการอุ่น ปัญหา เช่นนี้อาจจะทำให้ร้านค้าในหมู่บ้านไม่สามารถรับซื้อหน่อไม้ไปทั้งดิบได้ (หน่อไม้ 1 ปีบหนัก 20 กิโลกรัม แยกเป็นเนื้อ 15 กิโลกรัม น้ำ 5 กิโลกรัม) การขยายตลาดสินค้าได้ยาก ทางแก้ อาจจะต้องหาทางบรรจุหน่อไม้ใส่ถุงพลาสติก ถุงละ 2-3 กิโลกรัม แล้วบรรจุดิบอีกทีหนึ่ง เมื่อเปิดดิบขายก็อาจจะแบ่งขายให้ร้านค้าในหมู่บ้านร้านละ 1-2 ถุง โดยอาจจะนำหน่อไม้ไปส่งทุก ๆ 2 วัน

5. การทำหน่อไม้ดิบไว้ขายในฤดูแล้งจะต้องมีเงินทุนสำหรับกักเก็บ ถ้าชาวบ้านแต่ละคนทำ อาจมีเงินทุนไม่เพียงพอและทำเก็บไว้ไม่ได้มาก แต่ถ้าส่งเสริมให้ทำเป็นกลุ่มอาจขอกู้เงินธนาคารมาเป็นทุนได้ นอกจากนี้การซื้อปีบครั้งละมาก ๆ และการขายหน่อไม้ดิบครั้งละมาก ๆ ยังทำให้ประหยัดค่าขนส่งและมีอำนาจต่อรองมากขึ้นด้วย ฉะนั้นรัฐควรส่งเสริมให้มีการทำหน่อไม้ดิบเป็นกลุ่ม และพัฒนากลุ่มให้เจริญก้าวหน้า ในระยะยาวสมาชิกของกลุ่มบางคนอาจจะทำหน้าที่ปลูกไม้ผลัดหน่อไม้ขายให้กลุ่มก็ได้

6. การทำน้ำปลาจากปลา ร้า

ประวัติความเป็นมา เมื่อประมาณ ปี 2524 กรมการพัฒนาชุมชนได้เข้าไป สดฝึกอบรมชาวบ้านที่หมู่บ้านคำไฮ ตำบลหนองฮีเด้า อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ในการทำน้ำปลาจากปลาร้า แต่ภายหลังการอบรมก็ไม่มีชาวบ้านที่เข้ารับการอบรมคนไหนทำ เมื่อเดือนพฤษภาคม 2529 ทางราชการได้เข้ามาจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านที่หมู่บ้านนี้ และให้การอบรมวิธีทำน้ำปลาจากปลาร้า ปัจจุบันกลุ่มนี้มีสมาชิก 30 คน ตั้งแต่ได้รับการอบรมมาผู้เข้ารับการอบรมไม่เคยทำน้ำปลาจากปลาร้าเพื่อขาย แต่ทำไว้บริโภคเองครั้งละ 8 - 10 ขวด

ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การทำน้ำปลาจากปลาร้า หรือจากปลาเพื่อขายในหมู่บ้านนั้น มีปัญหามากมายหลายประการ และเป็นธุรกิจที่ไม่อาจเกิดขึ้นได้เลย ทั้งนี้ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. หมู่บ้านนี้หรือหมู่บ้านอื่นใดก็ตามที่ไม่ได้ตั้งอยู่ใกล้แหล่งน้ำขนาดใหญ่ จะจับปลาตามท้องไร่ท้องนา ซึ่งได้ปริมาณไม่มากนัก เพียงพอที่จะใช้ต้มกินหรือทำเป็นปลาร้าเก็บไว้กิน เนื่องจากปลาร้าเป็นอาหารประจำของชาวบ้าน การจะนำปลาร้ามาทำน้ำปลาจะต้องเป็นส่วนที่เหลือจริง ๆ เท่านั้น ซึ่งปกติจะไม่มีเหลือ ถ้าจะซื้อปลาร้ามาทำน้ำปลาก็ไม่คุ้ม ผู้ซื้อน้ำปลามาบริโภคโดยตรงจะละตวกและถูกต่ำกว่า
2. การทำน้ำปลาจากปลาร้า นอกจากจะใช้ปลาร้าเป็นวัตถุดิบแล้ว ยังต้องซื้อเครื่องปรุงอื่น ๆ ได้แก่ น้ำตาล ซึ่งชาวบ้านต้องหาซื้อมาและราคาค่อนข้างแพง ต้องใส่เกลือ ข่าและตะไคร้ด้วย เมื่อคิดเป็นต้นทุนโดยรวมค่าแรงงานด้วยแล้วจะตกขวดละ 4-5 บาท ถ้าจะขายโดยบวกกำไรและค่าขนส่งด้วยจะต้องขายในราคาเกินกว่าขวดละ 5 บาท เมื่อเทียบกับน้ำปลาจากในเมืองส่งมาขายในหมู่บ้านขวดละ 3 บาท น้ำปลาที่ทำจากปลาร้าจะขายไม่ได้ เพราะแพงกว่ามาก ถึงแม้คุณภาพจะดีกว่าก็ตาม แต่อาจจะดีเกินไปสำหรับชาวบ้านที่มีฐานะค่อนข้างยากจน ฉะนั้นการส่งเสริมทำน้ำปลาจากปลาร้าจึงควรมุ่งส่งเสริมทำเพื่อการบริโภคในครัวเรือนเท่านั้น
3. จากการสอบถามเจ้าของบริษัททำน้ำปลาแห่งหนึ่งซึ่งหวังวัดขอนแก่น ได้ทราบว่าน้ำปลาที่ทำจากปลาร้าจะเก็บไว้ได้ไม่นานคือ ไม่เกิน 15 วัน จะขึ้นรา แต่สมาชิกของกลุ่มแม่บ้านที่หมู่บ้านคำไฮให้ข้อมูลว่า ถ้าทำน้ำปลาจากปลาร้าแล้วตากแดดไว้สัก 2-3 แดด ก็จะสามารถเก็บไว้ได้ 1-2 เดือน โดยไม่เสียและไม่ต้องใส่สารกันบูด แต่ถ้าไม่ได้ตากแดด จะเก็บไว้ได้เพียง 4-5 วัน เท่านั้น น้ำปลาก็จะเสีย น้ำปลาที่ทำจากปลาร้าจะเก็บไว้ได้นานเพียงเท่านั้น เป็นสิ่งที่จะต้องหาข้อเท็จจริงต่อไป และมีความสำคัญมากต่อการส่งเสริมผลิตน้ำปลาจากปลาร้าเพื่อการค้า ทั้งนี้เพราะถ้าน้ำปลาที่เก็บไว้ไม่ได้ จะยังส่งปัญหาทางด้านการตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะการขนส่งไปไกล ๆ จะทำไม่ได้เลย และการที่ร้านค้าหรือศูนย์ฯ จะซื้อเก็บไว้ขายก็เป็นไปไม่ได้เช่นกัน ตลาดน้ำปลาจะยิ่งแคบลงไปอีก

4. ถ้าน้ำปลาที่ทำจากปลาร้าเก็บไว้ได้นาน การที่จะให้น้ำปลาที่ทำจากปลาร้าขายแข่งกับน้ำปลาจากในเมืองได้ จะต้องลดต้นทุนต่อขวดน้ำปลาที่ทำจากปลาร้าลง โดยใส่น้ำเปล่าลงไ้มากขึ้น ก็จะได้น้ำปลามากขึ้น เมื่อคิดเป็นต้นทุนเฉลี่ยต่อขวดจะลดลง แต่คุณภาพของน้ำปลาจะลดลงด้วย ถ้าสามารถผลิตน้ำปลาที่มีคุณภาพดีกว่าหรือเท่ากับน้ำปลาจากในเมือง และต้นทุนในการผลิตเฉลี่ยต่อขวดถูกกว่าหรือเท่ากับราคาขายล้งน้ำปลาจากในเมืองบวกค่าขนส่งมาถึงหมู่บ้าน น้ำปลาจากปลาร้านี้ก็อาจจะขายแข่งกันได้

5. สำหรับหมู่บ้านที่อยู่ใกล้แหล่งน้ำขนาดใหญ่ จะส่งเสริมให้ทำน้ำปลาจากปลาเพื่อการค้าได้หรือไม่นั้น จากการสอบถามเจ้าของบริษัทผลิตน้ำปลาแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น ได้ทราบว่า ปลาที่มีอยู่ชุมและราคาถูกนั้นจะต้องเป็นปีที่มีน้ำมาก ซึ่งจะเกิดขึ้น 3-4 ปีครั้ง ส่วนปีปกติที่ปริมาณน้ำไม่มากปริมาณปลาจะมีน้อย เพียงพอกับการบริโภคประจำวันเท่านั้น จะมีเหลือทำน้ำปลาได้ก็ไม่มากนัก ผู้ที่จะทำน้ำปลาขายจะต้องซื้อปลาในปีที่มีปลามาก ๆ ซึ่งปลาจะถูกมาก ซึ่งหมักเก็บไว้หลาย ๆ ถัง แล้วทยอยนำมาทำเป็นน้ำปลาขายไปเรื่อย ๆ เมื่อมีปลามาก ๆ ก็ซื้อหมักตุนไว้อีก แต่การจะทำได้เช่นนี้จะต้องเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ใช้จ่ายเงินลงทุนจำนวนมาก เงินลงทุนที่สำคัญ ได้แก่ ค่าก่อสร้างโรงงานและถังหมักปลา เงินทุนซื้อปลามาหมักตุนไว้ และค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ แนะนำน้ำปลาให้ชาวบ้านรู้จัก ชาวชนบททั่ว ๆ ไป มีฐานะค่อนข้างยากจน จึงมีโอกาสทำธุรกิจเช่นนี้ได้ยาก หรือไม่ได้เลย

7. การทำขนมดอกจอกและข้าวเกรียบฟักทอง

การทำขนมดอกจอก

ประวัติความเป็นมา กลุ่มแม่บ้าน ที่บ้านโคกกล่ำม ตำบลลำวะเที อำเภอมะนัง จังหวัดขอนแก่น ได้รับการจัดตั้งและฝึกอบรมการทำขนมดอกจอก จากกรมการพัฒนาชุมชน เมื่อเดือนพฤษภาคม 2529 มีสมาชิกเข้ารับการอบรม 10 คน

ภาวะการผลิตและการตลาด ถึงแม้ว่าจะมีสมาชิกเข้ารับการอบรมจำนวน 10 คน แต่ภายหลังการอบรมกลุ่มได้ทำขนมดอกจอกขาย โดยมีสมาชิกร่วมทำเพียง 5 คน

และทำขนมขายได้ 3 ครั้งก็เลิกทำ โดยให้เหตุผลว่าสมาชิกของกลุ่มไม่ว่าง ไปรับจ้างสัก
แห่ ฝึกอวนกันหมด

การทำขนมดอกจอกต้องใช้วัตถุดิบ ดังนี้คือ แป้งข้าวเจ้า ไข่เป็ด หรือไข่ไก่
กะทิ และน้ำมันสำหรับทอด มีอุปกรณ์ที่สำคัญที่ต้องใช้คือ แบบพิมพ์ขนมและกระทะสำหรับทอด
เท่าที่เท่ามา เมื่อทำเสร็จก็ใส่ถุงพลาสติกไปแขวนขายตามร้านค้าในหมู่บ้าน โดยขาย 2
ดอก 1 บาท ได้กำไรเป็นค่าแรงคนละประมาณ 10-20 บาท ต่อวัน สมาชิกของกลุ่มให้
ข้อมูลว่า เท่าที่เท่าไปขายก็ขายได้หมด โดยคนที่ซื้อกินมีทั้ง เด็กและผู้ใหญ่

ปัญหาและข้อเสนอแนะ

1. ส่วนเหตุที่สำคัญที่กลุ่มนี้ทำขนมดอกจอกขายเพียง 3 ครั้งแล้วเลิก โดยให้
เหตุผลว่าไม่ว่างนั้น เพราะการไปรับจ้างทำอย่างอื่นได้ค่าจ้างมากกว่า ซึ่งในช่วงนั้นมี
โรงงานในเมืองมาจ้างสักแห่ ฝึกอวน โดยจ่ายค่าจ้างให้เป็นรายชิ้นการรับจ้างนี้จะได้ค่า
จ้างคนละประมาณ 20-30 บาท ต่อวัน ในขณะที่ทำขนมดอกจอกขายจะได้เพียงวันละ 10-
20 บาท ทางด้านความแน่นอนของรายได้จากการรับจ้างสักแห่ ฝึกอวน ก็มีความแน่นอน
มากกว่าด้วย ชาวบ้านคนหนึ่งบอกว่า เคยล่านกระต๊อบข้าวขาย ก็ได้รายได้ต่อวันมากกว่าทำ
ขนมดอกจอกขาย

2. ถ้าจะขายขนมดอกจอกให้แพงขึ้นเพื่อให้ได้กำไรเป็นค่าจ้างมากขึ้นก็ทำ
ไม่ได้ เพราะราคาที่ยาขนั้นเท่ากับราคาขนมดอกจอกที่โรงงานในหมู่บ้านทำขาย นอก-
จากนี้ยังมีขนมอีกมากมายหลายชนิดที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน และขายในราคาใกล้เคียงกัน
ฉะนั้นถ้าสมาชิกของกลุ่มจะขึ้นราคาขายขนมดอกจอก จะไม่มีใครซื้อ เพราะผู้ซื้อจะหันไป
ซื้อขนมดอกจอกของโรงงาน และขนมอื่น ๆ บริเวณแทน

3. ปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งของขนมดอกจอกคือ แดงง่าย การขนส่งไป
ไกล ๆ จะกระทำได้ลำบากและกินที่ในการขนส่งมาก ทำให้เสียต้นทุนสูง นับว่าเป็น
อุปสรรคที่สำคัญในการขยายตลาด สมาชิกของกลุ่มคนหนึ่งให้ความเห็นว่า "ขนมดอกจอกมี
ปัญหาในตัวของมันเองคือ เป็นขนมที่มีความเปราะบางมาก ต้องอาศัยความระมัดระวัง
ยากแก่การขนย้าย" ผู้วิจัยได้มีโอกาสสอบถามร้านขายส่งขนมร้านหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น

ร้านนี้ทำขนมขาย และรับขนมที่ทำจากที่อื่นมาขายด้วย เจ้าของร้านให้ความเห็นที่ "ขนมอื่น ๆ ทางร้านจะรับมาขาย ส่วนขนมดอกจอกจะไม่ซื้อ เพราะแตกง่าย"

การทำข้าวเกรียบฟักทอง

การส่งเสริมให้ชาวบ้านทำข้าวเกรียบฟักทองขาย เป็นอีกโครงการหนึ่งที่ทางกรมการพัฒนาชุมชน เข้าไปส่งเสริม และยังไม่ประสบความสำเร็จ คุณวรรณ บุตรดาจักร * เล่าให้ฟังว่า "ได้อบรมให้ชาวบ้านทำข้าวเกรียบฟักทองมาแล้วหลายรุ่น เป็นเวลาประมาณ 7 ปี มาแล้ว ยังไม่มีชาวบ้านทำต่อเพื่อการค้าเลย บางรุ่นมีผู้เข้ารับการอบรมบางคนทำภายหลังการอบรม แต่ทำไม่ได้ไม่กี่วันก็เลิก" สำหรับปัญหาที่ชาวบ้านที่ได้รับการอบรมไม่ทำต่ออาจพิจารณาได้ดังนี้

1. กว่าการที่เป็นการค้าแรงที่ได้จากการทำข้าวเกรียบฟักทองนี้อาจจะน้อยกว่าการไปรับจ้างทำอย่างอื่น และจะขึ้นราคาขายข้าวเกรียบฟักทอง เพื่อให้ได้กำไรเป็นค่าแรงมากขึ้นก็ทำไม่ได้ เพราะผู้บริโภคมีชนมอย่างอื่นที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน และราคาใกล้เคียงกัน ให้เลือกมากมาย

2. แท้จริงแล้ววัตถุดิบในการทำข้าวเกรียบฟักทอง เป็นสิ่งที่ชาวบ้านอาจจะปลูกได้เองคือ ฟักทอง แต่ก็มีวัตถุดิบอื่น ๆ ที่ชาวบ้านต้องซื้อ เช่น แป้งมัน เกลือ พริกไทย และกระเทียม เมื่อเวลาจะขายจะต้องทอดเสียก่อน ทำให้ต้องเสียค่าน้ำมันด้วย วัตถุดิบอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ฟักทองนี้เป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่ผู้ผลิตข้าวเกรียบฟักทองจะต้องซื้อหา มา ฉะนั้นถ้าขายข้าวเกรียบไม่ได้ก็ยิ่งจะทำให้ขาดทุน ทางด้านฟักทองนั้นก็ตลาดของมัน ถ้าชาวบ้านไม่นำมาทำข้าวเกรียบก็ขายได้ ยิ่งถ้าปีไหนผลผลิตฟักทองน้อย ราคาขายฟักทองจะสูงมาก ต้นทุนในการนำฟักทองมาทำข้าวเกรียบจะยิ่งสูงขึ้นไปอีก ชาวบ้านจะเลือกที่จะขายฟักทองมากกว่านำมาทำข้าวเกรียบ

3. ขั้นตอนในการทำข้าวเกรียบฟักทองค่อนข้างใช้เวลานาน เช่น ต้องนวดฟักทองให้ละเอียด และนวดกับส่วนผสม หลังจากนั้นต้องทิ้งค้างคืน แล้วนำมาหันตากแดด

* คุณวรรณ บุตรดาจักร เป็นเจ้าหน้าที่งานพัฒนาชุมชน 4

การใช้เวลานานเช่นนี้ถ้าคิดออกมาเป็นค่าแรงจะมาก เพราะช่วงเวลาที่ทำงานนี้ ก็เสียโอกาสที่จะไปทำงานอื่น ๆ ที่ได้รายได้ นอกจากนี้ร้านค้าที่ซื้อไป เวลาจะขายจะต้องนำมาทอดก่อนแล้วบรรจุลง ขั้นตอนนี้เป็นการเพิ่มงานให้กับร้านค้า ทำกับเป็นการเพิ่มต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการขายให้ร้านค้าด้วย ในขณะที่ถ้าร้านค้าซื้อขนมอื่น ๆ มาขายไม่ต้องเสียค่าแรง หรือค่าใช้จ่ายส่วนนี้

4. ปริมาณฟักทองที่ผลิตออกมานั้นเป็นฤดูกาล ข้าวเกรียบฟักทองจะต้องทำในช่วงที่ฟักทองออก การผลิตจึงมีลักษณะเป็นฤดูกาลไปด้วย ถ้าจะให้มีข้าวเกรียบขายตลอดทั้งปี จะต้องทำเก็บสต็อกไว้ ซึ่งจะต้องเสียค่ากักเก็บต่าง ๆ ด้วย ในขณะที่ขนมอื่น ๆ ที่สามารถบริโภคทดแทนข้าวเกรียบฟักทองได้ ไม่มีลักษณะเป็นฤดูกาล สภาพเช่นนี้การทำข้าวเกรียบฟักทองจึงมีข้อเสียเปรียบ ซึ่งถ้าไม่สามารถเพิ่มราคาขายได้ ในขณะที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการกักเก็บก็อาจจะทำให้ขาดทุนได้

5. สรุปและเสนอแนะ

1. สินค้าที่ผลิตออกมาแล้วไม่ค่อยมีปัญหาด้านการตลาด จะเป็นสินค้าที่ข้าวขนบที่ใช้เป็นสินค้าจำเป็น คุณภาพและราคาขายเหมาะสมกับฐานะทางเศรษฐกิจของเขา เช่น หม้อไม้บิ๊บ กระติบข้าว เสื่อกกระรรมตา และที่นอน
2. สินค้าที่มีคุณภาพดี ผู้ใช้อยู่ในเมือง การกำหนดราคาสินค้าก็กำหนดมาจากในเมืองกำลังมีปัญหาด้านตลาด เช่น ผ้าลายขิด ผ้ามัดหมี่ และเสื่อพับได้แบบสันทูป น้ำปลาที่ทำจากปลาร้าถึงแม้จะเป็นสิ่งจำเป็นที่ข้าวขนบต้องบริโภค แต่คุณภาพดีเกินไป ต้นทุนการผลิตสูง จะขายแข่งขันสู้กับน้ำปลาจากในเมืองไม่ได้
3. ขนมต่าง ๆ ถึงแม้ว่าข้าวขนบจะซื้อรับประทานมาก แต่ก็มีขนมขายหลายชนิด คุณภาพและราคาใกล้เคียงกัน การแข่งขันทางด้านการผลิตจึงมีค่อนข้างสูง ในขณะที่เตียวกันทางด้านผู้บริโภคก็มีแนวโน้มให้เลือกบริโภคทดแทนกันได้มาก สภาพเช่นนี้การกำหนดราคาขนมที่จะผลิตในหมู่บ้านจึงทำไม่ได้อย่างอิสระ โดยต้องคำนึงถึงราคาขนมจากในเมืองเป็นสำคัญ และแท้จริงแล้วการทำขนมใด ๆ ก็ตามจะมีส่วนผสมหลายอย่าง ถึงแม้ว่าส่วนผสม-

อย่างหนึ่งจะผลิตได้ในหมู่บ้าน แต่ส่วนผลผลิตหลายอย่างอาจต้องซื้อจากในเมืองธุรกิจผลิต-
ขนมขายในหมู่บ้าน สิ่งเป็นไปได้นั้นค่อนข้างยาก เช่น กรณีการทำขนมดอกจอก และข้าวเกรียบ-
พริกทอง เป็นต้น

4. แท้จริงแล้วชาวชนบทส่วนใหญ่มีงานทำตลอดเวลา ถ้าเขาไปทำงานอย่าง
หนึ่งก็จะทำงานอีกอย่างไม่ได้ ฉะนั้นในเวลาใดเวลาหนึ่งชาวชนบทจะเลือกทำงานที่ให้รายได้
มากที่สุด และเป็นรายได้ที่ค่อนข้างแน่นอน ตัวอย่างที่กลุ่มแม่บ้านไม่ทำขนมดอกจอกขาย แต่
ไปรับจ้างปักแห ปักอวนแทน เป็นข้อมูลยืนยันในเรื่องนี้ได้เป็นอย่างดี ดังนั้นในการส่งเสริม
ให้ชาวชนบททำอะไรขาย สิ่งที่ทำนั้นจะต้องได้รายได้เป็นค่าแรงมากกว่าที่เขาเคยได้ และ
จะต้องมีความแน่นอนพอสมควร ชาวชนบทจึงจะตัดสินใจทำ

5. ในปัจจุบันนี้ มีโรงงานในเมืองไปจ้างชาวชนบทผลิตสินค้าให้โดยจ้างเป็น
รายชิ้นและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นด้วย เช่น การจ้างปักแห ปักอวน และการจ้างทอผ้า
สภาพเช่นนี้เป็นการเพิ่มโอกาสในการรับจ้างทำงาน หรือเพิ่มโอกาสในการหารายได้ของ
ชาวชนบท ฉะนั้นการที่จะไปส่งเสริมให้ชาวบ้านทำธุรกิจผลิตอะไรขายสิ่งต้องคำนึงถึงทาง
เลือกข้างต้นนี้ของชาวชนบทด้วย

6. การส่งเสริมการฝึกอาชีพในชนบทควรจะเน้นไปที่การทำเป็นกลุ่มโดย
เป็นเจ้าของปัจจัยร่วมกัน ร่วมผลิต และร่วมขายสินค้า เพราะจะสามารถผลิตได้ปริมาณ
มาก ความสม่ำเสมอของผลผลิตอาจมีมากขึ้น ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยทั้งด้านการผลิตและการ
ตลาดอาจลดลงได้ นอกจากนี้ยังมีอำนาจต่อรองทั้งด้านการซื้อปัจจัยการผลิตและขายผล
ผลิต ยิ่งกว่านั้นยังเป็นการส่งเสริมโครงการพัฒนาองค์กรประชาชนอีกด้วย

บทที่ 6

สรุปและเสนอแนะ

1. สรุป

การฝึกอบรมให้ชาวชนบทของกรมการพัฒนาชุมชนเท่าที่ดำเนินการมาส่วนใหญ่ มุ่งฝึกอบรมให้ชาวชนบทผลิตสินค้า เพื่อขายให้ประชาชนที่อยู่ในเมือง ประสบปัญหาที่สำคัญ อย่างน้อย 2 ประการคือ ประการที่หนึ่ง ต้องแข่งขันกับสินค้าที่ผลิตจากโรงงานในเมือง ซึ่งมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าและมีข้อได้เปรียบทางด้าน การขนส่ง ประการที่สอง มีผู้ผลิตสินค้า เพิ่มขึ้น ในขณะที่ความต้องการเพิ่มขึ้นไม่มากนัก สภาวะตลาดจึงอยู่ในสภาพอิ่มตัว แนวคิดในการแก้ปัญหาด้านการตลาดอย่างต้นประการหนึ่ง คือการเปลี่ยนไปส่งเสริมให้ชาวชนบทผลิตสินค้าที่ประชาชนส่วนมากต้องการ เนื่องจากประชาชนส่วนมากอยู่ในชนบท ความต้องการสินค้าส่วนใหญ่จึงอยู่ในชนบท ในขณะที่เดียวกันสินค้าที่ชาวชนบทซื้อบริโภคส่วนมาก เป็นสินค้าที่ซื้อมาจากในเมือง ฉะนั้นจะมีความเป็นไปได้มากขึ้นเพียงใดในการส่งเสริมผลิตสินค้า เหล่านี้ในหมู่บ้าน

วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการศึกษารายนี้ ก็เพื่อจะตอบคำถามข้างต้น ในการตอบคำถามนี้ผู้วิจัยได้ศึกษามูลค่าขายสินค้าของศูนย์สำรการตลาดจำนวน 103 ศูนย์ฯ ในช่วงเวลา 1 ปี คือเดือนกรกฎาคม 2528 ถึง มิถุนายน 2529 และศึกษาชาวชนบทที่ทำธุรกิจผลิตสินค้าที่เคยได้รับการฝึกอบรม หรือคำแนะนำส่งเสริมจากกรมการพัฒนาชุมชน จำนวน 7 ประเภท ได้แก่ ทอผ้ามัดหมี่และลายขิด เย็บกันนอน สักล้าน ทอเสื่ออก ทำหม้อไม้บิ๊บ ทำน้ำปลา และทำขนม ในท้องที่จังหวัดกาฬสินธุ์ ขอนแก่น อุดรธานี และหนองคาย

ผลการศึกษารูจรกิจการขายสินค้าของศูนย์ฯ จำนวน 103 ศูนย์ฯ พบว่า มีมูลค่าขายสินค้านรวมทุกประเภท ในช่วงเวลาที่ศึกษาถึงประมาณ 21.29 ล้านบาท เฉลี่ยเดือนละประมาณ 1.77 ล้านบาท เดือนที่มีมูลค่าขายมากที่สุดคือ พฤษภาคม (2.02 ล้านบาท) และเดือนที่มีมูลค่าขายต่ำสุดคือกันยายน (1.53 ล้านบาท) มูลค่าขายสินค้าทุกชนิดเฉลี่ย

ต่อหน่วยฯ ประมาณ 0.21 ล้านบาท แยกเป็นมูลค่าขายของใช้มากที่สุด (ร้อยละ 34) รองลงมาคือ ของกิน (ร้อยละ 32) เครื่องดื่ม (ร้อยละ 20) ปัจจัยการผลิต (ร้อยละ 10) และยารักษาโรค (ร้อยละ 4) ตามลำดับ

มูลค่าขายสินค้าที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้านรวม 103 หน่วยฯ เท่ากับประมาณ 1.94 ล้านบาท เฉลี่ยเดือนละประมาณ 0.16 ล้านบาท เดือนที่มีมูลค่าขายมากที่สุดคือ เมษายน (0.18 ล้านบาท) และเดือนที่มีมูลค่าขายต่ำสุดคือกันยายน (0.15 ล้านบาท) มูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านเฉลี่ยต่อหน่วยฯ เท่ากับ 18,788 บาท แยกเป็นของกินแปรรูปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80 ของมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้าน รวมทั้งทั้งหมด รองลงมาคือของกินชิ้นกัน (ร้อยละ 15) และของใช้ (ร้อยละ 5) ตามลำดับ

มูลค่าขายสินค้านั้นจะเปลี่ยนแปลงขึ้น ๆ ลง ๆ ในแต่ละเดือน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามมูลค่าขายของใช้และของกินชิ้นกัน ส่วนมูลค่าขายยารักษาโรคไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก มูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านเปลี่ยนแปลงขึ้น ๆ ลง ๆ เช่นเดียวกัน และเปลี่ยนแปลงตามมูลค่าขายของกินแปรรูปที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้าน ในขณะที่ของใช้ที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้านไม่เปลี่ยนแปลงมากนักในแต่ละเดือน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าขายสินค้านั้น และมูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้าน กับปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ จำนวนประชากรในหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ จำนวนวัด โรงเรียน ร้านค้าเอกชน และระยะทางระหว่างหมู่บ้าน กับตลาดในเมือง ไม่สามารถบอกผลกระทบหรือความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่าง ๆ กับตัวแปรตามได้ เพราะค่าสถิติที่คำนวณได้ไม่สามารถปฏิเสธข้อสมมุติฐานที่ว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่สัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ

การศึกษารูกระจุกอุตสาหกรรมในครัวเรือนพบว่า สินค้าที่ชาวชนบทผลิตเพื่อการค้าส่วนมากชาวชนบทเคยผลิตมาก่อนที่กรมการพัฒนาชุมชนเข้าไปส่งเสริม โดยกรมฯ เข้าไปส่งเสริมรวมกลุ่มเพื่อฝึกอาชีพ ปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ดีขึ้นและส่งเสริมผลิตร่วมกัน

และขายร่วมกัน การผลิตสินค้าที่ศึกษามีปัญหาทั้งด้านการผลิตและการตลาดมากน้อย แตกต่างกันไป ปัญหาด้านการผลิตที่สำคัญมี 2 ประการ คือ ปัญหาขาดความชำนาญในการผลิต เช่น การเย็บที่นอน ผีมือยังไม่ดีเท่าที่นอนที่เย็บในเมือง การทำหมอนไม้ซิป ยังมีปัญหาซิปแตก บวม เป็นต้น และปัญหาด้านวัตถุดิบ เช่น ด้ายสำหรับทอผ้า ต้องซื้อจากในเมือง ราคาเปลี่ยนแปลงตามภาวะตลาดการเย็บที่นอนและเสื้อผ้าโตแบบสั่งทอ ยังมีสีกรไม่เพียงพอ ซิปสำหรับทำหมอนไม้ซิปราคาแพง หมอนไม้และต้นไม้มีเหลือน้อยลงทุกที และมีปัญหาการปลูก ต้นไม้ เป็นต้น

การผลิตสินค้าที่ชาวชนบทส่วนมากใช้ เช่น หมอนไม้ซิป กระติบข้าว เสื้อกั๊ก ธรรมดา และที่นอน ประสบปัญหาด้านการตลาดน้อยกว่า การผลิตสินค้าที่ต้องพึ่งตลาดในเมือง เป็นส่วนใหญ่ เช่น ผ้าลายขิด ผ้ามัดหมี่ และเสื้อผ้าโตแบบสั่งทอ ถึงแม้ว่ากรมฯ จะได้ฝึกอบรมให้ชาวชนบททำขนมดอกจอกและข้าวเกรียบฟักทองขายมาหลายปีแล้ว แต่ปัจจุบันยังไม่มี ชาวชนบทที่ได้รับการฝึกอบรมทำเพื่อการค้าเลย สำหรับชาวชนบทที่เคยได้รับการฝึกอบรม ทำผ้าปลารจากปลาร้า ภายหลังการอบรมเคยทำน้ำปลาเพื่อใช้บริโภคในครัวเรือนเท่านั้น ไม่เคยทำเพื่อการค้า ถึงแม้ว่ากรมฯ จะส่งเสริมให้ชาวชนบทประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม ในครัวเรือนเป็นกลุ่ม แต่ในปัจจุบันสภาพกลุ่มยังไม่พัฒนาไปเท่าที่ควร โดยเฉพาะยังมีบทบาท น้อยมากทางด้านรวมกันผลิตและรวมกันขาย

2. ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษามูลค่าขายสินค้าที่อาจจะผลิตได้ในหมู่บ้าน แสดงให้เห็นว่า มีความเป็นไปได้ในการส่งเสริมการผลิตสินค้าเหล่านี้ในหมู่บ้าน สินค้าที่ส่งเสริมผลิตนี้ นอกจากจะขายที่ศูนย์ฯ ในหมู่บ้านนั้นแล้ว ควรส่งเสริมให้มีการซื้อขายระหว่างศูนย์ฯ และ ระหว่างศูนย์ฯ กับร้านค้าเอกชนต่าง ๆ ที่อยู่ต่างหมู่บ้านและต่างตำบลด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ สามารถขยายตลาดและปริมาณการผลิต แต่การจะส่งเสริมให้มีการค้าเช่นนี้ได้ศูนย์ฯ ต่าง ๆ อาจจะต้องผลิตสินค้าต่างชนิดกัน โดยพิจารณาจากความเหมาะสมและข้อได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทั้งด้านการผลิตและการตลาด

2. การส่งเสริมผลิตสินค้าอะไร จะต้องแยกให้ชัดเจนว่าจะผลิตสินค้า เพื่อขายให้ผู้ซื้อในเมืองหรือในชนบท สินค้าที่ผลิตจะต้อง เหมาะสมกับกลุ่มผู้ซื้อทั้งด้านคุณภาพ และราคา เนื่องจากชาวชนบทมีฐานะยากจนสินค้าที่ซื้อส่วนมากจึง เป็นสินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพ คุณภาพของสินค้าไม่สิ้นนัก ซึ่งเหมาะสมกับราคาไม่สูงนัก และเนื่องจากประชาชนส่วนมากอยู่ในชนบท จึงควรพิจารณาส่งเสริมผลิตสินค้าที่ชาวชนบทต้องการ และเป็นสินค้าที่ผลิตโดยใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในหมู่บ้านด้วย

3. ในการส่งเสริมผลิตสินค้าอะไร ควรจะพิจารณาปัจจัยทางด้านตลาด ควบคู่ไปกับแหล่งวัตถุดิบ คุณภาพและปริมาณของวัตถุดิบ ปัญหาการแข่งขันจากสินค้าชนิดเดียวกันที่ผลิตจากในเมือง การแข่งขันจากสินค้าอื่น ๆ ที่ใช้บริโภคทดแทนได้ และสินค้าที่ใช้ประกอบกัน นอกจากนี้ควรจะพิจารณาแหล่งที่ตั้งที่มีข้อได้เปรียบคู่แข่งทางด้านการตลาดด้วย

4. ควรส่งเสริมการผลิตสินค้าต่อเมื่อควบคู่ไปด้วย เช่น การส่งเสริมปลูกไม้ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมทำหน่อไม้ปิ้ง และผักลั่น ส่งเสริมปลูกต้นทุ่นควบคู่ไปกับการส่งเสริมเย็บที่นอน ทั้งนี้เพื่อแก้ปัญหาคารขาดแคลนวัตถุดิบในอนาคต และเพื่อให้สามารถขยายปริมาณการผลิตได้โดยไม่มีข้อจำกัดทางด้านปริมาณวัตถุดิบ

5. การส่งเสริมการผลิตสินค้าควรส่งเสริมให้ผลิตเป็นกลุ่มโดยอาจจะ ส่งเสริมเป็นกิจกรรมหลักอีกกิจกรรมหนึ่งของกลุ่มออมทรัพย์ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้จำนวนมากขึ้น จะช่วยลดต้นทุนการผลิต ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการตลาด โดยเฉพาะค่าขนส่ง อาจจะช่วยทำให้สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตในเมืองได้ และช่วยให้สามารถขยายตลาดได้มากขึ้นด้วย นอกจากนี้ยัง เป็นการส่งเสริมการพัฒนาองค์กรประชาชน

6. เนื่องจากการศึกษาเป็นเพียงการศึกษาขั้นต้นเท่านั้น ฉะนั้นก่อนที่กรมฯ จะเริ่มฝึกอบรมให้ชาวชนบทผลิตสินค้าชนิดใด ควรจะทำการศึกษารายละเอียดทางด้าน ต้นทุนการผลิตและการตลาด ตามแนวที่เสนอไว้ในรายงานนี้ นอกจากนี้จะต้องคำนึงถึงผลตอบแทนที่เป็นค่าแรงงานที่ได้จากการผลิตสินค้าที่ส่งเสริม เปรียบเทียบกับค่าแรงงานที่ละได้ รับจากการไปรับจ้างทำงานอย่างอื่น

3. ข้อจำกัดของการศึกษาและข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อ

เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านเวลาของผู้วิจัยและวัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ เพียงเพื่อตอบคำถามเบื้องต้นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการส่งเสริมการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าในหมู่บ้าน โดยดูจากมูลค่าขายสินค้าของศูนย์สำรึกการตลาดเท่านั้น ผลการศึกษานี้จึงไม่สามารถบอกได้ว่าปริมาณสินค้าที่ใช้บริโภคในหมู่บ้านใดหมู่บ้านหนึ่งทั้งหมู่บ้านเป็นเท่าไร ทั้งนี้เพราะไม่ได้เก็บข้อมูลปริมาณ และมูลค่าสินค้าที่ขายโดยร้านค้าอื่น ๆ ทั้งหมด นอกจากนี้ ยังไม่ได้สำรวจทรัพยากรของแต่ละหมู่บ้านว่ามีมากน้อยเพียงใด ที่จะสามารถนำไปผลิตสินค้าอะไรได้บ้าง และไม่ได้สำรวจทัศนคติของประชาชนในแต่ละหมู่บ้าน ว่ามีความคิดเห็นอย่างไร จะมีปัญหาและอุปสรรคอะไรบ้างในการผลิตสินค้าเหล่านี้ในหมู่บ้าน

ถึงแม้ว่าผู้วิจัยจะได้เก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาด้านการผลิตและการตลาดด้วย แต่เป็นการเก็บข้อมูลโดยเจาะจงในบางจังหวัดเท่านั้น ผลของการศึกษานี้อาจจะแตกต่างจากท้องถิ่นอื่น ๆ และไม่สามารถตีความผลการศึกษาเป็นการทั่วไปได้

ดังนั้นก่อนที่จะส่งเสริมให้ชาวบ้านผลิตสินค้าอะไร ควรจะศึกษาประเด็นต่าง ๆ ตามที่เสนอไว้ในข้อเสนอแนะข้างต้นก่อน และถ้าจะศึกษาเรื่องนี้ต่อไป ขอบเขตของการศึกษาคควรครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ที่เป็นข้อจำกัดของรายงานนี้

ภาคผนวก

หมวดหมู่สินค้าที่ขายที่ศูนย์ลำริดการตลาดที่ศึกษา เป็นตัวอย่างหมวด 1 ปัจจัยการผลิต แบ่งเป็นประเภทได้ดังนี้

1.1. ปุ๋ยเคมี

- ปุ๋ยยูเรีย
- ปุ๋ยไฮโพน

1.2. สารฆ่าแมลง

- ยากำจัดศัตรูพืช
- ยาปราบศัตรูพืช

1.3. ปัจจัยการผลิตอื่น ๆ ที่ต้องซื้อจากในเมือง

1. เมล็ดพันธุ์
2. หัวอาหารสัตว์, ไข่, นก
3. ใบไม้
4. จอบ
5. บัวรดน้ำ
6. สายยางรดน้ำ
7. เชือกไถนา
8. เต็มยางรถ, ยางรถยนต์
9. น้ำมันเบนซิน
10. น้ำมันโซล่า
11. ผานไถนา

หมวด 2ยารักษาโรค ได้แก่

1. น้ำเกลือ
2. ยาล้างมือประจำบ้าน และอื่น ๆ
ยาหอมแก้ลม, ยาราดน้ำแดง, เพนนิซิลิน
ยาฆ่า, โพลีดอน, ฮีโร่
ไวตุล, แอนตาซิน, โตโอซิน
โอรโอมัยซิน, ยาห้ามใจ, วิตามินรวม
เฮโมวิต, ยาบรรเทา, ยาคุมารบีนเพย์ร
ยาเย็บตราไบโพร์, ยาอามิโก้, ยาตราโก้
ยาแก้ปวดท้อง, ยาถ่าย, ยาถ่ายพยาธิ
ยาดอง, ยาแก้อา, โบทัน, ริดส์
น้ำมันมวย, น้ำมันสะโตล, ทราโวเจน ฯลฯ

หมวด 3เครื่องดื่ม แบ่งเป็นประเภทได้ ดังนี้

3.1 สุรา ได้แก่

แม่โขง, กวางทอง, หงษ์ทอง

แสงโล่ม, สุราแดง, สุราขาว

- เปียร์

- สิโพ, กระทั่งแดง

3.2 น้ำอัดลมต่าง ๆ

- แลคตาซอย

หมวด 4 อุปกรณ์ของใช้ในบ้าน แบ่งเป็นประเภทได้ ดังนี้

- 4.1 อุปกรณ์ของใช้ในบ้านที่ซื้อจากในเมือง
- 4.2 อุปกรณ์ของใช้ในบ้านที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้าน

4.1 อุปกรณ์ของใช้ในบ้านที่ซื้อจากในเมือง มีดังนี้

1. กล้องถ่ายรูป
2. กระดาษ
3. กระดาษ
4. กางเกงใน
5. แกลลอนใส่น้ำ
6. แก้วน้ำ
7. กิ๊บติดผม
8. กระโปรง - เสื้อนักเรียน
9. ขวดนม
10. กาวลาเท็กซ์
11. กาวปะรถ
12. แก๊ป
13. ยันน้ำ, ยันพลาสติก
14. ครุตั้งต้กรน้ำ, ถังพลาสติก
15. ครก
16. ช้อน
17. น้ำมันก๊าด
18. ตะหลิวตีกลั่น
19. ตะเกียง

20. ไล่ตะเกียง
21. ถ้วย
22. ตู้ยารัดแอม
23. บานพับ
24. แบตเตอรี่
25. บาลาส์ไฟฟ้า
26. ไขมิด, มิดโกน, มิดยีนเลท
27. แปรงสีฟัน
28. แปรงชักผ้า
29. ผ้ายางพลาสติก
30. ผ้ายางกั้นฝน
31. ผ้าเช็ดตัว
32. ผ้าแดง
33. ไฟฉาย, ถ่านไฟฉาย
34. ไฟแฮ็ค, ถ่านไฟแฮ็ค
35. น็อต
36. ยางรถจักรยาน, ยางนอกรถจักรยาน
37. ยางในรถยนต์
38. ไม้แขวนเสื้อ
39. ไม้บรรทัด
40. ไม้หนีบผ้า
41. รองเท้า
42. รองเท้าฟองน้ำ

43. รางไฟฟ้า
44. ลวด
45. สายพาน
46. สายไฟฟ้า
47. สวิตช์เตอร์
48. ฝอยขัดหม้อ, แผ่นใยขัดหม้อ (ล็ก๊อตไบรท์ เบอร์รี่ไบรท์)
49. หวี
50. หลอดไฟฉาย
51. ดินไฟแฮ็ค
52. หลอดไฟฟ้า, หลอดฟลูออเรสเซนต์, หลอดนีออน, หลอดดาว
53. หัวเทียนแบตเตอรี่ หัวเทียนไฟ, หัวเทียนไฟฉาย
54. หม้อ
55. หัวนมยางนู้ก
56. เหล็กปิ้ง
57. เหล็กคียบถ่าน
58. หมั่งสติก
59. อุปกรณ์ไฟฟ้าต่าง ๆ
60. น้ายาฟอกขาว ไฮเตอร์
61. กระจก
62. ถ่านแก๊ซก๊อช
63. เครื่องสำอางค์ ได้แก่ ครีมทาหน้า, ครีมบำรุงผิว, ครีมทามม, ครีมทามม สลิปสติก
64. สบู่ต่าง ๆ, สักซ์, ปาล์มไอส์ฟ, นกแก้ว, แคร้, โลห้บอย, อิง

65. แป้งน้ำ มอญ เลย์ยะ
66. แป้งฝุ่น เต็กแคร์, จอห์นสัน, เปาโล, สี่ปีงของ
67. ยาสีฟันคอลเกต, ไกลซ์ดิด, ตาร์กี้
68. ปากกาลูกสั้น
69. ผ้าอนามัย
70. เชือกพาง
71. ผงซักฟอก บริลล์, แพ็บ, เปาบุ๊ซจัน
72. ยาแก้ปวด, น้ำยาตัดผม
73. ยาสีฟัน, ซัลซิล, แพซ์ซ่า
74. ยากันยุง
75. ยาฆ่าแมลง (กระป๋องสเปรย์) เซลท็อก, ไบกัน, คีตี้
76. ยางหนังสือกระดาษของ
77. ถุงพลาสติก
78. หลอดดูด
79. ไม้ขีดไฟ
80. ลูกปืน
81. ลูกปืนแก้ว
82. ลูกตะกั่ว
83. ถุงยาง
84. ระเบิด
85. ส้มต๋อเยนหนังสือ
86. สาลี
87. ตะปูตีไม้, ตีสังกะสี

88. เกียนโย, รูป
89. น้ำมันไฟแฉักรอนสัน
90. น้ำยาขัดเงา
91. น้ำกลั่น
92. น้ำกรด
93. ยาขัดรองเท้า (กรี)
94. ยาขัดห้องน้ำ
95. ข่องจดหมาย, แลตมป์
96. กระจาดขอนามัย
97. กระจาดชำระ
98. ดินปะสิว
99. ผึ่งเปียง
100. ผึ่งดี
101. กระจาดทำดอกไม้
102. ล้าง
103. เชือกทอเสื่อ
104. เชือกหวาย
105. ตาข่ายไนล่อน, มง (ตาข่ายตักปลา)
106. เบ็ดตกปลา, ล่ายเอ็นเบ็ด
107. ต้ายไนล่อน, ต้ายรัง, ต้ายโทเร, ต้ายเอ็นเขียว
ต้ายโอส่อน, ต้ายเย็บผ้า
108. ซิป
109. ค้าย ประดิษฐ์

- 110. สีย้อมไหม, สีย้อมกก
- 111. ผ้าขาว, ผ้าเย็บเครื่องทำ
- 112. ไหมพรม
- 113. เข็มเย็บผ้า
- 114. เข็มหมุด
- 115. เข็มเย็บจักร
- 116. เข็มเย็บกระสอบ
- 117. น้ำมันหยอดจักร
- 118. หินเหล็กไฟ

4.2 ของใช้ในบ้านที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้าน มีดังนี้

- 1. จอบ
- 2. ผ้าถุง
- 3. หมวกสาน ไม้ไผ่, ใบลาน
- 4. ปอผาง
- 5. เตาดิน, เตาทองต้ม, เตาท่าน, ลิ่นเตา
- 6. ไม้กวาด
- 7. เขือกปอ

หมวด 5

ของบริโภค แบ่งเป็นประเภทได้ดังนี้

- 5.1 ของบริโภคที่ซื้อจากในเมือง
- 5.2 ของบริโภคที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้าน

5.1 ของบริโภคที่ต้องซื้อจากในเมือง มีดังนี้

1. เกลือ
2. กาแฟ
3. ขนมปัง
4. ฮอสส์ล และลูกกวาดต่าง ๆ
5. ขนมปังเชียงใหม่
6. ขนมปังมิโล
7. กระจ่างมวนยาเส้น
8. น้ำตาลทราย
9. มาม่า, ย่าย่า, ไวไว
10. ขนมเปีย
11. ยาจีน
12. โยดดา
13. นมข้นหวาน
14. น้ำมันพืช (ถั่ว, กิพ)
15. บุหรี่
16. ปูนกินหมาก
17. ปลากระป๋อง
18. ปลาหมึก
19. ปลาทุ
20. แป้งมัน
21. แป้งสังคโปร์
22. สำอูเม็ด

23. แป้งล่าดู
24. ปลาหมึกย่าง
25. ปลาเค็มแห้ง
26. ปลาทุเค็ม
27. ปลาหวาน
28. ผงฟูรส
29. วั่นทำขนม
30. วั่นเส้น, เส้นหมี่, บะหมี่
31. ซีอิ๊วแผ่น
32. ผลไม้กระป๋อง
33. โอวัลติน, ไมโล
34. ผงพะโล้
35. ไอศกรีม

5.2 ของบริโภคที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้าน แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

- 5.2.1 ของบริโภคที่เป็นสินค้าขั้นต้นที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้าน
- 5.2.2 ของบริโภคที่เป็นสินค้าแปรรูปที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้าน

5.2.1 ของบริโภคที่เป็นสินค้าขั้นต้นที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้าน มีดังนี้

1. กระเทียม
2. หัวหอม
3. ไข่เป็ด, ไข่ไก่
4. มะเขือ
5. งา

6. พริก
7. พริกไทยเม็ด
8. ผักต่าง ๆ พักทอง, กระหล่ำปลี, ผักกาด
9. มะนาว
10. ใบพลู
11. หอมก

5.2.2 สินค้าแปรรูปที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้าน มีดังนี้

1. กระเทียมดอง
2. ขนมหกัณฐ์
3. ขนมหง
4. ข้าวพอง
5. ขนมหางเสียด
6. ขนมหองม้วน
7. กล้วยฉาบ
8. มันฉาบ, เผือกฉาบ, มันฝรั่ง
9. หมักกรอบ
10. มะพร้าวแก้ว
11. ขนมหกรอบเค็ม
12. ถั่วลิสงทอด
13. ข้าวสารเจ้า
14. ข้าวเกรียบ
15. ข้าวคั่วกระเพาะ
16. ขนมหัก

17. : ถั่วกรอบแก้ว
18. ขนมดอกจอก
19. : ถั่วลิสงอบแห้ง, คั่ว
20. ขนมถั่วตัด
21. ครอบแครง
22. ขนมต่าง ๆ
23. ปลาร้า
24. ปลาแห้งผัด
25. พริกไทยป่น
26. น้ำปลา
27. มะขามแก้ว
28. หน่อไม้ดอง
29. ข้าวกระยาสาด
30. ขนมมาลี
31. อาหารเสริมชาวบ้านทำเอง
32. แป้งข้าวเจ้า
33. แป้งข้าวเหนียว
34. ผักกาดดอง
35. เต้าเจี้ยว
36. ซอสพริก, มะเขือเทศ
37. ซีอิ้ว
38. ขนมเม็ดแต้
39. : ถั่วโถ้แก้ว

40. น้ำมันหมู
41. น้ำตาลปีบ
42. น้ำส้มสายชู
43. ขนมหิม
44. ข้อสัตว์เขา
45. ผักกาดกระป๋อง
46. ยาเส้นสูบ

บรรณานุกรม

- กองปฏิบัติการ กรมการพัฒนารัฐบาล กระทรวงมหาดไทย "แนวทางการปฏิบัติงาน
บางประการในงานพัฒนารัฐบาล", 9 มีนาคม 2528
- กองปฏิบัติการและสำนักงานโครงการเงินกู้ กรมการพัฒนารัฐบาล กระทรวงมหาดไทย
"การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบตามแผนพัฒนาชนบทภาค
ระดับหมู่บ้าน ปี 2529", 2529
- กองวิจัยและประเมินผล กรมการพัฒนารัฐบาล กระทรวงมหาดไทย "แนวทางการ
พัฒนาธุรกิจการตลาดและการพัฒนาทุนของเกษตรกรไทย : ศึกษากรณี
ร้านค้ากลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต", รายงานวิจัย, มีนาคม 2525
- _____ "ปัจจัยที่มีผลต่อความแตกต่างในความสำเร็จของกลุ่มออมทรัพย์
เพื่อการผลิต", รายงานวิจัย, 2528
- _____ "การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อเนื่องจากการฝึกอาชีพเยาวชน (ระยะยาว",
เอกสารรายงานวิจัย ฉบับที่ 2/2528
- _____ "บทบาทการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจและสังคมของสตรีชนบทตาม
โครงการความร่วมมือระหว่างกรมการพัฒนารัฐบาล กับองค์การอาหาร
และเกษตรแห่งสหประชาชาติ (เอฟ. เอ. โอ)", รายงานวิจัย, ธันวาคม
2524
- _____ "ปัจจัยที่สนับสนุนและเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของกลุ่มสตรี",
เอกสารรายงานวิจัย ฉบับที่ 1/2528
- กองพัฒนาสตรีและเด็ก กรมการพัฒนารัฐบาล กระทรวงมหาดไทย "ขั้นตอนการดำเนิน
กิจกรรมระดับความสำเร็จของกิจกรรม โครงการพัฒนาสตรีอาเซียน และ
กรณีศึกษาการประสบความสำเร็จมาก บ้านโนนสว่าง และประสบความสำเร็จ
น้อย บ้านเหล่าขาว", รายงานวิจัย, 2527

_____ "กองทุนศาสตร์และเด็กในรอบปี 2527" , 2527

_____ "กองทุนศาสตร์และเด็กในรอบปี 2528" , 2528

กองทุนเยาวชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย "รายงานผลงาน
ประจำปี 2528" , ตุลาคม 2528

คณะทำงานติดตามประเมินผลโครงการฝึกอบรมอาชีพสตรี สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี "สรุปรายงานการติดตามประเมินผลโครงการฝึกอบรมอาชีพสตรี ตาม
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 ในเขตพื้นที่ชนบทยากจน
(38 จังหวัด)" (ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์)

ลลิต โภคัยยานนท์, วรวรรณ คู่ภรรยา และ คณะ "รายงานเบื้องต้น ประกอบ
การประชุมเชิงปฏิบัติการการประเมินผลกิจกรรมเพิ่มพูนรายได้ของสตรีและ
เยาวชน ของกรมการพัฒนาชุมชน" , สิงหาคม 2529

บทคัดย่อ

การฝึกอาชีพให้ชาวชนบทของกรมการพัฒนารัฐชนบทที่ดำเนินการมา ส่วนใหญ่มุ่งฝึกให้ชาวชนบทผลิตสินค้าขายให้ผู้บริโภคในเมือง ประสบปัญหาการแข่งขันกับผู้ผลิตในเมืองและตลาดขยายตัวน้อยกว่าปริมาณการผลิต งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาความเป็นไปได้ในการส่งเสริมให้ชาวชนบทผลิตสินค้าเพื่อขายในหมู่บ้าน โดยพิจารณาจากมูลค่าขายสินค้าที่ศูนย์สำริดการตลาดชายใต้ และเป็นสินค้าที่มีวัตถุดิบในหมู่บ้าน จากการศึกษามูลค่าขายสินค้าเฉลี่ยจากจำนวน 103 ศูนย์ฯ พบว่ามูลค่าขายสินค้าทุกประเภทในช่วงเวลา 12 เดือน ประมาณ 0.21 ล้านบาท ในจำนวนนี้เป็นมูลค่าขายสินค้าที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้าน ประมาณ 18,800 บาท หรือประมาณร้อยละ 10 ของมูลค่าขายสินค้าทุกประเภท มูลค่าขายสินค้าทั้งที่ไม่สามารถผลิตได้ในหมู่บ้าน และที่อาจผลิตได้ในหมู่บ้านจะเปลี่ยนแปลงขึ้น ๆ ลง ๆ ในแต่ละเดือน โดยในช่วงเดือนมีนาคม เมษายน และพฤษภาคม ซึ่งเป็นช่วงฤดูแล้งและเป็นช่วงที่โรงงานเทศกาลต่าง ๆ มาก มีมูลค่าขายสินค้ามากกว่าเดือนอื่น ๆ

สำหรับการศึกษาการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมในครัวเรือนของชาวชนบทที่ได้รับการส่งเสริมฝึกอาชีพจากทางราชการพบว่า สินค้าที่ส่งเสริมให้ผลิตที่ใช้วัตถุดิบในหมู่บ้าน เป็นสินค้าที่ชาวบ้านส่วนใหญ่กินหรือใช้เป็นประจำ และมีคุณภาพและราคาเหมาะสมกับฐานะของชาวชนบท จะไม่ค่อยมีปัญหาด้านการตลาด สินค้าที่ศึกษาเหล่านี้ได้แก่ หม้อไม้ปิ้ง เสื้อกกระดุมตากระดืบข้าว และที่นอน สินค้าที่ใช้วัตถุดิบนอกหมู่บ้านหรือในเมืองและ/หรือต้องพึ่งตลาดในเมือง จะมีปัญหาด้านตลาดมาก สินค้าที่ศึกษาเหล่านี้ได้แก่ ผ้ารายฮิต ผ้ามัดหมี่ และเสื้อกันหนาว ซึ่งเป็นเสื้อแบบพับได้

รายชื่อเอกสารรายงานวิจัย
หน่วยวิจัย คณะเศรษฐศาสตร์

1. การประเมินค่าของเวลาในการเดินทางในกรุงเทพมหานคร
(Estimating Time Cost of Traveling in the
Bangkok Metropolitan Area) (พนค)
มีนาคม 2520
เต็มใจ สุวรรณรัตน์
สาวิตรี กาญจนกฤษ
2. การกระจายรายได้ของครอบครัวไทย ปี 2515 (พนค)
(The Distribution of Income in Thailand
in 1971 - 1973 and the Related Measure of
Income Inequality : A Tentative Proposal)
มิถุนายน 2520
เชษฐ์ ธรรมรักษ์
3. Estimation of the Elasticity of Substitution
in Thai Economy. (Out of print)
June 1977
Chirapote Sivaphorn
4. An Economic Analysis of the Coconut.
(Out of print)
March 1978
Kundhol Srisermbhok
5. Financial Capital Flows and Portfolio
Behavior of Thai Commercial Bank.
(Out of print)
August 1978
Nimit Nontapanthawat

6. การใช้นโยบายการเงินเพื่อแก้ไขปัญหาการว่างงาน (นอก)
(Monetary Measure for Employment Generation)
สิงหาคม 2521
ชาติ อุษัยศรี
7. A Study of Disparities in Income and Social
Services Across Provinces in Thailand
(Out of print)
September 1978
Oey Astra Meesook
8. An Economic History of the Chao Phya Delta
1950-1890 (Out of print)
September 1978
Paitoon Sayawang
9. Employment Effects of Small and Medium
Scale Industries in Thailand. (Out of print)
November 1978
Somsak Tambulertchai
10. Income Distribution in Thailand.
December 1978
Oey Astra Meesook
11. ประเมินผลการสอบเข้าสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย
ปีการศึกษา 2521-2522 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
และสถาบันที่เทียบเท่า, ศาสตร์ (นอก)
(The Evaluation of Entrance Examination for
the Faculty of Economics.)
สิงหาคม 2522
วรการต์ ฉางโกะเดิ

12. ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการจ้างงานของ
ประเทศไทย 1960-1975
(Economic Growth and Employment Expansion
in the Thai Economy)
พฤษภาคม 2522
บุญคง หัยจางสิทธิ์
บุญช่วย ศรีคำพร
13. แบบแผนและผลการทำงานนอกไรนา (หมด)
(Patterns and Consequences of Non-farm
Employment)
กรกฎาคม 2522
วรวรรณ ชูจรรยา
ประยงค์ เนตยารักษ์
14. ความเจริญเติบโตของภูมิภาค : ทฤษฎีและการใช้ทฤษฎีใน
การวิเคราะห์
(Regional Growth : Theory and Its Application)
กรกฎาคม 2522
กาญจณี พลจันทร์
15. ผลกระทบของระบบการคลังต่อการกระจายรายได้ของไทย
(The Impact of the Fiscal System on the
Distribution of income in Thailand).
สิงหาคม 2522
เมธี กรองแก้ว
16. Development of Selected Thai Commodity
Export to Japan.
December 1979
Supote Chunanuntatham
Narongchai Akrasanee
Thanwa Jitsanguan

17. ข้อมูลเพื่อการปรับปรุงการเรียนการสอนในคณะเศรษฐศาสตร์
(The Information for Learning and Teaching
Improvement of the Faculty of Economics)
เมษายน 2523
ดิลี โทชัยยามนท์
พรพิมล สันติมิตรรัตน์

18. Industrial Investment Incentives, Cost of
Capital and Employment Creation in the
Thai Manufacturing Sector. (Out of print)
July 1980
Sawong Swetwatana

19. แนวการวิเคราะห์ระบบเศรษฐกิจเปรียบเทียบ (ทศด)
(Approch to the Study of Comparative
Economic System)
สิงหาคม 2523
กาญจณี พลจันทร์
เอกจิต วงศ์สุภาชาติกุล

20. Dualism กักการพัฒนา : บทสำรวจแนวความคิดและทฤษฎี
(A Survey of Theories of Dualism Developing
Countries.)
สิงหาคม 2523
ประภอบ ทองมา

21. Agricultural Incentives, Comparative
Advantage and Employment in Thailand :
A case Study of Rice, Maize, Cassava
and Sugar Cane
October 1980
Praipol Koomsup

22. อุปสงค์ต่อการบริการทางการแพทย์
(Demand for Health Service in Thailand).
ตุลาคม 2523
ประภัสสร เลี้ยวไพโรจน์
23. The Distribution Flow of Education in the
Formal School. System in Thailand : An
Analysis of Factor Affecting Scholastic
Achievement of Students of Different Level
of Education.
October 1980
Sukanya Nitungkorn
Chita Vutisart
24. ผลการสำรวจทัศนคติของผู้ใช้น้ำประปาภายหลังโครงการ
ปรับปรุงระยะแรกช่วงแรก
(A Survey of Customer Attitudes Towards
The Metropolitan Water Work Authority, 1980)
ตุลาคม 2523
โอม หุระนัทท์
เจนฉา โสหนุณจิตร
บัญญัติ สุรการวิทย์
25. Demand for Alcoholic Beverages in Thailand :
A Cross - Sectional and Time Series Study on
Demand for Mekhong Whisky
November 1980
Chira Hongladarom
George E. Delehanty
Boonkong Hunchangsith
26. The Distribution Flow of Educations in
the Formal School System : An Analysis
on Distribution of Educational Attainment.
December 1980
Wanasiri Naiyavitit
Edita A. Tan

- 27. การค้าของไทยกับกลุ่มประเทศอาเซียน : การพิจารณา ประเสริฐ วัชรเสรษฐ
 รูปแบบทางการค้าและวิเคราะห์พฤติกรรมการส่งออก (แบบ)
 (Thai Trade with ASEAN Countries : A Look
 of Pattern of Trade and Analysis on
 Export Performance).
 มกราคม 2524
- 28. การวิเคราะห์การเป็นเจ้าของธุรกิจขนาดใหญ่ในประเทศไทย เกริกเกียรติ นิยมเสรีธรรม
 (The Distributions of Ownership in the Thai
 big Business). (แบบ)
 เมษายน 2524
- 29. Manufactured Exports and foreign Direct Investment : A Case Study of the Textile Industry in Thailand Somsak Tambulertchai
 Ipppei Yamazawa
 May 1981
- 30. Bilateral Export Performances Between Thailand and Japan, 1960-1977 Supote Chunanuntathan
 A. Murakami
 May 1981
- 31. Import Substitution and Export Expansion : An Analysis of Industrialization Experience in Thailand Somsak Tambulertchai
 May 1981

32. ประสิทธิภาพของการใช้นโยบายการเงินของประเทศไทย
(The Effectiveness of the Monetary Policy
in Thailand.)
กรกฎาคม 2524
วดี จงศิริวัฒน์
33. บรรณานุกรมเอกสารเพื่อการพัฒนารวมไทย
(Thai Rural Development : A Selected Annotated
Bibliography).
กันยายน 2524
วันรัตน์ ยี่งอศรีวงศ์
พรทิพย์ สัมพันธ์รัตน์
เชลิมณี สันต์สุวรรณ
34. A Study of Employment Aspects of Vocational
Education in Thailand, 1970 - 75
October 1981
Apichai Puntasen
Boonchuai Sreecomporn
35. การพัฒนาเมืองในการพัฒนา เศรษฐกิจของประเทศไทย
(Urbanization in Regional Development)
November 1981
สมลักษณ์รัตน์ วัฒนวิบูล
กาญจณี พลจันทร์
36. รูปแบบการอุปโภคบริโภคในประเทศไทย (2518-2519)
(consumption Pattern in Thailand :
1975 - 1976)
เมษายน 2524
กาญจณี พลจันทร์
สุวรรณี วัฒนเจติศ
37. การวางแผนพัฒนาภาค : ทฤษฎีและการใช้ทฤษฎีศึกษากกรณีของ
ประเทศไทยในทวีปแอฟริกา (ใต้ทะเลทรายซาฮารา)
(Regional Planning : Theories and Application :
Case Study of African Countries (South of Sahara)
พฤษภาคม 2525
กาญจณี พลจันทร์

38. การเคลื่อนย้ายแรงงานระหว่างประเทศ ศึกษาในกรณี
ของแรงงานไทยในประเทศสิงคโปร์
(External Migration of Thai Workers
To Republic of Singapore)
มิถุนายน 2525
วัชรียา โตสงวน
39. The Determinants of Direct Foreign
Investment with a Specific Role of
a Foreign Exchange Rate : An Application
to the Japanese Case in Thailand.
November 1982
Supote Chunanuntatham
Sukrita Sachchamarga
40. บทบาทการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการเกษตร
(The Role of Technological Change in
Agriculture).
มกราคม 2526
มาดี วีระกิจพานิช
41. Agricultural Supply Response of Some
Major Crops in Thailand
February 1983
J. Malcolm Dowling
Medhi Krongkaew
42. ทฤษฎีแหล่งที่ตั้งและการใช้วิเคราะห์
(Location Theories and its application)
มิถุนายน 2526
กาญจน์ พลจันทร์

43. The Impacts of Different Exchange Rate Regimes on Inflation and Trade of Some LDC's : A Study of South Korea, the Philippines, Malaysia, Indonesia, Singapore and Thailand.
June 1983
Sawong Swetwatana
Pornpimol Santimaneerathna
44. บทบาทผู้ประกอบการญี่ปุ่นก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2
(The Role of Japanese Entrepreneur Before W.W. II)
กรกฎาคม 2526
รัชนีศารดา นันติกุล
45. ความต้องการถือเงิน
(Demand for Money)
กันยายน 2526
วณี ฉอยเกียรติกุล
46. การศึกษาระบบธนาคารในประเทศของภูมิภาคอาเซียน
(A Study of Banking System in ASEAN Countries)
ตุลาคม 2526
วเรศ สุชาติถิ
47. ค่าเงินบาท
(Value of Baht)
ธันวาคม 2526
บุษกรพร ศรีคำพร

48. รูปแบบการพัฒนาดชนบทของประเทศไทย
(Different Model of Rural Development
in Thailand)
เมษายน 2527
ลิลี โกศลยามแห
วรวรรณ (ผู้จรรยา)
49. การประเมินนโยบายรักษาระดับราคาข้าวของรัฐบาล
ปีการเพาะปลูก 2523/2524
(An Evaluation of the Rice Price Policy
for the Cropyear 1980-1981)
พฤศจิกายน 2527
เจียมศักดิ์ ปิ่นทอง
ปราณี พิณกร
50. ปัญหาและดูทางขยายการค้าระหว่างประเทศ (ศึกษากรณี
ไทยกับโซเวียต)
(Problems and Prospects of Expanding
Thai Trade with the Soviet Union)
พฤษภาคม 2527
กาญจณี พลจันทร์
สุกฤษดา สัจจนารถ
51. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการผลิตเหล้าขาว
(Supply of Alcoholic Beverages in
Thailand)
มกราคม 2528
จิระ หงส์ถาวรภ
บุญคง แก้วจางสิทธิ์
52. Documentation of the Thammasat University
International (TUI) Model
June 1985
Apichai Pursasen

53. ความสามารถในการชำระหนี้ต่างประเทศของไทย :
การวิเคราะห์ความทฤษฎีความเป็นไปได้
(Thailand's Ability to Finance Public
Debts : An Application of Probability
Theory)
กรกฎาคม 2528
วรการณีย์ ฝ่ายโกเส่ง
54. การสำรวจสถานะความรู้ว่าความภาษีอากรในประเทศไทย
(A Survey on Taxes and Government Expenditure
in Thailand)
สิงหาคม 2528
รังสรรค์ ณะพรพันธุ์
55. ภาระหนี้ต่างประเทศของรัฐบาล : อดีต ปัจจุบัน
และอนาคต
(External Public Debt of the Thai
Government : Past Present and Future)
พฤศจิกายน 2528
ปราณี พิณกร
ดิเรก ปัทมศิริวัฒน์
วันรักษ์ มีงมณีมาทิน
อัญญา วัฒนาบุกิจ
พรายเชต จุฬทรัพย์
56. การค้าของประเทศไทยกับกลุ่มประเทศความร่วมมือ :
การพิจารณารูปแบบทางการค้าและวิเคราะห์ความสามารถ
ของการส่งออก
(Thailand's Trade with EEC Countries :
A look for Patterns of Trade and Analysis
on Export Performance)
มีนาคม 2529
กฤตมา ทศิรังสรรค์สุข

57. A Survey of Natural Gas Production
Consumption and Trade in ASEAN
March 1986
Praipol Koomsup
Atchana Wattananukit
58. การคุ้มครองอุตสาหกรรมในประเทศไทย
(Industrial Protection in Thailand)
มิถุนายน 2529
สุกฤตา สัจจมาตร์
59. Energy Demand Management Policy
in Thailand
May 1987
Praipol Koomsup
Pranee Tinakorn
Somchai Ratanakomut
60. ความเป็นไปได้ในการใช้ศูนย์สาธิตการตลาด
ส่งเสริมโครงการฝึกอาชีพ
(Possibility of Promoting Occupational
Traning Programme Through the Utilization
of Village Demonstation Store)
มิถุนายน 2530
ประยงค์ เนตยารักษ์