

การศึกษาเพื่อเสนอต้นแบบศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองภาคอีสาน
กรณีศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

THE STUDY FOR PROTOTYPE OF LOCAL PRODUCT CENTER
A CASE STUDY IN UPPER NORTHEASTERN REGION

พิศัฐ จักรบาตร
PISIT JAKRABAT

วิทยานิพนธ์นิตยสารส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน
บัณฑิตวิทยาลัย
สถาปัตยกรรมและเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2545

ISBN 974-324-000-4

การศึกษาเพื่อเสนอต้นแบบศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองภาคอีสาน
กรณีศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

**THE STUDY FOR PROTOTYPE OF LOCAL PRODUCT CENTER
A CASE STUDY IN UPPER NORTHEASTERN REGION**

พิศิษฐ์ จักรบาตร
PISIT JAKRABAT

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 44042
วัน, เดือน, ปี..... 25 ต.ค. 2545

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2545

ISBN 974-324-000-4

**THE STUDY FOR PROTOTYPE OF LOCAL PRODUCT CENTER
A CASE STUDY IN UPPER NORTHEASTERN REGION**

PISIT JAKRABAT

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF ARCHITECTURE PROGRAM IN INTERIOR ARCHITECTURE
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2002

ISBN 974-324-000-4

COPYRIGHT 2002

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาเพื่อเสนอด้านศูนย์ส่งเสริมและจำหน่าย สินค้าพื้นเมืองอีสาน กรณีเฉพาะเขตอีสานตอนบน
นักศึกษา	นายพิศิษฐ์ จักราบาตร
รหัสประจำตัว	38062301
ปริญญา	สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	สถาปัตยกรรมภายใน
พ.ศ.	2545
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พรชัย บุญชัยวัฒนา

บทคัดย่อ

สืบเนื่องจากการที่ประเทศไทยซึ่งแต่เดิมเป็นสังคมเกษตรกรรมซึ่งมีวิถีชีวิตเป็นแบบการพึ่งตนเอง มีการผลิตเครื่องใช้สอยสำหรับชีวิตประจำวัน สร้างสิ่งประดิษฐ์ตามสภาพความเป็นอยู่ และท้องถิ่นจนกลายเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่มีคุณค่า ต่อมาเมื่อสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไปกลายเป็นสังคมระบบอุตสาหกรรมและระบบเศรษฐกิจการค้าเสรี ทำให้ค่านิยมของคนไทยมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตแบบตะวันตกมากขึ้นจึงขาดความต่อเนื่องในการถ่ายทอดทางวัฒนธรรม

งานศิลปหัตถกรรมถือได้ว่าเป็นวัฒนธรรมทางวัตถุที่มีคุณค่าอันหนึ่งซึ่งปัจจุบันนี้ได้มีการพัฒนารูปแบบงานหัตถกรรมจากท้องถิ่นต่างๆ กลายเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวหรือสินค้าของที่ระลึกที่มีจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยวแต่ก็ยังประสบปัญหาต่าง ๆ ที่ทำให้ไม่มีการพัฒนาในทางที่ดีเท่าที่ควร ปัญหาที่สำคัญอันดับหนึ่งคือปัญหาเกี่ยวกับการส่งเสริมและจำหน่ายสินค้า กล่าวคือสถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมืองถือเป็นส่วนประกอบสำคัญที่จะส่งเสริมให้สินค้าได้รับความนิยมนำไปหลายมาก

การศึกษาเพื่อเสนอต้นแบบศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสาน กรณีเฉพาะอีสานตอนบน ได้ทำการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการออกแบบศูนย์ ฯ ดังกล่าวโดยได้เสนอแนวทางการส่งเสริมสินค้าด้วยการให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวและแหล่งผลิตสินค้าการส่งเสริมด้านการจำหน่ายสินค้าโดยการจัดแบ่งพื้นที่ขายสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคการจัดวางสินค้าให้เกิดความน่าสนใจที่แตกต่างไปจากรูปแบบเดิม ดังนั้นในการเสนอต้นแบบศูนย์ฯ ต้องการที่จะให้เป็นแหล่งรวบรวมสินค้าหัตถกรรมอีสานในเขตอีสานตอนบนซึ่งประกอบพื้นที่ใช้สอยส่วนต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับการส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสาน คือส่วนให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว ส่วนจัดแสดงงานศิลปหัตถกรรมอีสาน และส่วนจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมกำหนดองค์ประกอบพื้นที่ใช้สอยดังกล่าวได้จากการสำรวจและเก็บข้อมูลจากกรณีศึกษาตัวอย่างของสถานประกอบการที่จำหน่ายสินค้าพื้นเมืองในเขตอีสานตอนบน

Thesis Title	The Study for Prototype of Local Product Center : A Case Study in Upper Northeastern Region
Student	Mr. Pisit Jakrabat
Student ID.	38062301
Degree	Master of Architecture
Programme	Interior Architecture
Year	2002
Thesis Advisor	Assoc. Prof. Pronchai Boonchaiwattana

ABSTACT

From the past Thailand had traditional life style is agriculture social life. People had to produce equipment or tools for daily life. The innovation depended on local and condition of each local country and its culture. Then its be came the worth handicraft works. Now the world had changed to be the industrialization and capitalism economics that effected to Thai people taste trended to be the same western life style and discontinue of Thai culture.

The Esan Handicraft as one important culture had developed from each local country turn to be tourism goods or souvenir sold in anyplace. But its had some problem involved. One important problem is the place for sale goods since it can enhance the marketing of handicraft goods and make it well known.

The study for prototype of local product center a case study in upper northeastern region aim to study and search for design guideline.

Proposed the way to promoted handicraft goods by give information service of goods to the tourist. The mean to promotion goods, by provided sale area of each goods enough to demand or taste of tourist and the way to represented or display goods. Therefore the local product center is the place which combined of handicraft goods of upper northeastern region and facilities. It functioned with three parts, first is tourist information service area, second exhibition area for the Esan handicraft and the last is handicraft goods selling area.

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องด้วยความเมตตากรุณาจาก ท่าน อาจารย์ ผ.ศ. พรชัย บุญชัยวัฒนา ที่ได้ให้คำปรึกษาและแนะนำวิธีการ ในทุกๆขั้นตอนของการทำวิจัยมาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างสูง และพร้อมกันนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ฉัตรชัย อินทรโชติ และอาจารย์นพปฎล สุวิจนานนท์ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รวมไปถึงคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ของภาควิชาการสถาปัตยกรรม ภายใน เจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย ที่เมตตาให้ความช่วยเหลือให้คำแนะนำทั้งในด้านวิชาการและด้านข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับการทำวิทยานิพนธ์

และท้ายที่สุดนี้ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของสถานประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง อีสาน ที่อนุเคราะห์เอื้อเฟื้อข้อมูล คุณเกษญา จักราบาตร ที่คอยให้กำลังใจและความร่วมมือ ตลอดระยะเวลาการจัดทำวิทยานิพนธ์นี้ คุณและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอขอบแต่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

พิศิษฐ์ จักราบาตร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	X
สารบัญรูป.....	XIV
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	7
1.4 ขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัย.....	8
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
1.6 ข้อตกลงเบื้องต้น.....	9
1.7 คำจำกัดความ และนิยามศัพท์.....	9
1.8 ข้อจำกัดในการศึกษา.....	9
บทที่ 2 การศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1 หัตถกรรมพื้นบ้าน.....	11
2.1.1 ลักษณะเฉพาะของหัตถกรรมพื้นบ้าน.....	12
2.1.2 วิวัฒนาการของงานหัตถกรรมพื้นบ้านในประเทศไทย.....	13
2.1.3 หัตถกรรมพื้นบ้านประเภทต่าง ๆ	16
2.1.4 หัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน.....	19
2.1.5 แหล่งผลิตงานหัตถกรรมพื้นบ้านอีสานในเขตอีสานตอนบน.....	23
2.1.6 การส่งเสริมพัฒนาสินค้าหัตถกรรมให้มีศักยภาพการตลาด.....	25
2.1.7 แนวทางการศึกษาศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน.....	30
2.2 การออกแบบสภาพแวดล้อมกายภาพการจำหน่ายสินค้า.....	32
2.2.1 การออกแบบสภาพแวดล้อมภายนอกร้านค้า.....	33

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.2.2 การออกแบบสภาพแวดล้อมภายในร้านค้า.....	33
2.2.2.1 การจัดกลุ่มประเภทหมวดหมู่ของสินค้า.....	35
2.2.2.2 การกำหนดจัดวางตำแหน่งพื้นที่ส่วนต่างๆ	36
2.2.2.3 แนวทางสัญจรและข้อตารางการวางผังภายในร้านค้า.....	38
2.2.3 การจัดแสดงสินค้า.....	40
2.2.3.1 การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์.....	40
2.2.3.2 การจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้า.....	42
2.2.4 วิธีจัดสินค้าภายในร้านค้า.....	46
2.2.4.1 การจัดด้วยสินค้าเพียงอย่างเดียว.....	46
2.2.4.2 การจัดด้วยสินค้าหลายอย่าง.....	47
2.2.4.3 การจัดสินค้าหลายอย่างที่มีความสัมพันธ์กัน.....	47
2.2.5 การจัดวางสินค้า.....	47
2.2.5.1 การจัดวางสินค้าแบบกระจายรัศมี.....	47
2.2.5.2 การจัดวางสินค้าแบบขั้นบันได.....	47
2.2.5.3 การจัดวางสินค้าแบบปริมิด.....	47
2.2.5.4 การจัดวางสินค้าแบบซิกแซ็ก.....	48
2.2.5.5 การจัดวางสินค้าแบบซ้ำซ้อน.....	48
2.2.5.6 การจัดวางสินค้าแบบลำดับขั้น.....	48
2.2.5.7 การจัดวางสินค้าแบบแทรกสอด.....	48
2.2.5.8 การจัดวางสินค้าแบบให้เกิดความเด่น.....	48
2.2.6 องค์ประกอบสำคัญของการจัดแสดงสินค้า.....	48
2.2.6.1 สินค้า.....	48
2.2.6.2 ชั้นสำหรับจัดวางสินค้าหรือพื้นที่สำหรับจัดแสดงสินค้า.....	49
2.2.6.3 วัสดุตกแต่ง.....	49
2.2.6.4 แสง.....	49
2.2.6.5 ป้ายสินค้า.....	49

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3 การสำรวจพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในรอบปี 2542.....	49
2.3.1 พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม.....	49
2.3.1.1 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ.....	49
2.3.1.2 สิ่งจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว.....	50
2.3.1.3 การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว.....	51
2.3.1.4 ช่วงเวลาที่เหมาะสม.....	52
2.3.1.5 ลักษณะการเดินทาง.....	55
2.3.1.6 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว.....	56
2.3.1.7 การใช้จ่ายเฉพาะการซื้อของฝาก/ของที่ระลึก.....	58
2.3.1.8 ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยว.....	60
2.3.2 พฤติกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศครั้งล่าสุดของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	62
2.3.2.1 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง.....	63
2.3.2.2 ประเภทของผู้ร่วมเดินทาง.....	69
2.3.2.3 รูปแบบการเดินทาง.....	69
2.3.2.4 พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง.....	70
2.3.2.5 ของฝากและสินค้าที่ระลึก.....	72
2.4 องค์ประกอบของศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว.....	73
2.4.1 องค์ประกอบพื้นที่ใช้สอยที่สำคัญของศูนย์ให้บริการข่าวสาร.....	73
2.4.1.1 ส่วนให้บริการข่าวสาร.....	73
2.4.1.2 ส่วนสำนักงานเจ้าหน้าที่.....	74
2.4.1.3 ส่วนให้บริการนักท่องเที่ยว.....	75
2.4.2 รูปแบบและบทบาทของศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว.....	75
2.4.2.1 ศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวขนาดใหญ่.....	75
2.4.2.2 ศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวขนาดเล็ก.....	76
2.4.2.3 ศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวขนาดเล็กแบบ Kiosk....	77

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.4.2.4 ศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวแบบเคลื่อนที่ได้.....	77
2.4.2.5 ศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวและบอกเส้นทาง.....	77
2.5 การจัดนิทรรศการ.....	78
2.5.1 หลักในการจัดแสดงนิทรรศการ.....	79
2.5.2 ประเภทของการจัดแสดงนิทรรศการ.....	81
2.5.2.1 การจัดแสดงนิทรรศการถาวร.....	81
2.5.2.2 การจัดแสดงนิทรรศการกึ่งถาวร.....	81
2.5.2.3 การจัดแสดงนิทรรศการชั่วคราว.....	81
2.5.3 สื่อในการแสดง.....	82
2.5.3.1 การใช้วัตถุ.....	82
2.5.3.2 อันตรกัสน์.....	83
2.5.3.3 คำบรรยายประกอบวัตถุ.....	83
2.5.3.4 แผ่นข้อมูล.....	83
2.5.3.5 อุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์.....	83
2.5.4 การวางผังห้องจัดแสดงนิทรรศการ.....	84
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	88
3.1 การศึกษารวบรวมข้อมูลเบื้องต้น.....	88
3.1.1 การศึกษาข้อมูลภาคเอกสาร.....	88
3.1.2 การสำรวจเก็บข้อมูลเบื้องต้น.....	88
3.2 การศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	88
3.3 การออกแบบการวิจัยและการดำเนินงานวิจัย.....	88
3.3.1 พื้นที่ศึกษาวิจัย.....	88
3.3.2 เหตุผลในการเลือกพื้นที่ศึกษาวิจัย.....	89
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	89
3.4.1 การเก็บข้อมูลภาคสนาม.....	89

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4.2 การสังเกตและบันทึกสภาพแวดล้อมภายใน.....	90
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล.....	90
3.6 การสรุปผลและข้อเสนอแนะ.....	90
บทที่ 4 การศึกษาลักษณะและสภาพทั่วไปของการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม.....	91
4.1 ลักษณะและสภาพทั่วไปของกรณีตัวอย่างที่จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสาน.....	91
4.1.1 พื้นที่ขายสินค้าของกรณีตัวอย่างร้านค้า.....	102
4.1.1.1 พื้นที่ขายสินค้ากลุ่มสินค้าผ้าไหม.....	102
4.1.1.2 พื้นที่ขายสินค้ากลุ่มสินค้าเครื่องเงิน.....	102
4.1.1.3 พื้นที่ขายสินค้ากลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผา.....	103
4.1.1.4 พื้นที่ขายสินค้ากลุ่มสินค้าเครื่องจักสาน.....	104
4.1.2 พื้นที่ขายสินค้าของกรณีตัวอย่างศูนย์รวมสินค้า.....	105
4.1.2.1 พื้นที่ขายสินค้ากลุ่มสินค้าผ้าไหม.....	105
4.1.2.2 พื้นที่ขายสินค้ากลุ่มสินค้าเครื่องเงิน.....	106
4.1.2.3 พื้นที่ขายสินค้ากลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผา.....	107
4.1.2.4 พื้นที่ขายสินค้ากลุ่มสินค้าเครื่องจักสาน.....	108
4.1.3 สัดส่วนของพื้นที่ขายสินค้า.....	109
4.2 สินค้าหัตถกรรมภายในเขตอีสานตอนบน.....	110
4.2.1 ลักษณะของสินค้าและการจัดวางสินค้า.....	112
4.2.1.1 สินค้าประเภทของตกแต่งบ้านและของที่ระลึก.....	112
4.2.1.2 สินค้าประเภทเครื่องใช้ครัวเรือน.....	112
4.2.1.3 สินค้าประเภทเครื่องประดับและเครื่องใช้.....	112
4.2.1.4 สินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย.....	112
4.2.2 การจัดวางตำแหน่งสินค้า.....	118
4.2.2.1 การจัดวางตำแหน่งสินค้าของกรณีศึกษาร้านค้า.....	119
4.2.2.2 การจัดวางตำแหน่งสินค้าของกรณีศึกษาศูนย์จำหน่ายสินค้า.....	125

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล.....	127
5.1 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและจำนวนผู้ใช้.....	127
5.2 การวิเคราะห์กิจกรรมและพื้นที่ใช้สอย.....	129
5.2.1 ส่วนส่งเสริมสินค้าหัตถกรรมอีสาน.....	130
5.2.1.1 พื้นที่ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว.....	130
5.2.1.2 พื้นที่จัดแสดงงานหัตถกรรมอีสาน.....	131
5.2.2 ส่วนจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสาน.....	138
5.2.2.1 พื้นที่ขายสินค้า.....	138
5.2.2.2 พื้นที่สนับสนุนการจำหน่ายสินค้าและเก็บสำรองสินค้า.....	139
5.3 แนวทางในการจัดพื้นที่ใช้สอยภายใน.....	145
5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยต่อไป.....	154
บรรณานุกรม.....	155
ประวัติผู้เขียน.....	157

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงแหล่งผลิตงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่สำคัญในเขตอีสานตอนบน.....	23
2.2 แสดงการแบ่งพื้นที่ในร้านค้า.....	37
2.3 แสดงการแบ่งพื้นที่ขายสินค้าและพื้นที่เก็บสินค้า.....	37
2.4 แสดงคำร้อยละโดยประมาณของศักยภาพในการแสดงสินค้าแก่ลูกค้าของบริเวณต่างๆ กันในร้านค้า.....	37
2.5 แสดงคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ มากที่สุด.....	50
2.6 แสดงคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามประเภทแหล่งข้อมูลข่าวสาร.....	51
2.7 แสดงคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามผู้ตัดสินใจในการเลือก แหล่งท่องเที่ยว/จังหวัดที่จะไป.....	52
2.8 แสดงคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามรายเดือนที่เดินทาง.....	53
2.9 แสดงคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามลักษณะพิเศษของช่วงเวลา ที่ชอบเดินทาง.....	54
2.10 แสดงคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามวันหยุดตามเทศกาลที่มี การท่องเที่ยวหรือเดินทางไปต่างจังหวัด.....	55
2.11 แสดงคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามลักษณะของการเดินทาง.....	56
2.12 แสดงค่าใช้จ่าย 7 รายการหลักที่เกิดขึ้นใน 1 รอบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย สำหรับผู้ที่ไม่ได้พักแรม.....	57
2.13 แสดงค่าใช้จ่าย 7 รายการหลักที่เกิดขึ้นใน 1 รอบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย สำหรับผู้ที่มีการแรม.....	57
2.14 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสำหรับการซื้อของฝาก/ของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใน 1 รอบการเดินทางสำหรับผู้ที่ไม่มีการพักแรม จำแนกรายภาคภูมิลำเนาของ นักท่องเที่ยว.....	58
2.15 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสำหรับการซื้อของฝาก/ของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใน 1 รอบการเดินทางสำหรับผู้ที่มีการพักแรม จำแนกรายภาคภูมิลำเนาของ นักท่องเที่ยว.....	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
2.16 แสดงคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยวมากที่สุดโดยรวม.....	61
2.17 แสดงคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1	62
2.18 แสดงคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง...	63
2.19 แสดงคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามกิจกรรมหลักที่กระทำในการท่องเที่ยว.....	65
2.20 แสดงคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามกิจกรรมรองลำดับที่ 1	67
2.21 แสดงคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามประเภทของผู้ร่วมเดินทาง.....	69
2.22 แสดงคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามแบบแผนการพักผ่อน.....	70
2.23 แสดงคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง...	71
2.24 แสดงคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว.....	71
2.25 แสดงคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามการฝากของฝาก/สินค้าที่ระลึกที่มักซื้อจากการท่องเที่ยว.....	72
2.26 แสดงขนาดมาตรฐานส่วนให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว.....	74
2.27 แสดงขนาดมาตรฐานส่วนสำนักงานเจ้าหน้าที่.....	74
2.28 แสดงขนาดพื้นที่ใช้สอยส่วนให้บริการนักท่องเที่ยว.....	75
2.29 แสดงข้อดีและข้อเสียของการใช้สื่อที่เป็นวัตถุในการจัดแสดง.....	82
2.30 แสดงประเภทของแผ่นข้อมูล.....	83
2.31 แสดงลักษณะของอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์.....	84
4.1 แสดงพื้นที่ขายกลุ่มสินค้าผ้าไหมของกรณีศึกษาร้านค้า.....	102
4.2 แสดงพื้นที่ขายกลุ่มสินค้าเครื่องเงินของกรณีศึกษาร้านค้า.....	102
4.3 แสดงพื้นที่ขายกลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผาของกรณีศึกษาร้านค้า.....	103
4.4 แสดงพื้นที่ขายกลุ่มสินค้าเครื่องจักสานของกรณีศึกษาร้านค้า.....	104

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.5 แสดงพื้นที่ขายกลุ่มสินค้าผ้าไหมของกรณีศึกษาศูนย์จำหน่ายสินค้า.....	105
4.6 แสดงพื้นที่ขายกลุ่มสินค้าเครื่องเงินของกรณีศึกษาศูนย์จำหน่ายสินค้า.....	106
4.7 แสดงพื้นที่ขายกลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผาของกรณีศึกษาศูนย์จำหน่ายสินค้า.....	107
4.8 แสดงพื้นที่ขายกลุ่มสินค้าเครื่องจักสานของกรณีศึกษาศูนย์จำหน่ายสินค้า.....	108
4.9 แสดงสัดส่วนพื้นที่ขายสินค้า.....	109
4.10 แสดงขนาดสินค้าแต่ละประเภทโดยประมาณ.....	111
4.11 แสดงตำแหน่งสินค้าผ้าไหมแต่ละประเภทในร้านค้า.....	119
4.12 แสดงตำแหน่งสินค้าเครื่องเงินแต่ละประเภทในร้านค้า.....	121
4.13 แสดงตำแหน่งสินค้าเครื่องปั้นดินเผาแต่ละประเภทในร้านค้า.....	122
4.14 แสดงตำแหน่งสินค้าเครื่องจักสานแต่ละประเภทในร้านค้า.....	124
4.15 แสดงตำแหน่งของกลุ่มสินค้าภายในศูนย์จำหน่ายสินค้า.....	125
5.1 แสดงจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนจังหวัดในเขตอีสานตอนบน ปี 2540-2545.....	128
5.2 แสดงการแบ่งกลุ่มจังหวัดและค่าเฉลี่ยจำนวนนักท่องเที่ยวต่อปี.....	129
5.3 แสดงพื้นที่ใช้สอยของส่วนให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว.....	131
5.4 แสดงพื้นที่ใช้สอยส่วนนิทรรศการถาวร.....	134
5.5 แสดงงานเทศกาล, กิจกรรมและประเพณีของอีสานตอนบนในแต่ละเดือน.....	135
5.6 แสดงพื้นที่ใช้สอยส่วนนิทรรศการหมุนเวียน.....	137
5.7 แสดงสัดส่วนพื้นที่ขายสินค้าแต่ละประเภท.....	138
5.8 แสดงการจัดผังห้องจัดแสดงนิทรรศการ.....	140
5.9 แสดงข้อดีและข้อเสียของการจัดผังห้องแสดงแต่ละรูปแบบ.....	142
5.10 แสดงพื้นที่ใช้สอยส่วนต่างๆ ของศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสาน กรณีเฉพาะอีสานตอนบน.....	145
5.11 แสดงความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอย(Relation Matrix) ส่วนให้บริการข่าวสาร การท่องเที่ยว.....	147
5.12 แสดงความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอย(Relation Matrix) ส่วนนิทรรศการงาน หัตถกรรมอีสานตอนบน.....	147

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
5.13 แสดงความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอย(Relation Matrix) ส่วนจำหน่ายสินค้า หัตถกรรมอีสานตอนบน.....	148
5.14 แสดงความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอยทั้งหมด (Relation Matrix).....	149

สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
2.1 แสดงผังห้องจัดแสดงนิทรรศการแบบ Open Plan.....	84
2.2 แสดงผังห้องจัดแสดงนิทรรศการแบบ Core and Satellites/Enfilade.....	85
2.3 แสดงผังห้องจัดแสดงนิทรรศการแบบ Linear Procession.....	85
2.4 แสดงผังห้องจัดแสดงนิทรรศการแบบ Loop.....	86
2.5 แสดงผังห้องจัดแสดงนิทรรศการแบบ Complex.....	86
2.6 แสดงผังห้องจัดแสดงนิทรรศการแบบ Labyrinth.....	87
4.1 แสดงลักษณะและสภาพทั่วไปของร้านจำหน่ายสินค้าผ้าไหมและเครื่องเงิน.....	96
4.2 แสดงสภาพแวดล้อมภายในของร้านจำหน่ายสินค้าผ้าไหมและเครื่องเงิน.....	96
4.3 แสดงลักษณะและสภาพทั่วไปของร้านจำหน่ายสินค้าเครื่องปั้นดินเผา.....	97
4.4 แสดงสภาพแวดล้อมภายในของร้านจำหน่ายสินค้าเครื่องปั้นดินเผา.....	97
4.5 แสดงลักษณะและสภาพทั่วไปของร้านจำหน่ายสินค้าเครื่องจักสาน.....	98
4.6 แสดงสภาพแวดล้อมภายในของร้านจำหน่ายสินค้าเครื่องจักสาน.....	98
4.7 แสดงสภาพด้านหน้าศูนย์สิ่งทอพระธรรมจันต์ จ.ขอนแก่น.....	99
4.8 แสดงพื้นที่ขายสินค้าภายในศูนย์สิ่งทอพระธรรมจันต์ จ.ขอนแก่น.....	99
4.9 แสดงสภาพด้านหน้าศูนย์เศรษฐกิจชุมชน จ.อุบลราชธานี.....	100
4.10 แสดงพื้นที่ขายสินค้าภายในศูนย์เศรษฐกิจชุมชน จ.อุบลราชธานี.....	100
4.11 แสดงสภาพด้านหน้าศูนย์รวมและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จ.สกลนคร.....	101
4.12 แสดงพื้นที่ขายสินค้าภายในศูนย์รวมและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จ.สกลนคร.....	101
4.13 แสดงของที่ระลึกเครื่องปั้นดินเผา.....	113
4.14 แสดงของตกแต่งจากผ้าทอ.....	113
4.15 แสดงของที่ระลึกเครื่องเงิน.....	113
4.16 แสดงเครื่องใช้ครัวเรือนจักสาน.....	114
4.17 แสดงเครื่องใช้ครัวเรือนที่เป็นเครื่องเงิน.....	114
4.18 แสดงเครื่องใช้ครัวเรือนดินเผา.....	114
4.19 แสดงเครื่องประดับต่างหู, เข็มขัด.....	115
4.20 แสดงเครื่องประดับเงิน สร้อยคอ.....	115

สารบัญรูป (ต่อ)

รูปที่	หน้า
4.21 แสดงเครื่องประดับคินเผา.....	115
4.22 แสดงเครื่องใช้จากผ้าไหม เนคไท ผ้าเช็ดหน้า.....	116
4.23 แสดงเครื่องใช้จากผ้าไหมกระเป๋าสตางค์.....	116
4.24 แสดงเครื่องใช้จากผ้าไหมกระเป๋าถือ.....	116
4.25 แสดงเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไหม.....	117
4.26 แสดงผ้าทอสีพื้น.....	117
4.27 แสดงผ้าทอมียาย.....	117
4.28 แสดงตำแหน่งสินค้าประเภทต่างๆ ของกลุ่มสินค้าผ้าไหม.....	120
4.29 แสดงตำแหน่งสินค้าประเภทต่างๆ ของกลุ่มสินค้าเครื่องเงิน.....	121
4.30 แสดงตำแหน่งสินค้าประเภทต่างๆ ของกลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผา.....	123
4.31 แสดงตำแหน่งสินค้าประเภทต่างๆ ของกลุ่มสินค้าเครื่องจักสาน.....	126
4.32 แสดงตำแหน่งกลุ่มสินค้าภายในศูนย์จำหน่ายสินค้า.....	144
5.1 แสดงแนวทางการจัดผังและตำแหน่งสินค้าแต่ละกลุ่ม.....	150
5.2 แสดงความสัมพันธ์ของพื้นที่ส่วนต่างๆ (Bubble Diagram).....	151
5.3 แสดงความสัมพันธ์ของหน้าที่ใช้สอย (Functional Diagram).....	151
5.4 แสดงแนวทางการจัดพื้นที่ใช้สอยภายในเบื้องต้นของศูนย์ส่งเสริมและ จำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสานตอนบน.....	152
5.5 แสดงการจัดแปลนพื้นเบื้องต้นของศูนย์ส่งเสริมและ จำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสานตอนบน.....	153

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วัฒนธรรมนับว่ามีความสำคัญต่อ การดำรงชีวิตร่วมกันในสังคม และยังมีมีความสำคัญต่อ ความอยู่รอดของชาติ เพื่อความมั่นคงของประเทศ ดังพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในรัชกาลปัจจุบัน ทรงมีพระราชดำรัสเกี่ยวกับวัฒนธรรมว่า “การรักษาวัฒนธรรม คือ การรักษาชาติ” หากชาติใดไว้วัฒนธรรมหรือวัฒนธรรมอ่อนแอ ชาตินั้นก็จะถูกกลืนและสูญสิ้นชาติไปในที่สุด ชาติไทยมีวัฒนธรรมเป็นมรดกที่ได้สืบทอดกันมาสู่ชนรุ่นหลังโดยผ่านกระบวนการสร้างสรรค์สิ่งสม และ ถ่ายทอดกันมาทั้งในด้านวิถีชีวิตและภูมิปัญญาในด้านต่างๆ ได้แก่ ประเพณี ความเชื่อ ภาษา และศิลปกรรมสาขาต่างๆ ทำให้คนไทยและสังคมไทยมีเอกลักษณ์ที่แสดงออกซึ่งความเป็นไทยได้อย่างโดดเด่นและน่าภาคภูมิใจไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าชาติใดๆ

ในช่วงห้าทศวรรษที่ผ่านมา กระแสวัฒนธรรมจากต่างชาติได้เข้าสู่ประเทศไทย อย่างรวดเร็ว ทำให้สังคมไทยมีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ขณะเดียวกันก็เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้าน วิธีการดำเนินชีวิตและค่านิยมต่างๆจนเกิดวิกฤตการณ์ทาง สังคม และวัฒนธรรม คนไทย จำนวนไม่น้อยขาดความเข้าใจในเรื่องความหมายและความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรม ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นสูญเสียความภูมิใจในถิ่นกำเนิดและรกรากวัฒนธรรม (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ 2533:6-7) เมื่อเป็นเช่นนี้ก็จะทำให้ค่านิยมทางด้านวัฒนธรรมไทยเริ่มเสื่อมสลายและด้อยความสำคัญลง ดังคำกล่าวของ

ศรีศักร วัลลิโภคม (2529:8) ที่ว่าได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงในลักษณะที่ ลืมความเก่าแก่และลืมตัวเองอันเนื่องมาจาก การรับเอาวัฒนธรรมสมัยใหม่จากภายนอก ความเจริญทางเทคโนโลยี ความก้าวหน้าทางอุตสาหกรรม อุดมการณ์ทางการเมืองและปรัชญาทางสังคม เศรษฐกิจที่มาจากสังคมหรือประเทศตะวันตกที่มีบทบาทเป็นอย่างมากใน การเปลี่ยนแปลงสังคมไทยให้หันเหไปจากสังคมแบบดั้งเดิม แต่ในขณะที่หันไปนิยมของใหม่จากภายนอกนั้น ก็มักจะ ละเลยของไทยแท้ๆ ที่มีอยู่ทั้งๆที่ของเหล่านั้นยังมีประโยชน์และมีคุณค่าอยู่ ดังคำกล่าวของ

ม.ร.ว คึกฤทธิ์ ปราโมช (2520:3) ที่ว่าวัฒนธรรมเริ่มเปลี่ยนแปลง ไปเพราะเหตุว่า เราต้องรับวัฒนธรรมของต่างประเทศเข้ามา การแต่งกายก็เปลี่ยนแปลงไป ถือเอามาตรฐานของ ตะวันตกมาเป็นกฎเกณฑ์มากยิ่งขึ้นความรู้สึกลึกซึ้งชอบต่างๆก็คัดลिनด้วยมาตรฐานตะวันตกกล่าว โดยทั่วไปวัฒนธรรมจำแนกได้เป็นสายใหญ่ได้ 2 สาย คือ วัฒนธรรมหลวง กับวัฒนธรรมราษฎร์ ศิลปะก็แบ่งได้สองแบบคือ ศิลปะแบบประเพณีนิยมและศิลปะแบบพื้นบ้าน ซึ่งประเทศไทยมีทั้ง วัฒนธรรมหลวงและวัฒนธรรมราษฎร์

มีทั้งศิลปะแบบประเพณีนิยมและศิลปะแบบพื้นบ้าน เป็นวัฒนธรรมที่มีความผูกพันเกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในสังคมส่วนใหญ่ของประเทศเกิดขึ้นด้วยเหตุผลของความจำเป็นเพื่อจะให้ชีวิตอยู่รอดในเบื้องต้น เป็นวิถีชีวิตของผู้คนมีความเป็นตัวของตัวเองและมีลักษณะเฉพาะคนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในแง่ของศิลปวัฒนธรรม

รูปแบบวัฒนธรรมที่จะกล่าวต่อไปนี้คือ “งานศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้าน” เพราะยังเป็นสิ่งที่ปรากฏให้เห็นได้เด่นชัดในปัจจุบัน ที่แสดงให้เห็นถึงความผูกพันกับวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชน ปกติงานในศิลปะและหัตถกรรมพื้นบ้านมักมีรูปแบบและสีสรรค์เหมาะสมกับการใช้งานในท้องถิ่นนั้น ๆ และยังสัมพันธ์กัน สภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ เนื่องจากวัสดุที่ใช้ในการสร้างงานหัตถกรรมนั้น ล้วนเกิดจากการประยุกต์ใช้กับทรัพยากรในท้องถิ่นนั้นเป็นสำคัญ

หัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน ก็ถือได้ว่าเป็นงานศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้าน ที่เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นต่าง ๆ ในภาคอีสานที่ได้มีการสร้างสรรค์งาน และสืบทอดกันมาจากอดีตจนถึงปัจจุบันนี้ ภาคอีสานเป็นภูมิภาคที่มีพื้นที่กว้างขวาง แต่ขาดความอุดมสมบูรณ์ในหลายประการ โดยเฉพาะมีความแห้งแล้งขาดแคลนแหล่งน้ำ ทำให้ผลิตผลทางการเกษตรกรรมซึ่งเป็นอาชีพหลักของประชาชนในภาคนี้ ไม่ได้ผลตอบแทนเท่าที่ควร จึงได้มีการทำอาชีพเสริมเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวมีความกินคืออยู่ดี งานหัตถกรรมในช่วงแรก ๆ นั้น

มีรูปแบบกรรมวิธีการผลิตที่เรียบง่ายใช้ฝีมือและแรงงานของสมาชิกในครอบครัวเป็นปัจจัยสำคัญ โดยใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น คำนึงถึงประโยชน์ในการใช้สอยเป็นหลัก และจะมีเอกลักษณ์แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อใช้สอยภายในครอบครัว จะนำมาซื้อขายแลกเปลี่ยนกันบ้างอยู่ในระดับท้องถิ่น ต่อมาเมื่อบ้านเมืองเจริญมากขึ้น การค้าขายได้ขยายตัวออกไปกว้างขวาง รูปแบบการผลิตงานหัตถกรรม จึงเปลี่ยนไปมีการผลิตเพื่อจำหน่ายเป็นสินค้า

มีการขยายตัวจากตลาดในระดับท้องถิ่น ไปสู่ตลาดนักท่องเที่ยวและตลาดในต่างประเทศ การผลิตสินค้าหัตถกรรมในปัจจุบันมีอยู่ 2 ลักษณะคือหัตถกรรมพื้นบ้านซึ่งทำกันภายในครอบครัว และกระจายอยู่ตามแถบชนบทท้องถิ่นต่างๆ และการผลิตใช้เชิงอุตสาหกรรมที่มีอยู่ในรูปแบบโรงงานอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลาง ตลาดที่รองรับนั้นแตกต่างกันไปโดยที่สินค้าหัตถกรรมบางประเภทยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลาย จึงมีตลาดค่อนข้างจำกัดอยู่ในระดับท้องถิ่น และทำการผลิตเพื่อสนองความต้องการภายในประเทศ แต่สินค้าหัตถกรรมบางประเภทได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จึงสามารถขยายตลาดจากระดับท้องถิ่น ไปสู่ตลาดนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้การผลิตสินค้าหัตถกรรม ยังมีส่วนในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจของประเทศตามนโยบายทางด้านเศรษฐกิจพึ่งพาตนเองของรัฐบาล ซึ่งมุ่งที่จะแก้ไขปัญหาคาความยากจน ปัญหาการว่างงาน ฯลฯ

- สุจิต บุตรประเสริฐ (2533 : 56-58) ได้ทำการศึกษาเรื่องการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจที่เป็นผลมาจากการพัฒนาการท่องเที่ยว การศึกษาเฉพาะกรณีบ้าน เรณู อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม ผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้ร้านค้าจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง สามารถที่จะกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนกลุ่มต่างๆ ในหมู่บ้าน สามารถสร้างงานในท้องถิ่น สอนการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดผลจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคือ

1. การผลิต มีการใช้วัตถุดิบจากภายนอกท้องถิ่น มีการกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพื่อเพิ่มผลการผลิต การผลิตทั้งหมดใช้แรงงานในหมู่บ้าน ซึ่งช่วยลดปัญหาการว่างงานตามฤดูกาล เกิดการแข่งขันกันในการจำหน่ายสินค้า ระบบธุรกิจเริ่มมีบทบาทมากขึ้น
2. การกระจายรายได้เกิดผลต่อเนื่องจากกลุ่มค้าขาย ผู้กลุ่มตัดเย็บ เสื้อผ้า และกลุ่มทอผ้า ระบบธุรกิจเริ่มเข้าไปพร้อมกับนักท่องเที่ยว มีการจ้างแรงงาน แทนการขอแรงงาน
3. การจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองมีทั้งตลาดภายในและภายนอกท้องถิ่น ทำให้ชาวบ้านมีรายได้ และมีงานทำเพิ่มขึ้น
4. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้ฐานะความเป็นอยู่ของชาวบ้านเปลี่ยนไป มีการรับเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น

เริงฤทธิ์ วัฒนศึกษา (2533 : 85-89) ได้สรุปผลถึงการทอผ้าของชาวอีสานในสมัยอดีต นับว่าเป็นการทอผ้า เพื่อการใช้สอยในครัวเรือน หรือ เพื่อการแลกเปลี่ยนกับสินค้าบางอย่างเท่านั้น แต่การทอผ้าในสมัยปัจจุบัน เป็นการทอผ้า เพื่อจำหน่าย เนื่องจากสภาพทางเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้ชาวบ้านต้องใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคและบริโภคเพิ่มขึ้นรายได้จากการประกอบอาชีพเกษตรกรรม เพียงอย่างเดียว ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย จึงจำเป็นต้องประกอบอาชีพเสริม เพื่อหารายได้เพิ่มขึ้น ดังนั้น อาชีพการทอผ้า จึงนับว่าเป็นอาชีพเสริมที่สำคัญอย่างหนึ่ง แต่การทอผ้าเพื่อให้เป็นสินค้าที่คั้นนั้น ต้องมีการพัฒนาทางเทคโนโลยี

การสร้างสรรคัลวดลายบนผ้าทอ การประดิษฐ์ลวดลายให้พิสดาร แปลกใหม่ ตรงตามรสนิยม และความต้องการของผู้ซื้อสินค้า นอกจากนั้นการสนับสนุนและส่งเสริมจากหน่วยงานราชการในเรื่องของตลาดทอผ้า จนกระทั่งชาวบ้านมีความมั่นใจ และยึดอาชีพการทอผ้าเป็นอาชีพหลักที่มั่นคงต่อไป

บัวภา ฝ่ายเพชร (2537 : บทคัดย่อ) ศึกษาการประกอบอาชีพหัตถกรรมทอผ้า กระบวนการผลิตและการจัดจำหน่าย และผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตของชาวบ้าน ละว้า ตำบลเมืองเพีย อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ทั้งทางเศรษฐกิจ และสังคม ผลการวิจัยพบว่า ชาวบ้านมีวิวัฒนาการสองระยะ

ระยะแรก ชาวบ้านทอผ้าเพื่อใช้เองในครัวเรือน ระยะที่สอง เป็นการผลิตเพื่อการค้า โดยใช้วัตถุดิบจากโรงงาน แล้วส่งผลผลิตไปจำหน่ายทั่วประเทศ ซึ่งการประกอบอาชีพทอผ้าทำ

ให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น สามารถนำไปซื้อที่ดิน ปลูกสร้างต่อเค็มที่อยู่อาศัย ซื้อหาสิ่งอำนวยความสะดวกในครัวเรือน และการเก็บออมเงินในรูปแบบต่าง ๆ

ในการเดินทางท่องเที่ยวไปสถานที่แห่งใดแห่งหนึ่ง นอกจากนักท่องเที่ยวจะนำความประทับใจในสถานที่ ที่สวยงามและทรงคุณค่านั้นกลับมาเป็นความทรงจำแล้ว สิ่งหนึ่งที่จะนึกคิดไม่ได้คือกลับมาด้วยก็คือ สินค้าพื้นเมือง ซึ่งอาจมีแรงจูงใจมาจากความคิดที่ว่า ราคาขอมเขาวี เพราะซื้อจากแหล่งผลิต หรือเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น จึงนำซื้อหามาเป็นของที่ระลึกว่าครั้งหนึ่งเคยไปเยือนสถานที่แห่งนั้นมาแล้ว สินค้าของที่ระลึกนั้นส่วนใหญ่ก็คือ ผลงานด้านศิลปหัตถกรรมที่ผลิตได้ในท้องถิ่นนั่นเอง

ปัจจุบันงานศิลปหัตถกรรมของแต่ละท้องถิ่นได้กลายเป็นสินค้าของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญยิ่ง กลายเป็นค่านิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่จะต้องซื้อสินค้าของที่ระลึกเพื่อเป็นของตนเองและนำไปฝากญาติมิตร ทุกครั้งที่มีโอกาส จึงเกิดเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับผู้คนในท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งบางแห่งมีฝีมือดีถึงกับกลายเป็นแหล่งผลิตขนาดใหญ่ ผลิตกันทั้งหมู่บ้าน รวมเป็นทั้งแหล่งขายปลีกและขายส่งอีกทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวไปด้วยในตัว

ซึ่งหากท้องถิ่นใด สามารถนำงานศิลปหัตถกรรมมาส่งเสริมให้กลายเป็นสินค้าของที่ระลึกได้ จึงเท่ากับเป็นการสืบทอดและฟื้นฟูฝีมือด้านศิลปหัตถกรรมดั้งเดิม และที่สำคัญเป็นการเพิ่มมูลค่าให้วัสดุที่เป็นทรัพยากรท้องถิ่น ซึ่งมีอยู่เต็มแล้วแต่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่า ต่อเมื่อนำมาผลิตเป็นสินค้าของที่ระลึกก็จะได้ราคาดีขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงรวมทั้งเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับแรงงานในท้องถิ่น ซึ่งว่างงาน หรือ อาจจะว่างงานหลังฤดูกาลเก็บเกี่ยว จึงถือว่าการพัฒนาชนบทที่ได้ผลอย่างสมบูรณ์

ผลจากการที่ประเทศไทย ได้มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรกรรมไปสู่สังคมอุตสาหกรรมนั้น ทำให้วิถีชีวิตของคนไทยมีการเปลี่ยนไปจากเดิม ซึ่งแต่เดิมเป็นสังคมที่สามารถพึ่งตนเองได้ กลับกลายเป็นสังคมที่ค้ำหนักไปพึ่งพาระบบอุตสาหกรรมประกอบกับ ระบบการค้าเสรี จึงทำให้คนมีทางเลือกในการบริโภคสิ่งต่าง ๆ มากขึ้น ผลที่ปรากฏก็คือ ค่านิยมของคนไทย มีแนวโน้มเลียนแบบอย่างวิถีชีวิตแบบตะวันตก ซึ่งสังเกตได้จาก ค่านิยมการใช้สินค้าไทยลดน้อยลง จึงขาดการสืบเนื่องในวิถีชีวิตแบบไทยที่มีมาแต่เดิม และอาจจะทำให้ของไทยโดยเฉพาะหัตถกรรมพื้นบ้าน เกิดการเสื่อมสลายไปได้ซึ่งความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ เกิดจากสาเหตุและปัจจัยต่าง ๆ คือ (วิบูลย์ ลีสุวรรณ. 2540 : 85 -110)

1. เกิดจากอิทธิพลของวัฒนธรรมหลวง กล่าวคือ ลักษณะของสังคมไทย ซึ่งแบ่งตามสภาพแวดล้อมทางประวัติการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ได้เป็น 2 ระดับ คือ วัฒนธรรมประเพณีของชนชั้นปกครอง ผู้นำประเทศ เรียกว่า ประเพณีราชสำนัก และวัฒนธรรมประเพณี

ของประชาชนที่มีลักษณะเฉพาะแต่ละท้องถิ่นเรียกว่า ประเพณีพื้นบ้าน ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีของชนชั้นสูงได้รับการยอมรับนับถือจากประชาชนทั่วไปว่ามีคุณค่าสูงกว่า

วัฒนธรรมประเพณีของประชาชน ทำให้เกิดค่านิยมที่จะพยายามจะพัฒนายกระดับวัฒนธรรมประเพณีของตนให้เทียบเคียงหรือบางครั้งช่างพื้นบ้านถูกเกณฑ์มาเพื่อทำงานให้กับราชสำนัก เรียกว่า ช่างหลวง ลักษณะเช่นนี้ ทำให้บางท้องถิ่น ขาดแคลน ช่างฝีมือดี จนทำให้แนวโน้มของศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านในท้องถิ่นนั้นเปลี่ยนแปลงไป

2. เกิดจากอิทธิพลของวัฒนธรรมภายนอก การเข้ามาของวัฒนธรรมตะวันตก คือการรับประทานอาหารด้วยช้อนส้อม การนั่งโต๊ะอาหาร ได้ส่งผลต่อการผลิตงานหัตถกรรมพื้นบ้าน นอกจากนี้ความเจริญทางเทคโนโลยี มีส่วนทำให้การผลิตงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน เกิดลักษณะผสมระหว่างวัสดุพื้นบ้าน ดั้งเดิม และวัสดุสมัยใหม่ เช่น การใช้เชือกพลาสติกและลวด ในการทำเครื่องจักสาน หรือ การใช้เส้นใยวิทยาศาสตร์เข้าผสมกับการทอผ้า

3. เกิดจากภาวะเศรษฐกิจ ระบบเศรษฐกิจของชาวชนบทเปลี่ยนแปลงไปแต่เดิมชาวบ้านจะผลิตงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านเพื่อใช้เองและแลกเปลี่ยนกับปัจจัยในการดำรงชีพอย่างอื่นบ้างระบบการแลกเปลี่ยนสินค้าซึ่งมีมาแต่อดีตได้เปลี่ยนมาเป็นการซื้อขายด้วยเงินความต้องการของผู้บริโภคมีปริมาณสูงขึ้น ทำให้เกิดการผลิตเป็นจำนวนมาก จนบางท้องถิ่นได้เปลี่ยนสภาพจากงานหัตถกรรมมาเป็นงานกิ่งอุตสาหกรรม

4. เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิศาสตร์ การเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์ อาจจะทำให้สภาพของแหล่งวัตถุดิบเปลี่ยนไป อาจทำให้การผลิตงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านลดลง และหาวัสดุอื่นมาผลิตแทนของดั้งเดิม

จากปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวซึ่งมีอิทธิพลต่อการผลิตศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านในปัจจุบัน ซึ่งหัตถกรรมพื้นบ้านได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าทางการท่องเที่ยว คือเป็นสินค้าของระลึก จึงทำให้วัตถุประสงค์และกรรมวิธีการผลิตเปลี่ยนไปและประสบกับปัญหาต่างๆ ตามมาคือ

1. ปัญหาด้านปริมาณการผลิตที่ไม่แน่นอนซึ่งปริมาณการผลิตมักจะขึ้นกับอาชีพหลักคือ ทำไร่ทำนา ส่วนใหญ่จะผลิตกันมากในช่วงที่ว่างจากการทำนา และผลิตงานหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นอาชีพเสริม เมื่อมีการสั่งซื้อในปริมาณมา ๆ ก็จะผลิตได้ไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาด ปัญหาด้านคุณภาพของหัตถกรรมพื้นบ้าน การผลิตส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากนัก ทั้งทางด้านรูปแบบที่ไม่มีการพัฒนา เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดเท่าที่ควร อีกทั้งส่วนใหญ่ยังคงใช้ระบบการผลิตแบบเดิม ขาดแคลนช่างฝีมือ ความรู้ทางเทคนิคการผลิตเพื่อที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพที่ดี และวิธีการผลิตที่เหมาะสม ปัญหาด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เนื่องจากวัตถุดิบในบางท้องถิ่นหายากขึ้น จึงต้องสั่งซื้อมาจากท้องถิ่นอื่น ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น และคุณค่าของงานหัตถกรรมพื้นบ้านค่อยๆ ลดลง

2. ปัญหาด้านเงินทุนที่ใช้ในการผลิต ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ผลิตไม่มีเงินทุนเพียงพอ โดยเฉพาะผู้ผลิตรายเล็ก ๆ ที่เป็นราษฎรที่มีฐานะยากจน ไม่มีหลักทรัพย์ที่จะนำไปกู้เงินจากสถาบันการเงินต่างๆ จึงทำให้ไม่มีเงินทุนไปซื้อวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิต

3. ปัญหาด้านการตลาดและการส่งเสริมการจำหน่าย ผู้ผลิตงานหัตถกรรมพื้นบ้าน เพื่อเป็นสินค้าของที่ระลึกนั้น ส่วนใหญ่ขาดความรู้ทางการตลาดเนื่องจากเป็นราษฎรที่ทำอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก ทำให้เมื่อทำการผลิตแล้วไม่สามารถที่จะหาตลาดจำหน่ายได้ หรือบางครั้งจำหน่ายได้แต่ก็มีราคาถูก ซึ่งพอจะสรุปปัญหาด้านการตลาดได้คือ

-ปัญหาเรื่องพ่อค้าคนกลาง ซึ่งผู้ผลิตมักจะถูกกดราคาของผลิตภัณฑ์จากพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อสินค้าได้ผลตอบแทนที่ต่ำไม่เป็นที่พอใจ ขาดทุน จนทำให้ผู้ผลิตหมดกำลังใจที่จะทำการผลิตต่อไป

-ปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภค เนื่องปัจจุบันรสนิยมของผู้บริโภค โดยเฉพาะคนไทยนิยมใช้สินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งโก้หรูไม่นิยมใช้สินค้าไทย โดยเฉพาะสินค้าที่เป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้าน

-ปัญหาด้านราคา เนื่องจากการผลิตงานหัตถกรรมส่วนใหญ่ เป็นการผลิกระบบอุตสาหกรรมในครัวเรือนเป็นส่วนใหญ่ ใช้วัสดุท้องถิ่นและแรงงานจากสมาชิกในครอบครัว เมื่อผลิตแล้วจำหน่ายได้เงินมาเท่าใดมักจะคิดว่าเป็นกำไรหรือรายได้หักค่าแรงหรือต้นทุนการผลิตอื่นๆ ดังนั้นราคาจำหน่ายจึงต่ำ

-ปัญหาด้านการจำหน่ายและการส่งเสริมการจำหน่าย หัตถกรรมพื้นบ้านอีสานมีหลายประเภท ซึ่งส่วนมากเป็นที่นิยมและได้รับความสนใจจากคนทั่วไปแต่ตลาดการจำหน่ายสินค้าเหล่านี้เป็นไปโดยธรรมชาติ การซื้อขายสินค้าก็จะมีเฉพาะท้องถิ่นเท่านั้น หรือผ่านพ่อค้าคนกลาง โดยรับซื้อจากชาวบ้านที่ผลิตในราคาต่ำแต่ผู้ผลิตไม่มีแหล่งรวบรวมหรือเป็นตลาดสินค้าหัตถกรรมโดยแท้จริง อีกทั้งไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้บริการข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าหัตถกรรมอีสานทั้งในด้านแหล่งผลิตและข้อมูลของสินค้า รวมทั้งยังไม่มีการดำเนินการอย่างจริงจังในการจัดตั้งศูนย์ศิลปหัตถกรรมของแต่ละท้องถิ่น เพราะบางครั้งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมามีเวลาน้อย ไม่สามารถที่จะไปเที่ยวได้ทุกตำบล ทุกอำเภอ ในจังหวัดนั้น ๆ หากมีการรวบรวมสินค้าศิลปหัตถกรรมไว้ในที่เดียว ซึ่งสามารถให้นักท่องเที่ยวไปแวะที่จุดเดียวเที่ยวได้ครบวงจร ก็จะเป็นการประหยัดเวลาและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวได้

จากการศึกษาในเบื้องต้นเกี่ยวกับ หัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน ได้พบปัญหาสำคัญต่างๆ หลายประการที่ควรจะได้รับปรับปรุงแก้ไข ส่วนปัญหาที่เป็นจุดประสงค์หลักที่ต้องการศึกษาวิจัยนั้น เป็นปัญหาในด้านการส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสาน โดยเฉพาะเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายสินค้า ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญอันหนึ่งที่มีส่วนส่งเสริมให้สินค้าให้ได้รับความสนใจมากขึ้น โดยจะจำหน่ายสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น ในเขตอีสานตอนบนและส่งเสริม

สินค้าโดยการเผยแพร่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และแหล่งผลิตสินค้าหัตถกรรมซึ่งเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาได้ จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาในเรื่อง การศึกษาเพื่อเสนอต้นแบบ ศูนย์ส่งเสริมและจำหน่าย สินค้าหัตถกรรมอีสาน ภูมิศึกษาเฉพาะแถบอีสานตอนบน โดยคาดหวังว่าจะสามารถช่วยแก้ปัญหาเกี่ยวกับหัตถกรรมพื้นบ้านอีสานได้ในระดับหนึ่ง จึงได้กำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตของการวิจัย ดังต่อไปนี้

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของสถานที่จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน
- เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้ เพื่อนำมาวิเคราะห์และสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบที่เหมาะสม
- เพื่อเสนอต้นแบบการจัดพื้นที่ภายใน ที่เหมาะสมสำหรับใช้เป็นศูนย์ส่งเสริม และจำหน่ายสินค้า หัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน ในเขตอีสานตอนบน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

- ศึกษาความเป็นไปได้ และแนวทางที่เหมาะสมในการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสาน สำหรับเขตอีสานตอนบน
- การศึกษาความเป็นไปได้ในการกำหนดขนาดของศูนย์ฯ ให้เหมาะสมกับจำนวนผู้ใช้ และสภาพเศรษฐกิจศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดในเขตพื้นที่วิจัย
- หาแนวทางที่เหมาะสมในการจัดตั้งที่เหมาะสมกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น
- ขอบเขตการจัดสภาพแวดล้อมภายในของการวิจัยนี้ จะศึกษาและเสนอแนวทางในประเด็นดังต่อไปนี้ คือ
 - กิจกรรมและหน้าที่ใช้สอย
 - การจัดแบ่งพื้นที่ใช้สอยภายใน
 - การจัดผังภายในเบื้องต้น

พื้นที่ที่ทำการศึกษาวิจัยและสำรวจความต้องการของผู้ใช้ คือจังหวัดในเขตอีสานตอนบน

7 จังหวัด คือ อุรธานี หนองคาย เลย หนองบัวลำภู สกลนคร นครพนม มุกดาหาร

1.4 ขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยมีวิธีการและขั้นตอน ดังนี้

- ศึกษาวิจัยเบื้องต้นจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสาน
- สำรวจสภาพจริงในเบื้องต้นของสถานที่จำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสานในเขตจังหวัดอีสานตอนบน โดยการสังเกต บันทึกภาพ สอบถามผู้ใช้บริการ ผู้จำหน่าย เพื่อทราบถึงสภาพปัญหา
- ศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหา การเก็บข้อมูลภาคสนามโดยการสัมภาษณ์ และการสังเกต บันทึก ในเขตพื้นที่ทำการวิจัย
- วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนามโดยการนำเสนอเป็นคำร้อยละ ตาราง และแผนผังตามความเหมาะสม
- สรุปผลการวิจัยออกมาเป็นรูปแบบตัวอย่าง แนวทางการออกแบบ และข้อเสนอแนะ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลจากการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการจัดสภาพแวดล้อมภายในศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสาน ที่สามารถจะนำไปให้เป็นประโยชน์กับผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ทราบถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นจริงกับสถานที่จำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสาน โดยเฉพาะเขตจังหวัดอีสานตอนบน
- ได้รูปแบบและการจัดแบ่งพื้นที่ภายในที่เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยและพฤติกรรมผู้ใช้
- สามารถนำผลจากการศึกษาวิจัยมาแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาส่งเสริมให้สินค้าพื้นเมืองอีสานให้ได้รับความสนใจจากกลุ่มนักท่องเที่ยวมากกว่าที่เป็นอยู่
- สนับสนุนให้คนไทยและนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวภาคอีสาน โดยการใช้สินค้าพื้นเมืองอีสานจากแหล่งต่าง ๆ เป็นสิ่งดึงดูดความสนใจ
- เป็นการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักจังหวัดต่าง ๆ ในเขตอีสานตอนบน โดยการใช้สินค้าพื้นเมืองอีสานที่เป็นของแต่ละจังหวัด สร้างเอกลักษณ์ให้กับจังหวัดนั้น ๆ
- คาดว่า การนำเสนอต้นแบบ ศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสาน จะช่วยเพิ่มความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในการหาซื้อสินค้ามากขึ้น รวมทั้งการให้บริการข้อมูลข่าวสารของแหล่งผลิตสินค้าพื้นเมืองอีสานและก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานศิลปหัตถกรรมอีสานมากขึ้น

1.6 ข้อตกลงเบื้องต้น

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพื่อเสนอต้นแบบศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสาน โดยเน้นผลของถาวรวิจัยเพื่อให้ได้มาซึ่งการจัดแบ่งพื้นที่ใช้สอยภายในส่วนต่าง ๆ โดยประเด็นการส่งเสริมจะเป็นการให้บริการข่าวสารข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งผลิตสินค้าพื้นเมืองอีสาน และให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหัตถกรรมอีสาน

ส่วนการจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองนั้น เป็นการจำหน่ายสินค้าจากแหล่งผลิตแต่ละท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ของตนเอง โดยทั่วไปสินค้าพื้นเมืองของแต่ละท้องถิ่นประกอบด้วย

-สินค้าพื้นเมืองสำหรับบริโภค เช่น อาหารแปรรูปต่าง ๆ ฯลฯ

-สินค้าพื้นเมืองสำหรับอุปโภค เช่น ของใช้ต่าง ๆ ของที่ระลึก เครื่องแต่งกาย ฯลฯ

ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงได้ทำการศึกษาเฉพาะสินค้าพื้นเมืองอีสานที่เป็นสินค้าสำหรับอุปโภคเท่านั้น

1.7 คำจำกัดความและนิยามศัพท์

-ต้นแบบ หมายถึง แบบดั้งเดิม แบบที่มีมาตั้งแต่แรก หรือสิ่งที่สร้างขึ้นแบบฉบับ (ทวีศักดิ์ ญาณประธีป ,2534 : 204) ดังนั้น ต้นแบบในการวิจัยนี้คือ สิ่งที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นแบบฉบับทางสถาปัตยกรรมภายในได้แก่ การแบ่งพื้นที่ใช้สอย ZONING โดยแบ่งตามความสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการ และผู้ให้บริการในศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสาน

-การส่งเสริม ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดแนวทางในการส่งเสริมสินค้าพื้นเมืองอีสาน คือการส่งเสริมในด้านการให้ข้อมูลแหล่งผลิตสินค้าพื้นเมือง ตามหมู่บ้านต่าง ๆ ในชนบทซึ่งแหล่งผลิตสินค้าพื้นเมืองเหล่านี้ ถือได้ว่า เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ที่น่าสนใจอันหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา และการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานหัตถกรรมอีสาน โดยการนำเสนอเป็นแบบการจัดนิทรรศการ

-สินค้าพื้นเมืองอีสาน ในการศึกษาวิจัยนี้ หมายถึง งานหัตถกรรมพื้นบ้านอีสานที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน และเพื่อจำหน่ายเป็นสินค้าของที่ระลึก แก่นักท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่นในเขตอีสานตอนบน

1.8 ข้อจำกัดในการศึกษา

-เนื่องจากงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน มีมากมายหลายชนิดอีกทั้งแต่ละท้องถิ่นก็มีเอกลักษณ์เป็นของตนเองโดยเฉพาะจึงทำให้ มีความหลากหลายในลักษณะของสินค้าพื้นเมือง การศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะประเภทที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งอาจจะไม่ได้ครอบคลุมสินค้าทุกประเภททั้งหมด

-การเก็บข้อมูลภาคสนาม บางครั้งมีข้อจำกัดเนื่องจากเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจซึ่งผู้ประกอบการไม่ต้องการเปิดเผย

-ขาดแคลนเงินทุนและงบประมาณสนับสนุนการวิจัยมีจำนวนจำกัด

-ขาดแคลนอาคารที่จะใช้เป็นกรณีศึกษาเปรียบเทียบ โดยเฉพาะในประเด็นเกี่ยวกับการส่งเสริมสินค้าพื้นเมือง

บทที่ 2

การศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัย เพื่อเสนอค้นแบบ ศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน กรณีศึกษาอีสานตอนบนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องต่างเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาทั้งที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสถาปัตยกรรมใน อีกทั้งยังได้ศึกษาเนื้อหาวิชา ด้านอื่นๆที่สามารถเชื่อมโยง หรือนำมาใช้ประโยชน์ในการวิจัยนี้ เพื่อให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยได้ทำการศึกษาในประเด็นดังต่อไปนี้

2.1 หัตถกรรมพื้นบ้าน

หัตถกรรม หมายถึง กระบวนการผลิตสินค้าด้วยมือโดยใช้แรงงานเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตประกอบกับฝีมือที่ประณีตและความชำนาญที่ตกทอดกันมาหลายชั่วคนเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ในการใช้สอยและมีความสวยงามที่สะท้อนถึงศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย

หัตถกรรมชิ้นแรกของมนุษย์ได้แก่ หินก้อนแรกที่มนุษย์เก็บมาแล้วเอาหินหรือวัสดุอื่นๆทุบ กะเทาะให้หินมีรูปร่างผิดไปจากเดิม เพื่อให้หินที่กะเทาะแล้วนั้นมีลักษณะเป็นเครื่องมือสำหรับใช้ทุบ สับ คัด สิ่งของอื่น ๆ ได้ตามความต้องการจากการประดิษฐ์คิดค้นกระทำสืบต่อกันมาเป็นเวลานาน ทำให้เกิดความชำนาญและเรียนรู้ในการเลือกสรรวัตถุดิบ มีการปรับปรุงพัฒนารูปแบบของหัตถกรรมประเภทต่างๆให้สามารถสนองประโยชน์ได้สมบูรณ์ที่สุดเท่าที่จะทำได้และเมื่อหัตถกรรมนั้นๆ มีความสมบูรณ์ในการใช้สอยแล้ว ความชำนาญในกรรมวิธีจะช่วยให้ช่างผู้สร้างงานหัตถกรรมประเภทต่าง ๆ ได้พัฒนาฝีมือสูงขึ้นจึงส่งผลให้งานหัตถกรรมมีความงามและมีคุณค่าทาง”ศิลป์”เป็นการพัฒนางานหัตถกรรมไปสู่งาน “ศิลปหัตถกรรม” งานหัตถกรรมเหล่านี้หากมีกระบวนการและกรรมวิธีในการผลิตซับซ้อนมากขึ้น เมื่อมนุษย์มีความเจริญมากขึ้นเท่าใดงานหัตถกรรมก็จะได้รับการพัฒนาให้มีความสวยงามควบคู่ไปกับประโยชน์ใช้สอยมากยิ่งขึ้น จนทำให้เกิดมีงานหัตถกรรมบางประเภทสร้างขึ้นเพื่อความงามมากกว่าประโยชน์ใช้สอยซึ่งได้แก่งานหัตถกรรมประเภทประณีตศิลป์ หรืองานหัตถกรรมของราชสำนัก (Aristocratic Craft) ซึ่งแท้จริงแล้วก็เกิดจากเป็นพัฒนามาจากหัตถกรรมพื้นบ้าน (Folk Craft) หรืองานหัตถกรรมของชาวบ้านที่ประชาชนทั่วไปใช้สอยในชีวิตประจำวัน อันเป็นงานที่สร้างขึ้นอย่างง่าย ๆ มีรูปแบบที่เรียบง่ายตามชนบทประเพณีตามความนิยมของแต่ละท้องถิ่น กลายเป็นงานหัตถกรรมที่ทำการแลกเปลี่ยนกับปัจจัยในการดำรงชีวิต เช่น การทอผ้า เพื่อแลกกับข้าวเปลือก หรือ ปัจจัยในการดำรงชีวิตอื่นๆที่ครอบครัวนั้นๆไม่สามารถผลิตได้ การแลกเปลี่ยนนี้จะช่วยให้ประชาชน มีปัจจัยที่จำเป็นในการ

ดำรงชีวิตพร้อมมูลขึ้นเอื้ออำนวยให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นต่อมาเมื่อมีความต้องการหัตถกรรมมากขึ้น ทำให้การผลิตงาน หัตถกรรมประเภทต่างๆขาดความสมดุล คือการผลิต และความต้องการมีปริมาณไม่เท่าเทียมกัน จึงเกิดสื่อในการแลกเปลี่ยนแทน การแลกเปลี่ยนกับงานหัตถกรรมและสิ่งอื่นๆ โดยตรงด้วยการนำหอยมาทำเป็นเบี้ย จนมีการพัฒนามาเป็น “เงิน” ขึ้นใช้แทนการแลกเปลี่ยนซื้อขายงานหัตถกรรมและสินค้าต่างๆในยุคต่อมา “พื้นบ้าน” นั้นตามความหมายทางคติชนวิทยา (Folklore) หมายถึง กลุ่มชนที่มีลักษณะร่วมกันอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การมีขนบประเพณีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีวิถีทางในการดำรงชีวิตคล้ายคลึงกัน พูดภาษาเดียวกัน ลักษณะร่วมกันของกลุ่มชนนี้เป็นองค์ประกอบร่วมที่ทำให้กลุ่มชนเป็นหนึ่งอันเดียวกันเป็นคนพวกเดียวกัน เหล่านี้จะมีเอกลักษณ์ เฉพาะกลุ่มที่ต่างกันไปและจะต้องดำรงสภาพของคนอย่างอิสระ โดยปราศจากวัฒนธรรมจากภายนอกจึงจะถือว่า กลุ่มชนเหล่านั้นเป็น กลุ่มชนพื้นบ้าน หรือ กลุ่มชนชาวบ้าน ซึ่งเป็นกลุ่มชนที่มี วัฒนธรรมพื้นบ้านเป็นของตนเอง ดังนั้น ผลผลิตทางด้านหัตถกรรมของกลุ่มชนเหล่านี้ จึงเป็น หัตถกรรมพื้นบ้านหรือเป็น ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านได้

2.1.1 ลักษณะเฉพาะของหัตถกรรมพื้นบ้าน

หัตถกรรมพื้นบ้านมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่าง ไปจากงานหัตถกรรมและศิลปหัตถกรรมชั้นสูง ทั้งนี้เพราะกลุ่มชนแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันมีการดำรงสภาพของท้องถิ่นอย่างอิสระ

ดังนั้นหัตถกรรมและศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้าน จึงมีขอบข่าย และคุณสมบัติเฉพาะตัวที่ โซเฮสึ ยานากิ (Soetsu Yanaki) ผู้เชี่ยวชาญศิลปะพื้นบ้านชาวญี่ปุ่น ได้กล่าวถึงสาระสำคัญของหัตถกรรมพื้นบ้านไว้ดังนี้

1. สร้างโดยช่างนิรนาม ช่างผู้ผลิตงานหัตถกรรมอาจจะเป็นชาวบ้านธรรมดา หรือช่างพื้นบ้านในท้องถิ่น ไม่ใช่ศิลปินที่ผ่านการเรียนการสอนจากสถาบันการศึกษาศิลปะอย่างเป็นทางการ จึงไม่ปรากฏชื่อผู้ทำบงานเหล่านั้น และวัตถุประสงค์การสร้างก็เพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวันกันเป็นส่วนใหญ่ช่างพื้นบ้านที่สร้างงานหัตถกรรมพื้นบ้านทั่วไปจะ ไม่มีเจตนาที่จะสร้างผลงานของตนให้เป็นศิลปะ หากแต่คุณค่าทางศิลปะที่ปรากฏเป็ผลที่เกิดจากการทำซ้ำๆกันเป็นจำนวนมากจนเกิดความชำนาญ แล้วคัดแปลงแก้ไขหาข้อบกพร่องจน ได้ผลงานที่มีความสมบูรณ์ที่สุดเท่าที่จะทำได้ ดังนั้นงานหัตถกรรมพื้นบ้านจึงมุ่งที่การใช้สอย และ ซื้อขายแลกเปลี่ยนเป็นสำคัญมิได้หวังสิ่งอื่นใด ชื่อของช่างจึง ไม่มีการบันทึกไว้บนงานหัตถกรรมเพียงแค่ว่ารับรู้ในกลุ่มชน หรือ ในท้องถิ่นนั้นๆ ว่าเป็นงานหัตถกรรมของใคร จึงอาจกล่าวได้ว่า หัตถกรรมพื้นบ้านสร้างโดยช่างนิรนาม

2. สร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน หัตถกรรมพื้นบ้านโดยทั่วไปมักจะสร้างขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์ในการใช้สอยในชีวิตประจำวันของผู้คนแต่ละท้องถิ่นเป็นหลัก เช่น การครุ หรือ คุ สำหรับเป็นที่ติ้วข้าวของชาวนาทางภาคเหนือ หรือ การทอผ้าพื้นบ้านของภาคต่างๆ ก็มี จุดประสงค์ที่ท้องถิ่น เพื่อใช้คุ้มกันกันในรอบครัวก่อน เมื่อผลิตได้มากเกินไปต้องการจึงจะจำหน่ายให้ผู้อื่น หรือ แลกเปลี่ยนกับปัจจัยในการดำรงชีพอื่นๆ สังคมไทยในอดีตนั้นมีการแลกเปลี่ยนผลผลิตซึ่งกันและกันมากกว่าการผลิตเพื่อจำหน่ายดังนั้นจุดประสงค์ในการผลิตหัตถกรรมพื้นบ้านจึงเป็นไปเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน

3. สร้างขึ้นเป็นจำนวนมากและมีราคาที่เหมาะสมหรือมีราคาต่ำคงได้กล่าวแล้วว่า หัตถกรรมพื้นบ้านนั้นสร้างขึ้นเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน ตามสภาพความเป็นอยู่และสิ่งแวดล้อมของแต่ละท้องถิ่นเป็นหลัก โดยที่ผู้ใช้สอยผลิตขึ้นใช้ในครอบครัวก่อน เมื่อผลิตได้จำนวนมากก็จะจำหน่าย และ แลกเปลี่ยนกับสิ่งอื่นที่คนต้องการ ในท้องถิ่นมีความสามารถในการผลิตสูงและมีผู้ต้องการมาก จึงทำให้เกิดการผลิตขึ้นเพื่อจำหน่ายสำหรับใช้สอยในชีวิตประจำวัน หัตถกรรมบางประเภท มีรูปแบบและกรรมวิธีการผลิตไม่พิถีพิถัน ชับซ้อน มีรูปแบบที่ซ้ำๆกันเพราะต้องทำเป็นจำนวนมากและราคาถูก ผู้ใช้หรือผู้บริโภคจะคำนึงถึงประโยชน์ในการใช้สอยมากกว่าคุณค่าทางความงาม

4. มีรูปแบบที่เรียบง่ายหัตถกรรมพื้นบ้านดั้งเดิมนั้นสร้างขึ้นจากความต้องการในการใช้สอยเป็นหลักสำคัญดังนั้นการพัฒนารูปทรงและ วัสดุของหัตถกรรมพื้นบ้านจึงตั้งอยู่บนพื้นฐานของการใช้สอยเช่นเดียวกันคือ การแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆด้วยการผ่านการใช้สอย มิได้มีการออกแบบหรือ คิดขึ้นอย่างกระบวนการ จึงทำให้งานหัตถกรรมพื้นบ้านทั่วไปมีรูปแบบที่เรียบง่ายตามสภาพของผู้สร้างตลอดจนการใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น

5. มีลักษณะเฉพาะถิ่น เกิดจากการเลือกใช้วัสดุที่มีอยู่เฉพาะถิ่น การกำหนดของงานหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นข้อจำกัดประการหนึ่งที่ทำให้เกิดลักษณะเฉพาะถิ่นได้ เพราะวัสดุบางชนิด มีเฉพาะในบางท้องถิ่นเท่านั้น ไม่มีในท้องถิ่นอื่นๆ

6. สร้างขึ้นด้วยมือ คุณสมบัติข้อหนึ่งของหัตถกรรมพื้นบ้าน ถือเป็นคุณสมบัติที่สำคัญยิ่ง เพราะถ้าหากมีการใช้เครื่องจักรเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสร้างสรรค์ ก็จะกลายเป็นงานหัตถอุตสาหกรรมมากกว่าที่จะเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านเพราะคุณสมบัติดังกล่าวของหัตถกรรมพื้นบ้านจะช่วยให้สามารถพิจารณาและจำแนกงานหัตถกรรมพื้นบ้านออกจากงานหัตถกรรมหรือ งานศิลปะอื่นๆได้ (Yanaki 1987:98)

2.1.2 วิวัฒนาการของงานหัตถกรรมพื้นบ้านในประเทศไทย

หัตถกรรมในประเทศไทยพบว่ามีมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์เมื่อประมาณ

7000 ปีมาแล้ว เริ่มจากการคัดเลือกก้อนหินที่มีลักษณะและขนาดเหมาะสมมาทำเป็นเครื่องทุบ กระทบเปลือกเมล็ดพืชให้แตก เพื่อที่จะกินเนื้อซึ่งอยู่ภายใน อันเป็นจุดเริ่มต้นของความคิดทำ หัตถกรรม ในยุคต่อมามนุษย์จึงทำ เครื่องมือหินกะเทาะด้วยการกะเทาะปลายก้อนหินให้มีลักษณะ แผลมคม เหมาะสมกับการใช้สอย ดังจะเห็นได้จากหินกะเทาะที่พบในบริเวณแหล่งวัฒนธรรม ก่อนประวัติศาสตร์ บ้านเก่า ตำบลจรเข้เผือก อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี และแหล่งก่อน ประวัติศาสตร์อื่นๆ อีกหลายแห่ง

วิวัฒนาการ อีกอันหนึ่งของเครื่องมือ สมัยก่อนประวัติศาสตร์ คือมนุษย์รู้จักนำ หินมาขัดให้มีความคมที่เรียกว่า ขวานฟ้า เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสับหรือตัด จากนั้นมนุษย์อาจจะรู้จักนำเอาท่อนไม้ กระดุกสัตว์มาผูกเป็นด้ามขวาน เหมือนขวานที่เราใช้อยู่ในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม จากหลักฐานต่างๆ ของมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ที่พบในประเทศไทย ได้แสดงให้เห็นว่ามนุษย์รู้จักทำหัตถกรรมสำคัญหลายประเภท โดยเฉพาะหัตถกรรมที่เป็นปัจจัยในการดำรงชีวิต เช่น หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาสมัยก่อนประวัติศาสตร์ที่พบมากในบริเวณภาคอีสาน โดยเฉพาะที่บ้าน เชียงอำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี ถือได้ว่าเป็นหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาที่มีคุณภาพสูง ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบกรรมวิธีผลิตตลอดจนการตกแต่งด้วยการเขียนสีก็ตาม ล้วนมีรูปทรงและลวดลาย ที่งดงามแทบทั้งสิ้น นอกจากนี้จะพบเครื่องปั้นดินเผา แล้วยังได้พบหัตถกรรมโลหะที่เป็นเหล็กและ สำริดเป็นจำนวนมาก เช่น ใบหอก ดาบ กำไร เป็นต้น หัตถกรรมอีกประเภทหนึ่งที่พบหลักฐานว่า มีทำมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ คือ หัตถกรรมจักสาน หรือ เครื่องจักสานดังได้พบร่องรอย ของเครื่องจักสานบนผิวภาชนะดินเผาที่ขุดพบที่บริเวณบ้านเชียง ซึ่งแสดงว่า มนุษย์สมัยก่อน ประวัติศาสตร์รู้จักทำหัตถกรรมจักสานเป็นภาชนะและสิ่งอื่นๆ ขึ้นใช้แล้วถัดจากสมัยก่อนประวัติ ศาสตร์มาเป็นสมัยประวัติศาสตร์ ในสมัยนี้ได้พบหลักฐานเกี่ยวกับงานหัตถกรรมจำนวนมาก ซึ่ง แสดงให้เห็นว่างานหัตถกรรมได้มีการพัฒนาขึ้นมา มาก เช่น ในช่วงพุทธศตวรรษที่ 11 - 13 เป็น ช่วงที่นักประวัติศาสตร์ สันนิษฐานว่าเป็นสมัยทวารวดี ได้พบหัตถกรรมใบสกุลช่างทวารวดีเป็น จำนวนมาก เช่น ดินเผา (Spindle whorl) ใช้สำหรับปั่นด้าย ซึ่งแสดงว่าในสมัยนั้นมีการทอผ้า ด้วยเส้นใยฝ้ายที่ได้จากการปั่นเส้นด้ายด้วย ดินเผา นอกจากนี้ ได้พบ เครื่องปั้นดินเผา ประเภท กระปุก หม้อ ไห คนโท และกาน้ำ อีกเป็นจำนวนมาก

ในสมัยประวัติศาสตร์นั้น นอกจากงานหัตถกรรมที่พบในช่วงพุทธศตวรรษที่ 11-13 ดังกล่าวแล้ว ใน ช่วงพุทธศตวรรษที่ 13-18 นั้นความเจริญของอารยธรรมต่างๆ ได้แพร่ กระจายไปทั่วบริเวณที่เป็นประเทศไทยในปัจจุบันมีชุมชนที่มีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง เกิดขึ้นทุก ภาค ผู้คนในชุมชนเหล่านั้นมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีการผลิตหัตถกรรมเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน เพื่อ สนองความเชื่อ ขนบประเพณี และ ศาสนาเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะหัตถกรรมประเภท เครื่อง ปั้นดินเผา ซึ่งมีหลักฐานเหลืออยู่มากที่สุด หัตถกรรมประเภทอื่นๆ เช่น เครื่องแต่งกาย สิ่งทอ เครื่องเงิน เครื่องทอง ฯลฯ

อาณาจักรล้านนาเป็นอาณาจักรหนึ่งของไทย ที่มีประวัติความเป็นมายาวนาน ร่วมยุคร่วมสมัยล้านนามีการปกครอง ขนบประเพณีวัฒนธรรม ศิลปกรรม และ หัตถกรรมที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเองสืบต่อกันมาแต่ในอดีตมากมายหลายประเภทที่ยังคงทำกันอยู่ในปัจจุบัน เช่น หัตถกรรมการทำเครื่องเงิน เครื่องเงิน การทอผ้า การแกะสลักไม้ และ เครื่องปั้นดินเผา ดังได้พบซากเตาเผาในอาณาจักรล้านนาหลายเตา เช่น เตาวีงกาหลง อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย เตาสันกำแพง เชียงใหม่ การทอผ้าของล้านนาเป็นศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านอีกประเภทหนึ่งที่มีมาช้านานโดยเฉพาะผ้าทอมือสำหรับใช้แต่งกายของชาวล้านนาในอดีต ที่เป็นกลุ่มชนชั้นสูงในราชสำนัก และ กลุ่มสามัญชน ดังปรากฏหลักฐานให้เห็นในจิตรกรรมฝาผนังตามพระอุโบสถและวิหาร เช่น วัดพระธาตุลำปางหลวง อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง จิตรกรรมฝาผนังวิหารลายคำ วัดพระสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และจิตรกรรมฝาผนังวิหารวัดภูมินทร์ อำเภอเมืองจังหวัดน่าน

อาณาจักรสุโขทัยเป็นอีกอาณาจักรที่มีความเจริญก้าวหน้าในด้านศิลปกรรมและหัตถกรรม โดยเฉพาะเครื่องสังคโลกที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักกันทั่วไปศิลปหัตถกรรมอีกประเภทหนึ่ง ซึ่งสันนิษฐานกันว่ามีทำกันทั่วไปในสมัยสุโขทัย คือ การทอผ้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตที่ชาวเมืองจะต้องผลิตขึ้นใช้เองหรือเพื่อแลกเปลี่ยนกับปัจจัยการค้าอย่างอื่น ๆ ดังนั้นการทอผ้าในอาณาจักรสุโขทัยนั้นคงจะมีทำกันไม่น้อยและสามารถทอได้หลายชนิดและมีคุณภาพดี เช่น ผ้าสกุลพัสดร์ ซึ่งเป็นผ้าขาวเนื้อละเอียด ผ้าเด็กหลก ซึ่งเป็นผ้าเนื้อแน่นและผ้ากรอบ ซึ่งเป็นผ้าทอลายกระจัง เป็นต้น

สมัยอยุธยา (พ.ศ. 1893 – 21310) ในสมัยนี้มีความเจริญในด้านต่างๆมากมาย เพราะในสมัยนี้ได้มีการติดต่อกับชาวต่างประเทศมากยิ่งขึ้นกว่าสมัยอื่นๆ ที่ผ่านมา จากช่วงระยะเวลาอันยาวนานของสมัยอยุธยาเชื่อว่าการผลิตและสร้างสรรค์งานศิลปหัตถกรรมและหัตถกรรมพื้นบ้านคงพัฒนาขึ้นเป็นอันมาก ทั้งนี้อาจจะได้รับวิทยาการและเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่มีจากต่างประเทศด้วย นอกจากนี้ในการติดต่อกับชาวต่างประเทศยังทำให้ชาวไทยในสมัยนั้นสั่งซื้อสินค้าประเภทหัตถกรรมมาจากต่างชาติด้วย ดังปรากฏชัดเจน ได้แก่ สินค้าผ้าประเภทต่างๆ จากจีน อินเดีย และเปอร์เซีย นอกจากนี้ก็มีหัตถกรรมประเภทเครื่องปั้นดินเผา ได้แก่ เครื่องถ้วยต่างๆ ที่สั่งเข้ามาจากประเทศจีน โดยเฉพาะเครื่องเบญจรงค์โดยที่ราชสำนักไทยส่งแบบไปให้ช่างจีนทำแล้วส่งกลับเข้ามาเพื่อใช้สอยในราชสำนักซึ่งถือได้ว่างานหัตถกรรมดังกล่าวเป็นหัตถกรรมไทยประเภทหนึ่ง

สมัยรัตนโกสินทร์นั้นเริ่มตั้งแต่ พ.ศ. 2325 เป็นต้นมา บ้านเมืองมีศึกสงครามมากมายไม่อยู่ในภาวะปกติสุขจึงทำให้การสร้างสรรค์งานศิลปกรรมและหัตถกรรมเกิดขึ้นไม่มากนัก เหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์มีผลอย่างสำคัญต่อการสร้างงานหัตถกรรมของประชาชนที่อยู่ในท้องถิ่นรอบๆ นอกกรุงเทพฯ โดยเฉพาะกลุ่มชนต่างเชื้อสายที่ถูกกวาดต้อนเข้ามาในรัชกาลต่างๆ

เช่น พระเจ้ากรุงธนบุรีได้กวาดต้อนชาวลาวจากเวียงจันทน์เข้ามาไว้ที่สระบุรี ลพบุรี จนเกิดเป็นชุมชนที่ทำหัตถกรรมทอผ้าสืบมาในปัจจุบัน นอกจากนี้ในสมัยรัชกาลต้นๆ ของกรุงรัตนโกสินทร์นั้น มีการทำศึกสงครามกับลาวหลายครั้งทำให้มีการอพยพชาวลาวเข้ามาตั้งถิ่นฐานตามหัวเมืองต่างๆ แล้วเกิดเป็นชุมชนชาวไทยเชื้อสายลาวขึ้นหลายแห่ง เช่น ชุมชนลาวโง้งหรือไทยทรงดำที่จังหวัดเพชรบุรี ต่อมาขยายออกไปตั้งถิ่นฐานในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี และนครปฐม ชุมชนลาวพวนในบริเวณอำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดสุโขทัย ชุมชนเหล่านี้เมื่อเข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยแล้วก็มักจะสร้างงานศิลปหัตถกรรมตามแบบแผนและประเพณีของคน เพื่อใช้เป็นปัจจัยในการดำรงชีวิต ในลักษณะที่ต้องเลี้ยงตนเองให้ได้มากที่สุด เมื่อมีการตั้งหมู่บ้านตั้งบ้านเรือนขึ้นเป็นกลุ่มชนแล้วจึงเกิดการผลิตงานหัตถกรรมขึ้น

ปัจจุบันการทำงานศิลปหัตถกรรมนั้นมีใช้เฉพาะชนบทและหัวเมืองออกหลวงเท่านั้นแม้ในกรุงเทพฯ ฯ หรือ กรุงรัตนโกสินทร์เองก็มีชุมชนที่ผลิตงานหัตถกรรมอยู่หลายแห่ง ดังปรากฏเป็นชื่อหมู่บ้านมาจนปัจจุบัน ได้แก่ บ้านบาตร บ้านหม้อ บ้านพานถม บ้านช่างหล่อ เป็นต้นแม้ว่าในปัจจุบันหมู่บ้านต่างๆ เหล่านี้จะมีได้มีการผลิตหัตถกรรมประเภทต่างๆ ตามชื่อของหมู่บ้านแล้วก็ตาม แต่ก็เป็นที่เชื่อได้ว่าหมู่บ้านดังกล่าวจะเป็นแหล่งผลิตศิลปหัตถกรรมในกรุงเทพมหานคร ในอดีต ดังได้กล่าวมาแล้วว่าหัตถกรรมส่วนใหญ่ทำขึ้นเพื่อใช้สอยในครอบครัว เรือนก่อน ต่อเมื่อผลิตได้ต่อความต้องการจึงนำไปแลกเปลี่ยนซื้อขายกับปัจจัยการดำรงชีพอย่างอื่น ต่อมาเมื่อสังคมขยายตัวใหญ่ขึ้น ลักษณะการซื้อขายและแลกเปลี่ยนสินค้าก็มีมากขึ้น จึงทำให้เกิดแหล่งแลกเปลี่ยนซื้อขายที่เรียกว่า ตลาด ขึ้นมาดังจะเห็นว่ากรุงเทพในอดีตก็มีตลาดแลกเปลี่ยนสินค้าอยู่หลายแห่งและงานหัตถกรรมก็ถือว่าเป็นสินค้าสำคัญอย่างหนึ่ง เพราะ การอุตสาหกรรม และกิจการค้าใหญ่ๆ ยังมีส่วนน้อยแต่ชาวสยาม สมัยรัชกาลที่ 5 มีความสามารถด้านหัตถกรรมมากกว่า ผ้าทอจากไหมและฝ้ายที่ผลิตได้ในประเทศมีคุณภาพ คงทน และสวยงามกว่าชนิดที่สั่งจากต่างประเทศซึ่งมีแต่ราคาสูงอย่างเดียว นอกจากนี้งานศิลปะด้านอื่น เช่น การประดับมุก ช่างทอง ช่างเงินและช่างปั้นดินเผาที่ล้วนมีฝีมือสูงทั้งสิ้น (เตรคเนอร์ 2520:63)

อย่างไรก็ตามแม้ในสมัยรัตนโกสินทร์ตั้งแต่รัชกาลที่ 5 เป็นต้นมา ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจากโลกตะวันตกได้เข้ามาสู่ประเทศไทยจะมีมากขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งมีผลกระทบต่อการผลิตศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านจากลักษณะการผลิตในครัวเรือนมาสู่ระบบหัตถกรรมมากขึ้น แต่ถึงกระนั้นก็ตามศิลปหัตถกรรมก็ยังคงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ และสัมพันธ์กับชีวิตของประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศยากที่จะแยกจากกันได้ ศิลปหัตถกรรมในสมัยรัตนโกสินทร์ที่สืบเนื่องกันมาเป็นเวลาสองร้อยปีกว่านั้นก่อให้เกิดงานศิลปหัตถกรรมที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเองขึ้นมาหลายประเภท บางประเภทอาจจะสูญหายไปบ้างแล้วก็มี แต่ก็ยังคงทำสืบต่อกันมาในปัจจุบัน หลายประเภทและในหลายท้องถิ่นทั่วทุกภาคของประเทศ

2.1.3 หัตถกรรมพื้นบ้านประเภทต่างๆ

ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของไทยนั้น สามารถแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ได้หลายลักษณะ เช่น การแบ่งตามลักษณะการใช้สอยจะแบ่งเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องใช้สำหรับดับจับสัตว์ เครื่องใช้ในการประกอบอาชีพนอกจากนี้อาจจะแบ่งประเภทของหัตถกรรมตามวัสดุที่นำมาผลิต เช่น หัตถกรรมไม้ หัตถกรรมโลหะ หัตถกรรมดินเผา เป็นต้น แต่ในที่นี้จะแบ่งตามกรรมวิธีการผลิตซึ่งแบ่งได้เป็น 10 ประเภทคือ

1. เครื่องเคลือบดินเผา (CERAMICS) ได้แก่ ภาชนะเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ทั้งที่เป็นดินเผาธรรมดา และดินเผาที่เคลือบด้วยน้ำยาเคลือบชนิดต่างๆ ซึ่งมีการผลิตอยู่เกือบทุกภาคของประเทศ มีกรรมวิธีการผลิตและมีเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกันไปตามความนิยม เช่น การปั้นโอ่ง อ่าง กระจาดเคลือบลายมังกรของจังหวัดราชบุรี เครื่องปั้นดินเผาค่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา เครื่องปั้นดินเผาสทิงหม้อ อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา และเครื่องปั้นดินเผาบางจังหวัดเชียงใหม่ ลำปาง เป็นต้น ภาชนะเครื่องปั้นดินเผาที่ทำกันในท้องถิ่นต่างๆ มีทั้งที่เป็นเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น โอ่ง อ่าง กระจาด แจกัน จาน ถ้วยชาม และเครื่องประดับตกแต่งอาคารบ้านเรือน เช่น กระจเบื้อง ลูกกรง ตลอดจนเครื่องประดับต่างๆ เป็นต้น

2. การทอผ้าและการเย็บปักถักร้อย (TEXTILE ANDEMBROIDERY) ได้แก่ การทอผ้าในท้องถิ่นต่างๆ ทั้งการทอผ้าไหม การทอผ้าฝ้ายและการทอผ้าชนิดอื่นๆ เช่น การทอผ้าไหมของภาคเหนือและภาคอีสาน การทอผ้าเกาะยอของจังหวัดสงขลา การทอผ้าพุมเรียง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นต้น รวมทั้งการเย็บปักถักร้อย เพื่อการตกแต่งด้วย เช่น การทอ-ยกดอก การทอจก และการประดับตกแต่งด้วยลูกปัดและกระจก ไปจนถึงการทอธง หรือคู่ของภาคเหนือและภาคอีสาน ที่สำหรับใช้ในงานเทศกาลต่างๆด้วย

3. การแกะสลัก (CARVING) ได้แก่ การแกะสลักเพื่อใช้เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ด้วยวัสดุต่างๆ เช่น การทำครกหินที่อ่างศิลา จังหวัดชลบุรี การแกะสลักไม้สำหรับทำเครื่องเรือน เครื่องตกแต่งอาคารของทางภาคเหนือที่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ การแกะสลักไม้เป็นรูปเคารพของภาคอีสาน การแกะสลักตัวหนังสือของจังหวัดนครศรีธรรมราชและการแกะงานช่างที่อำเภอพุทธศิริ จังหวัดนครสวรรค์ ไปจนถึงการแกะเขาสัตว์และการแกะกระดูกสัตว์

4. หัตถกรรมโลหะ (METAL WORKS) ได้แก่ งานหัตถกรรมโลหะชนิดต่างๆ ตั้งแต่การทำเครื่องใช้ด้วยโลหะต่างๆ เช่น การทำจอบเสียบ มีด พร้า อาวุธต่างๆ การปั้นหล่อรูปเคารพและเครื่องมือเครื่องใช้ด้วยทองเหลือง ทองแดง สारิด ตะกั่วรวมถึงการทำเครื่องประดับตกแต่งด้วยเงินและทอง เป็นต้น การทำหัตถกรรมโลหะในปัจจุบันยังมีทำกับอยู่ทั่วไป เช่น การทำมีด อัญมณี ของจังหวัดนครศรีอยุธยา การทำบาตร ที่บ้านบาตร กรุงเทพฯ การทำจอบเสียบที่บ้านหนองบัวแดง อำเภอเมือ จังหวัดร้อยเอ็ด การทำเครื่องเงิน-ทอง ของจังหวัดเชียงใหม่ และการทำเครื่องถมทองของจังหวัดนครศรีธรรมราช

5. เครื่องจักสาน (BASNETRY MATS) ได้แก่ หัตถกรรมพื้นบ้านที่ทำขึ้นด้วยวิธีการจักสานโดยใช้วัสดุธรรมชาติชนิดต่างๆ เช่น ไม้ไผ่ หวาย กระจูด ใบลานเจียก ใบเคย ย่านลิเภา ผักตบชวา ฯลฯ เครื่องจักสานเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่ยังมีการทำกันแพร่หลายทั่วทุกภาค ทั้งที่ทำขึ้นเพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยนเฉพาะฤดูที่ว่างเว้นจากการทำไร่ ทำนา และที่ทำเป็นอาชีพหลักตลอดปีก็มีเช่น เครื่องจักสานภาคกลางที่ทำกันอยู่ในหลายจังหวัดคือ นครปฐม ราชบุรี เพชรบุรี อ่างทอง ชลบุรี ส่วนในภาคอื่นไม่ว่าจะเป็นภาคเหนือ หรือภาคอีสานก็ยังมีการทำเครื่องจักสานอยู่ในหลายท้องที่ในหลายจังหวัด ภาคใต้ก็มีการทำเครื่องจักสานเช่นกัน เช่น การสานเสื่อกระจูดที่อำเภอคานชนบ จังหวัดพัทลุง การสานเสื่อปาหนัน หรือเสื่อดำเจียกของจังหวัดปัตตานี และกระบี่ เป็นต้น

6. การก่อสร้าง (ARCHITECTURES) ได้แก่ งานสถาปัตยกรรมพื้นบ้านทั่วไปตั้งแต่การสร้างอาคารบ้านเรือน การก่อสร้างเพิงพักชั่วคราว และการก่อสร้างอาคารที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา ซึ่งงานประเภทนี้จะมีรูปแบบแตกต่างกันไปตามความนิยมของแต่ละท้องถิ่น เช่น เรือนเครื่องสับหรือเรือนไทยของภาคกลาง เรือนกาแลของภาคเหนือ เรือนเสาลอยของภาคใต้ และเรือนพื้นบ้านอีสาน เป็นต้น นอกจากนี้ก็มีที่อาศัยชั่วคราวอีกหลายชนิดที่สร้างขึ้นตามความนิยมของท้องถิ่น เช่น กระท้อบ กระท่อม ห้างนาของภาคเหนือ เถียงไร่ เถียงนาของภาคอีสานและหน้าของภาคใต้ อีกทั้งสิ่งก่อสร้างที่สร้างขึ้นเนื่องด้วยศรัทธาทางพุทธศาสนา เช่น ศาลาการเปรียญ โบสถ์ วิหาร และสถูป เจดีย์

7. ภาพเขียน (PAINTING AND DRAWING) ได้แก่ งานจิตรกรรมหรือภาพเขียนระบายสี และภาพลายเส้น งานประเภทนี้ส่วนมากมักจะเกี่ยวเนื่องกันกับพุทธศาสนาภาพจิตรกรรมที่แสดงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นแสดงให้เห็น ลักษณะของฝีมือช่างพื้นบ้านอย่างเด่นชัด เช่น ภาพจิตรกรรมฝาผนังพื้นบ้านทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือบางแห่ง งานจิตรกรรมฝาผนังพื้นบ้านล้านนาและการเขียนแผ่นภาพในงานเทศกาลต่างๆ การตกแต่งเครื่องมือ เครื่องใช้ของชาวชนบท เช่น การตกแต่งเรือกอลและ ของชาวประมงทางภาคใต้ การตกแต่งเกวียนหรือกระทะของภาคเหนือ

8. การปั้นรูปและลวดลายประดับ (SCULPTURE AND DECORATING MOTIVE) ได้แก่ งานประติมากรรมทั้งหลาย เช่น การปั้นตุ๊กตาต่างๆ เช่น ตุ๊กตาเสียดาบ ตุ๊กตาชาวบ้าน รวมถึงการปั้นลวดลายประดับอาคารสิ่งก่อสร้างต่างๆ งานประติมากรรมประเภทนี้มักเกี่ยวเนื่องกับพุทธศาสนาเป็นส่วนใหญ่ เช่น ลวดลายปูนปั้นที่ประดับหน้าบ้าน โบสถ์ และวิหารต่างๆ

9. การทำเครื่องกระดาษ (PAPER MACHE) ได้แก่ การทำกระดาษสาของภาคเหนือ การทำกระดาษข่อยของภาคกลางและการทำกระดาษสำหรับใช้ตกแต่งในงานเทศกาล หรืองานนักปิตุภักษ์ต่างๆ แต่เดิมทำแพร่หลายมักคิดเป็นรูปร่างและรูปทรงแปลกๆ พวงมโหรี รวมไปถึงการทำร่ม ทำว้าว การทำ หัวโขนและหน้ากากต่างๆด้วย การทำเครื่องกระดาษสำหรับตกแต่งนี้

สมัยโบราณมีการทำกับแพร่หลาย แต่ไม่ค่อยได้รับความนิยมในปัจจุบัน จะมีบ้างก็ตามชนบทที่ห่างไกลความเจริญเท่านั้น

10. ประเภทเบ็ดเคสิด (MICELLENQUES) ได้แก่ งานหัตถกรรมพื้นบ้านที่ไม่อาจจัดเข้าเป็นประเภทใดได้แน่นอน มีอยู่หลายชนิด เช่น การจัดดอกไม้ การแกะสลักผลไม้ การแทงหยอก การทำหุ่นกระดาษ เครื่องเงินการทำเครื่องดนตรี การทำลูกบิด และเครื่องประดับกายอื่นๆ นอกจากนี้ก็มีพวก ยานพาหนะ เช่น เรือ เกวียน ล้อเลื่อน กระจ่าง เป็นต้น

อย่างไรก็ตามการจัดประเภท หรือ กลุ่มของงานหัตถกรรมพื้นบ้านทั้ง 10 ประเภทดังกล่าว เป็นการจัดประเภทเพื่อความสะดวกในการศึกษา เพื่อให้เห็นแนวทางและวิวัฒนาการของงานแต่ละประเภทอย่างกว้างๆ ไม่นั่นงานดังกล่าวจะแยกออกเป็นกลุ่มหรือเป็นการจัดประเภทอื่นๆ ให้ละเอียดออกไปอีกก็ได้แล้วแต่แนวทางในการศึกษาแต่ที่สำคัญควรจะแยกหัตถกรรมพื้นบ้านออกจากงานศิลปะชั้นสูง หรืองานวิจิตรศิลป์ ซึ่งเอกลักษณ์และลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน เพราะหากไม่แยกออกอาจจะทำให้เกิดความสับสนได้ ซึ่งลักษณะของงานศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้านแต่ละประเภทนั้น มักจะสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอยของประชาชนในแต่ละท้องถิ่นเป็นสำคัญ ซึ่งมีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของกลุ่มชนในแต่ละท้องถิ่นโดยตรง หรืออาจทำขึ้นเพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยนกับปัจจัยในการดำรงชีพอื่นๆ ซึ่งหัตถกรรมบางประเภทได้พัฒนาเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนแล้วก็มี ดังนั้นประเภทของงานหัตถกรรมพื้นบ้านดังกล่าวจึงมักจะผลิตด้วยฝีมือช่างในแต่ละท้องถิ่นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาจนเป็นงานถึงอุตสาหกรรมหรือมีการทำอย่างเป็นระบบจนเป็นอุตสาหกรรมไปแล้วเป็นจำนวนมาก

2.1.4 หัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานเป็นภาคหนึ่งของไทยที่มีพื้นที่กว้างขวางครอบคลุมจังหวัดต่างๆ ถึง 18 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกาฬสินธุ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ นครพนม นครราชสีมา บุรีรัมย์ มหาสารคาม ชัยภูมิ ร้อยเอ็ด เลย ศรีสะเกษ สกลนคร สุรินทร์ หนองคาย หนองบัวลำภู มุกดาหาร อุบลราชธานี และอุบลราชธานี ภาคอีสานมีพื้นที่ที่กว้างขวางมาก แต่โดยลักษณะทางภูมิศาสตร์แล้วจะมีสภาพที่ใกล้เคียงกันเกือบทั้งหมด ดังนั้นเพื่อความเข้าใจสภาพภูมิศาสตร์ชนบทประเพณีและวัฒนธรรมของภาคอีสานด้วย

ภาคอีสานเป็นดินแดนที่แยกจากลาว โดยมีภูเขาที่ยกตัวขึ้นมาเป็นขอบของที่ราบสูง หันด้านชันไปทางภาคกลาง ด้านใต้หันด้านชันไปทางที่ราบต่ำเขมรที่ราบสูงนี้ลาดเฉียงไปทางตะวันออกเฉียงใต้สู่บริเวณที่ลุ่มแม่น้ำโขง จึงทำให้แม่น้ำโขงบริเวณที่ราบสูงที่กว้างขวางของภาคนี้คือที่ราบสูงโคราช (KORAT PLAIN) ซึ่งมีหัวเขาเป็นขอบที่ราบสูงโคราชนี้ประกอบด้วยหินพวยมีลักษณะเป็นแอ่งรูปก้นกะทะพื้นแผ่นดินเป็นลูกฟูกน้อยๆบริเวณค่อนกลางค่อนไปทางเหนือมีทิว

เขาเตี้ยๆ คือ เทือกเขาภูพานเป็นรูปโค้งพระจันทร์เสี้ยว จากบริเวณใกล้ปากน้ำมูลทางใต้ขึ้นไปทางเหนือโค้งไปบรรจบกับบริเวณที่สูงแถบภูกระดึง จังหวัดเลยทำให้ภาคอีสานมีลักษณะเป็นแอ่งสองแอ่งในบริเวณที่ต่ำมีบ่อ หนอง บึง มีน้ำท่วมในฤดูน้ำหลาก แอ่งใหญ่ทางตอนล่างคือ แอ่งโคราช (KORAT BASIN) เป็นแอ่งที่มีอาณาเขตกว้างขวาง มีแม่น้ำมูลและสาขาใหญ่ๆ คือ ลำน้ำชี ลำน้ำป่าสัก และลำน้ำพอง ไหลผ่านลงสู่แม่น้ำโขง ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แม่น้ำเหล่านี้ไหลลงสู่แม่น้ำโขงไม่สะดวกเพราะระดับพื้นดินกลางแอ่งสูงทำให้เกิดน้ำขังตลอดฤดูน้ำท่วมทุกปี บริเวณนี้ คือ บริเวณทุ่งกุลาร้องไห้แต่พอถึงหน้าแล้งน้ำจะระเหยแห้งจนกลายเป็นทุ่งโล่งดินกร่อยทำการเพาะปลูกไม่ได้ผล มีแต่ป่าละเมาะประปรายมีหญ้าขึ้นแต่ใช้เลี้ยงสัตว์ไม่ได้ ในฤดูน้ำหลากน้ำจะท่วมเต็มบริเวณทำให้มีการจับปลากันมากและบริเวณปากน้ำมูลจะมีตะกอนทับถมเป็นที่ราบบริเวณกว้างที่อุดมสมบูรณ์ เช่น ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีมีเนื้อที่มากที่สุดของภาคอีสาน

ส่วนแอ่งแผ่นดินตอนบนหรือตอนเหนือของที่ราบสูงเลยทิวเขาภูพานขึ้นไป คือ แอ่งสกลนคร มีเนื้อที่กว้างประมาณ 50 - 100 กิโลเมตร มีแม่น้ำเล็กๆไหลผ่าน เช่น แม่น้ำสงคราม แม่น้ำพุง ซึ่งไหลลงสู่แม่น้ำโขงมีหนองน้ำหรือทะเลสาบน้ำจืดที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ นอกจากนี้ก็มีแผ่นดินหลายแห่งเป็นที่ลุ่มดินเค็มใช้ประโยชน์ได้น้อย

โครงสร้างของแผ่นดินอีสานประกอบด้วย หินทรายทำให้ดินส่วนใหญ่ร่วนซุยผุพังมาจากพื้นฐานเหล่านี้ดินทรายปกคลุมบริเวณนี้อย่างกว้างขวาง ดินจึงมีลักษณะเป็นดินร่วนปนทราย น้ำซึมผ่านได้ง่ายไม่เก็บน้ำแม้จะมีฝนตกมากแต่ก็ไม่สามารถเก็บน้ำไว้ให้ความชุ่มชื้นแก่พื้นดินและพืชผลได้จึงกลายเป็นดินที่เค็ม ไปด้วยความแห้งแล้งขาดแคลนน้ำใช้ในการอุปโภคบริโภค ปัจจุบันแม้จะมีการสร้างเขื่อนเพื่อเก็บกักน้ำไว้ใช้เพื่อการเกษตรหลายแห่งแล้วก็ตามแต่น้ำก็ยังไม่มีใช้อย่างเพียงพอ

จากลักษณะภูมิศาสตร์ของภาคอีสานดังกล่าวมีผลเชื่อมโยงไปถึงการทำมาหากินและการตั้งถิ่นฐานของชาวอีสานอีกด้วย ซึ่งโดยทั่วไปการตั้งถิ่นฐานและชุมชนจะมี 2 ลักษณะ คือ การตั้งถิ่นฐานในที่ราบไกลจากแม่น้ำลำคลองโดยอาศัยหนองน้ำ บึง เป็นหลักเพื่ออาศัยน้ำจากแหล่งน้ำนั้นเป็นน้ำอุปโภคบริโภค ตลอดจนถึงอาศัยเป็นน้ำใช้ในการประกอบอาชีพต่างๆ ตั้งแต่การเพาะปลูก ทำเครื่องปั้นดินเผา เลี้ยงสัตว์ ไปจนถึงอาศัยเป็นแหล่งจับสัตว์น้ำอาหารด้วย ส่วนการตั้งถิ่นฐานอีกลักษณะหนึ่งเป็นการตั้งบ้านเรือนตามที่ราบริมแม่น้ำลำคลอง โดยอาศัยน้ำในแม่น้ำลำคลองเป็นปัจจัยในการดำรงชีพ การตั้งถิ่นฐานในลักษณะนี้ส่วนมากจะมีความอุดมสมบูรณ์กว่าการตั้งถิ่นฐานในลักษณะแรก จากการตั้งถิ่นฐานและลักษณะภูมิศาสตร์ของภาคอีสานทำให้ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพทางการเกษตรกรรมเป็นหลักและจากลักษณะการดำรงชีพตามสภาพภูมิศาสตร์ดังกล่าวนี้ทำให้เกิดชุมชนที่มีปัจจัยในการดำรงชีพสมบูรณ์ในตัวเอง ประชาชนส่วนมากจำเป็นต้องคิดประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้ในลักษณะของงานหัตถกรรม เพื่อแลกเปลี่ยนซึ่ง

กันและกันในชุมชนมากกว่าที่จะรับเอาเข้ามาจากสังคมภายนอก ดังนั้นเครื่องมือเครื่องใช้จึงมีลักษณะของงานหัตถกรรมที่มีความเป็นพื้นบ้านพื้นเมืองมากกว่าสังคมที่ได้รับการพัฒนาแล้ว

นอกเหนือจากลักษณะภูมิศาสตร์และการดำรงชีพของชาวอีสานแล้วองค์ประกอบของการสร้างงานศิลปหัตถกรรมและงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่สำคัญอีกสิ่งหนึ่งก็คือ ขนบประเพณี วัฒนธรรมและศาสนาชาวอีสานในอดีตนั้นนับถือผีสาวเทวดาและไสยศาสตร์มาก่อนที่พุทธศาสนาจะแพร่เข้าไปในภาคอีสานจึงจะเห็นได้จากหลักฐานโบราณ เช่น เสาหินลักษณะเสมาที่พบในที่หลายแห่งของภาคอีสาน ต่อมาเมื่อวัฒนธรรมอินเดียแพร่เข้าไป เสาหินเหล่านั้นได้กลายเป็นวัตถุเกี่ยวเนื่องในศาสนาไป และพัฒนามาเป็นเสมาของพุทธศาสนาในสมัยต่อมา ศาสนาอื่น ที่เข้าไปสู่ภาคอีสานนั้นนอกเหนือจากพุทธศาสนาก็มีพราหมณ์ วัฒนธรรมอินเดียโดยเฉพาะพุทธศาสนานั้น นักโบราณคดีเชื่อว่า เข้าสู่อีสานสองทางคือทางหนึ่งมาจากทางใต้ผ่านเทือกเขาพนมดงรัก มากทางศรีสะเกษ สุรินทร์ บุรีรัมย์ และโคราช แพร่ผ่านไปสู่ภาคกลาง ลพบุรี ราชบุรี และสุโขทัย ส่วนอีกทางหนึ่งก็เข้ามาตามลำน้ำโขงทางนครพนม สกลนคร และหนองคาย³

อย่างไรก็ตามถึงแม้ชาวอีสานจะนับถือพุทธศาสนา ศาสนาพราหมณ์ และนับถือผีมาแต่โบราณก็ตาม แต่พุทธศาสนาก็มีอิทธิพลและได้รับการยอมรับนับถือมากกว่าจนในที่สุดคงเหลือแต่พุทธศาสนา ส่วนศาสนาพราหมณ์ การนับถือผีสาวเทวดาและไสยศาสตร์ได้ถูกหล่อหลอมและแฝงตัวรวมอยู่ในพิธีกรรมต่างๆของศาสนาพุทธมาจนปัจจุบัน

นอกเหนือ ไปจากวัฒนธรรมทางศาสนาของชาวอีสานดังกล่าวแล้ว ลักษณะทางชาติพันธุ์ของชาวอีสานยังมีลักษณะทางชาติพันธุ์เป็นของตนเองแตกต่างไปจากคนภาคกลางหรือภาคอื่น โดยทั่วไปแล้วชาวอีสานจะเชื่อว่าตนเองมีความ โน้มเียงว่าเป็นคนชาติพันธุ์เดียวกันกับชาวลาวมากกว่าไทย และเป็นความเชื่อที่ชาวอีสานมีความภูมิใจในชาติพันธุ์ของตนเอง⁴ เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการสร้างงานศิลปหัตถกรรมและหัตถกรรมพื้นบ้าน ตามลักษณะชาติพันธุ์ของคน เช่น การบริโภคข้าวเหนียว การแต่งกายแบบประเพณี ซึ่งก่อให้เกิด งานศิลปหัตถกรรมและหัตถกรรมที่เกี่ยวข้องขึ้นมา

เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอีกอย่างหนึ่งของภาคอีสาน คือวัฒนธรรมการบริโภคข้าวเหนียว ซึ่งเหมือนกับชาวเหนือหรือล้านนาไทย จากวัฒนธรรมการบริโภคข้าวเหนียวที่สำคัญสองชนิดคือ เครื่องจักสาน และเครื่องปั้นดินเผา งานหัตถกรรมทั้งนี้ นับว่าเป็นงานหัตถกรรมของชาวอีสานที่อาจจะได้รับการสืบทอดกันมานับพันๆปีแล้วก็ได้จากลักษณะทางภูมิศาสตร์ของภาคอีสานดังกล่าวแล้วจะเห็นว่าเป็นตัวกำหนดในการดำรงชีวิตที่สำคัญ จึงคนส่วนใหญ่จำเป็นต้องสร้างงานศิลปหัตถกรรมและงานหัตถกรรมขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอย โดยมีขนบประเพณีความเชื่อศาสนาและวัฒนธรรม เป็นองค์ประกอบที่เป็นเสมือนกรอบ หรือกฎเกณฑ์การสร้างงานที่สืบทอดต่อกันมาอีกชั้นหนึ่ง ซึ่งสิ่งทั้งหลายนี้จะประสานกันเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของงานศิลปหัตถกรรมและงานหัตถกรรมของอีสานดังจะเห็นได้จากงานศิลป

หัตถกรรมชนิดหนึ่งของอิสาน คือการทอผ้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ้าลายซิดซึ่งถือได้ว่าเป็นงานหัตถกรรมชั้นสูงของชาวอิสาน การทอผ้าเป็นไปตามวงจรขององค์ประกอบที่กล่าวแล้วเป็นองค์การทอผ้าจะเริ่มจากขั้นตอนต่างๆ ไปเป็นลำดับตามสภาพท้องถิ่น ตั้งแต่การปลูกฝ้าย ซึ่งเป็นวัตถุดิบพื้นบ้านหลังจากการเก็บเกี่ยวแล้วหรือบางแห่งอาจจะทำไรฝ้ายไปพร้อมๆ กับการทำนา การปลูกฝ้ายซึ่งเป็นพืชที่ปลูกกันมากในภาคอิสาน นอกจากจะปลูกเพื่อใช้เส้นใยมาทอผ้าแล้วในสมัยโบราณบางครอบครัวอาจจะปลูกฝ้ายเพื่อแลกเปลี่ยนกับปัจจัยในการดำรงชีวิตอื่นๆ ในท้องถิ่นของตน เช่น แลกกับพริก พักแพง ปลาแห้ง ปลาร้า แทนที่จะเป็นผู้ทอผ้าเองเมื่อได้เมล็ดฝ้ายมาแล้วจะต้องทำตามขั้นตอนการทอผ้าต่อไป ตั้งแต่การเก็บเอาเมล็ดออกจากสมอฝ้ายเรียกว่า การอ้วฝ้าย การตีดีดฝ้ายเป็นการตีเอาปุ๋ยฝ้ายออกจากเปลือกการกรอฝ้ายคือเอาปุ๋ยฝ้ายมาหมุนบนพื้นด้วยไม้ให้ยาวเป็นท่อนๆ ประมาณ 1 ฟุต การเงินฝ้าย คือ เอาท่อนฝ้ายเข้าเครื่องปั่นซึ่งเรียกว่า หลา หรือใน เพื่อให้ได้เส้นใย การเงินฝ้ายนี้จะต้องใช้เวลาคความประณีต ส่วนมากเป็นงานของผู้หญิงซึ่งคงมักจะนัดกันทำเป็นกลุ่มๆ ในบริเวณลานบ้าน โดยเฉพาะในคืนเดือนหงายหรืออาจจะก่อไฟเพิ่มแสงสว่างและให้ความอบอุ่นไปด้วยซึ่งเป็นโอกาสที่หนุ่มสาวจะได้พบปะและพูดคุยกันพร้อมกับทำงานหัตถกรรมไปด้วย พวกเขาหนุ่มๆมักจะมีการละเล่นประกอบไปด้วยเป็นการเรียกร้องความสนใจ เช่น เป่าแคน ดิดพินและพูดคุยเกี่ยวพาราสิกันด้วยคำพญา หรือ ฆะพญา อันเป็นสื่อนำไปสู่การรักใคร่กันที่สุดในที่สุดวิธีการนี้ได้ปฏิบัติสืบต่อกันมาจนเป็นประเพณีที่เรียกว่า “ประเพณีลงบ่วง” ต่อจากการเงินฝ้ายแล้วก็นำเส้นฝ้ายที่ปั่นออกมาทำเป็นกลุ่มแล้วนำไปแช่น้ำข้าวเจ้าที่นึ่งสุกแล้วนำมาตีด้วยท่อนไม้ เพื่อให้เส้นฝ้ายคงทนวิธีนี้เรียกว่า “การฆ่าฝ้าย” ถัดจากการฆ่าฝ้ายก็ถึง “การข้อมฝ้าย” คือการนำฝ้ายไปข้อมด้วยสีซึ่งส่วนมาเป็นสีคราม เสร็จจากการข้อมแล้วจึงถึงขั้นตอนสุดท้ายคือการทอผ้าฝ้ายให้เป็นผืนตามความประสงค์ในการใช้อาจจะมีขนาดสีสันลวดลายแตกต่างกันไปมากมาย

การทอผ้าเป็นงานหัตถกรรมที่สำคัญของชาวอิสานที่มีความผูกพันกับคติความเชื่อของชาวอิสานมาช้านาน ดังจะเห็นได้จาก “ผ้าซิด” ซึ่งเป็นผ้าที่มีชื่อเป็นที่รู้จักกันดีของคนทั่วไป ผ้าซิดเป็นผ้าที่ต้องใช้ฝีมือและความสามารถในการทอผ้า สูงกว่า การทอผ้าชนิดอื่น ช่างอิสานจึงถือว่า ผ้าซิดเป็นของสูง จึงมักจะทอไว้ใช้ในโอกาสที่เป็นมงคล หรือ งานพิธีสำคัญ เช่น งานกฐิน งานบวชนาค งานแต่งงาน หรือถ้าจะใช้เป็นเครื่องแต่งกายก็จะใช้กับส่วนบนของร่างกาย ตั้งแต่เหนือเอวขึ้นไป นอกจากนี้การเก็บรักษาผ้าซิดจะต้องเก็บรักษาไว้ในที่อันควร จะนั่งทับหรือเดินพันไม้ได้จะเกิดอัปมงคลแก่ผู้นั้น จากคติความเชื่อถือต่างๆ เกี่ยวกับผ้าซิดนี้ แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของชาวอิสานได้ดี และนอกจากนี้ในด้านศิลปะแล้วลวดลายของผ้าซิดยังได้แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ การแสดงออกทางอารมณ์ของผู้ทอลายซิดนั้นด้วย จึงถือได้ว่าผ้าซิดเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่สำคัญสิ่งหนึ่งของชาวอิสาน จากงานทอผ้าเพื่อใช้ในการนุ่งห่มที่เกี่ยวข้อง ไปถึงขนบธรรมเนียมประเพณีและคติความเชื่อแล้ว ชาวอิสานยังได้สร้างงานศิลปหัตถกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการทอผ้าเพื่อใช้กับคติความเชื่อทางพุทธศาสนาอีกด้วย เช่น การใช้

เส้นด้ายฝ้ายมาทอหรือดักประกอบกับวัสดุอื่น จำพวกปอ ไม้ไผ่ ทำเป็น ชง หรือ ชงสำหรับตกแต่ง
ประดับวัดวาอารามเป็นพุทธบูชา เช่นเดียวกับคนของทางภาคเหนือ

นอกเหนือไปจากงานศิลปหัตถกรรมประเภท การทอผ้า ดังกล่าวแล้วยังมีงาน
ศิลปหัตถกรรมและงานหัตถกรรมพื้นบ้านของภาคอีสานอื่นๆ ซึ่งล้วนแล้วแต่มีพื้นฐานอยู่บนความ
ต้องการประโยชน์ใช้สอยในการดำรงชีวิตตามสภาพภูมิศาสตร์ ขนบประเพณี ความเชื่อ ศาสนา
และวัฒนธรรมของท้องถิ่นเป็นหลักสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นงานประเภท เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดิน
เผา งานแกะสลักไม้ หรืองานโลหะก็ตาม

งานหัตถกรรมประเภทต่าง ๆ ของชาวอีสานนี้ ส่วนใหญ่ยังคงเอกลักษณ์และ
ลักษณะเฉพาะถิ่นไว้ได้ค่อนข้างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งในบางท้องถิ่นยังคงใช้
กรรมวิธีการผลิตและรูปแบบโบราณอยู่อย่างไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการและ
ความสามารถของชาวพื้นบ้านและแสดงให้เห็นถึงความเป็นอิสระในการสร้างสรรค์ที่ไม่ยึดติดอยู่
กับกฎเกณฑ์ แต่ก็สามารถแสดงออกได้อย่างงดงามด้วยความเชื่อ ความจริงใจอันบริสุทธิ์ ซึ่งเป็น
เสน่ห์ที่สร้างความประทับใจได้อย่างน่าประหลาด

2.1.5 แหล่งผลิตงานหัตถกรรมพื้นบ้านอีสานในเขตอีสานตอนบน

งานศิลปหัตถกรรมและงานหัตถกรรมพื้นบ้านของภาคอีสานจะแบ่งออกเป็น
ประเภทต่าง ๆ ได้คือ เครื่องปั้นดินเผา เครื่องจักสาน งานหัตถกรรมโลหะ งานทอผ้า นอกจากนี้ก็มีงาน
ศิลปหัตถกรรมประเภทแกะสลักไม้ เช่น การแกะสลักเป็นพระพุทธรูป แกะสลักเป็นลวดลาย
ประดับตกแต่ง ส่วนงานศิลปหัตถกรรมประเภทจิตรกรรมส่วนมากจะเป็นงานเขียนระบายสีเพื่อใช้
ในการตกแต่งเกี่ยวเนื่องในพุทธศาสนา เช่น การเขียนภาพบนผ้าใบสำหรับแบบงานประดับรอบ ๆ
ศาลาในงานเทศน์มหาชาติตามวัดต่างๆ ในเทศกาลงานบุญเฉพาะเขต ในเขตอีสานตอนบนประกอบ
ไปด้วยแหล่งผลิตงานหัตถกรรมพื้นบ้านซึ่งกระจายอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ คือ

ตารางที่ 2.1 แสดงแหล่งผลิตงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่สำคัญในเขตอีสานตอนบน

ประเภท	แหล่งผลิตที่สำคัญ	ผลิตภัณฑ์
1. ผ้าและ ผลิตภัณฑ์ผ้า	อ.บ้านผือ อ.เมือง อ.หนองวัวซอ จ.อุดรธานี อ.วังสามหมอ อ.เพ็ญ อ.พิบูลย์รักษ์ จ.อุดรธานี อ.เมือง อ.พระเจริญ จ.หนองคาย อ.เมือง อ.เขียงคาน อ.ภูกระดึง จ.เลย อ.เอราวัณ จ.เลย อ.เมือง อ.นากลาง จ.หนองบัวลำภู	ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าจิด และ ผลิตภัณฑ์ ผ้าไหม ผ้าฝ้าย และผลิต ภัณฑ์ ผ้าไหม ผ้าฝ้าย และผลิต ภัณฑ์

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ประเภท	แหล่งผลิตที่สำคัญ	ผลิตภัณฑ์
2. ผลิตภัณฑ์จาก สานไม้ไผ่-หวาย	อ.กาศอำนวยการ อ.เต่างอย จ.สกลนคร	ผ้าฝ้าย และผลิตภัณฑ์
	อ.พังโคน อ.สว่างแดนดิน อ.เจริญศิลป์	ผ้าไหม
	อ.ภูพาน จ.สกลนคร	ผ้าไหม และผลิตภัณฑ์
	อ.เรณูนคร อ.นาแก อ.นาทม อ.นาหว้า	ผ้าฝ้าย และผลิตภัณฑ์
	จ.นครพนม	ผ้าไหม ผ้าฝ้าย และผลิต
	อ.เมือง อ.คำชะอี อ.ดงหลวง จ.มุกดาหาร	ภัณฑ์
	อ.บ้านแพง อ.เพ็ญ อ.หนองหาน จ.อุดรธานี	ผ้าฝ้าย และผลิตภัณฑ์
	อ.เมือง อ.โซ่พิสัย อ.ท่าบ่อ อ.เผ่าไร่ จ.	กระดืบข้าว
	หนองคาย	กระดืบข้าว, ของใช้ทั่วไป
	องนาแห่ง อ.ภูหลวง อ.เขียงคาน จ.เลย	กระดืบข้าว, ของใช้ทั่วไป
ผลิตภัณฑ์เส้นใย พืช	อ.เมือง อ.สว่างแดนดิน อ.วานรนิวาส จ.	กระดืบข้าว, ของใช้ทั่วไป
	สกลนคร	กระดืบข้าว, ของใช้ทั่วไป
	อ.ท่าอุเทน อ.นาแก อ.บ้านแพง อ.ศรีสงคราม	กระดืบข้าว, ของใช้ทั่วไป
	จ.นครพนม	กระดืบข้าว, ของใช้ทั่วไป
	อ.เมือง อ.พล อ.ภูผาม่าน อ.ชุมแพ จ.ขอนแก่น	ผลิตภัณฑ์เสื่อกก
	อ.เมือง อ.คอนสาร จ.มุกดาหาร	ผลิตภัณฑ์ฝักคอบขวา
	กิ่งอ.กุ้มแก้ว อ.บ้านดุง อ.หนองหาน จ.อุดรธานี	เสื่อใบตาล
	อ.เมือง จ.หนองคาย	หมวกญานจากใบค้อ
	อ.เมือง จ.สกลนคร	ผลิตภัณฑ์เสื่อกก
	อ.ท่าอุเทน จ.นครพนม	ไม้กวาด
อ.นาหว้า อ.เมือง อ.ศรีสงคราม จ.นครพนม	ผลิตภัณฑ์ฝักคอบขวา	
อ.ท่าอุเทน อ.นาแก อ.ธาตุพนม จ.นครพนม	ไม้กวาด	
อ.เมือง จ.มุกดาหาร , อ.คำชะอี จ.มุกดาหาร		

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ประเภท	แหล่งผลิตที่สำคัญ	ผลิตภัณฑ์
3. ผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา	อ.หนองหาน จ.อุดรธานี อ.โพนพิสัย อ.ท่าบ่อ จ.หนองคาย อ.เมือง จ.สกลนคร อ.ท่าอุเทน จ.นครพนม	ของใช้ของประดับตกแต่ง ของที่ระลึก ของใช้ประเภทหม้อน้ำ ไห ครก ของใช้ของประดับตกแต่ง ของใช้ประเภทหม้อน้ำ กระดาง
4. ผลิตภัณฑ์ โลหะ	อ.โพนนาแก้ว จ.สกลนคร อ.เมือง อ.นาแก อ.ธาตุพนม จ.นครพนม	มีด จอบ เสียม เคียว มีด จอบ เสียม เคียว

2.1.6 การส่งเสริมพัฒนาสินค้าหัตถกรรมให้มีศักยภาพการตลาด (สำนักพัฒนา อุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม 2545 : 20-24)

งานหัตถกรรม เป็นการสืบทอดศิลปวัฒนธรรมโดยจะมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับสังคมในท้องถิ่นสะท้อนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความเชื่อ ประเพณี การสร้างสรรค์งานหัตถกรรมจะเริ่มมาจากวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประโยชน์ในครอบครัวมีการปรับปรุงเลือกสรรวัสดุให้เหมาะสมกับการใช้สอยโดยได้ดำเนินการต่อเนื่องมาตั้งแต่อดีตกาล ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประเภทหนึ่ง ๆ อาจผ่านขบวนการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตามปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติสนิยมของกลุ่มชนนั้น ๆ จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์จะเห็นได้ว่ามนุษย์มีการสร้างงานหัตถกรรม มาตั้งแต่โบราณกาลแล้ว แต่เป็นงานหัตถกรรมแบบง่าย ๆ เช่น การเอาหินมาทุบ กะเทาะให้มีรูปร่างแบบต่าง ๆ เพื่อใช้ทำเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ในการดำรงชีพเมื่อได้ทำสืบต่อมาเป็นเวลานานจนเกิดความชำนาญในการเลือกสรรวัตถุดิบมีประสบการณ์เรียนรู้และพัฒนาฝีมือให้สูงขึ้น ทำให้งานหัตถกรรมมีคุณค่าทางศิลปะ

งานหัตถกรรมจะต้องใช้ฝีมือความประณีต และยังคงแสดงถึงความสวยงามแห่งศิลปะด้วย ทั้งนี้อาจจะมีเครื่องทุ่นแรงมาใช้ประกอบการผลิต งานหัตถกรรมของพื้นบ้านจะตั้งอยู่บนรากฐานของความเป็นอยู่ของประชากรในท้องถิ่นเป็นสำคัญ จึงมีลักษณะแตกต่างกันตามสภาพแวดล้อม คติ ความเชื่อ การถ่ายทอดสืบต่อมาจากบรรพบุรุษมีรากฐานมาจากวัฒนธรรมของชุมชนที่เป็นรูปธรรมที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ในการดำรงชีพมีการเปลี่ยนแปลงไปตาม

สภาพแวดล้อมและอิทธิพลของปัจจัยภายนอก การพัฒนาจะมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องค่อยเป็นค่อยไป จากสังคมเล็ก ๆ จะมีการวิวัฒนาการโดยการถ่ายทอดในแนวตั้งคือ การถ่ายทอดจากปู่ย่าตายายสู่บิดามารดาและถ่ายทอดสู่บุตรหลาน ซึ่งจะไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบผลิตภัณฑ์เท่าใดนัก เมื่อสังคมขยายตัวมากขึ้น มีการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนสินค้าและประสบการณ์ในท้องถิ่นที่แตกต่างกัน ก่อให้เกิดการผสมผสานวัฒนธรรมต่างถิ่นมีการถ่ายทอดศิลปในแนวนอน ผู้ผลิตหัตถกรรมจึงรับเอาอารยธรรมจากภายนอกเข้ามาคิดแปลงกรรมวิธีการแบบดั้งเดิม ทำให้มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายยิ่งขึ้น

จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมได้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา แต่เป็นในลักษณะค่อยเป็นค่อยไปทำให้ไม่รู้สึกรู้สีกมีการเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด จนถึงปัจจุบันในยุคโลกาภิวัตน์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทั่วโลกสามารถรู้ได้รวดเร็ว ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงพัฒนาใด ๆ จึงมีความรวดเร็ว ทำให้นักอนุรักษ์อาจจะเป็นห่วงว่าศิลปหัตถกรรมไทย จะสูญหายเอกลักษณ์ของความเป็นไทย ซึ่งเรื่องนี้ได้มีการพูดถึงและอภิปรายอย่างกว้างขวาง โดยฝ่ายที่มีความเห็นว่าหัตถกรรมต้องมีการอนุรักษ์ดำรงไว้ในคุณค่าและเอกลักษณ์ดั้งเดิม อีกฝ่ายเห็นว่าสินค้าหัตถกรรมไทยควรจะมีการพัฒนาไปด้วยยุคสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์หัตถกรรมไทยได้มีวิวัฒนาการและพัฒนาโดยตลอด แต่การเปลี่ยนแปลงพัฒนาของหัตถกรรมแต่ละประเภทอาจจะแตกต่างกัน ไปขึ้นอยู่กับขีดจำกัดของรูปแบบผลิตภัณฑ์ และลักษณะการใช้ประโยชน์ทำให้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมบางชนิดในปัจจุบันมีรูปแบบไม่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสมัยโบราณ เช่น เครื่องปั้นดินเผา รูปแบบผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันยังคงมีเอกลักษณ์ดั้งเดิมแต่ลักษณะการใช้ประโยชน์อาจจะเปลี่ยนจากการใช้สอยประโยชน์ในครัวเรือนมาเป็นใช้ตกแต่งประดับบ้านเรือนมากยิ่งขึ้น อย่างเช่นแต่เดิมจะใช้โองน้ำเพื่อเก็บน้ำไว้ใช้สอยในครัวเรือน แต่ในปัจจุบันโองน้ำอาจจะใช้เป็นเครื่องประดับบ้านประดับสวน ส่วนรูปแบบของโองน้ำก็ยังเหมือนเดิม สำหรับการพัฒนาประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายก็คือได้ว่าเป็นการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมอย่างหนึ่ง ส่วนการพัฒนาการใช้สอยอาจต้องใช้เวลามากกว่า เนื่องจากการพัฒนาปรับเปลี่ยนการใช้สอยที่ได้เคยทำกันมาอย่างต่อเนื่องมีความคุ้นเคย จึงเป็นการยากที่จะเปลี่ยนแปลง แต่เมื่อมีอิทธิพลจากสังคมภายนอกมากระทบ ทำให้หน้าที่การใช้สอยที่ทำอยู่เป็นประจำได้เปลี่ยนแปลงไป การใช้สอยหัตถกรรมก็จะเปลี่ยนไปด้วย

สังคมย่อมมีการเปลี่ยนแปลงความต้องการ รสนิยม ทักษะคติ ความเชื่อต่าง ๆ จะแปรเปลี่ยนไปตามภาวะสังคมเศรษฐกิจในช่วงระยะเวลานั้น ๆ ดังนั้น การผลิตงานหัตถกรรมก็เช่นกันจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเพื่อสนองต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมทั้งวัตถุดิบ การผลิต การออกแบบ การตลาดแนวทางการประชาสัมพันธ์จึงมีความจำเป็นที่ต้องเร่งดำเนินการ เพื่อสนองตอบกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง

การสร้างสรรคงานจากเดิมที่มีกรรมวิธีการผลิตแบบง่าย ๆ ใช้แรงงานภายในครอบครัวเป็นหลัก เครื่องมืออุปกรณ์พื้นฐาน เมื่อความต้องการสินค้าเพิ่มมากขึ้น การนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ มาตรฐานจะเป็นการสร้างมูลค่าของสินค้า นอกจากนั้นการสร้างสรรครูปแบบใหม่ ๆ จะเป็นการส่งเสริมให้อุปสงค์ในตลาดเพิ่มมากขึ้น

การพัฒนาหัตถกรรมเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องดำเนินการให้เกิดประโยชน์ในแง่เศรษฐกิจ ซึ่งจะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประกอบสำคัญ ดังนี้

1. วัตถุดิบ การนำวัตถุดิบต่าง ๆ ที่มีอยู่ตามธรรมชาติมาใช้ประโยชน์ในการผลิตเป็นสินค้าหัตถกรรม หากไม่มีการบำรุงรักษาให้คงอยู่แล้ว อาจจะทำให้วัตถุดิบจะต้องหมดไป เช่น ไม้ ไม้ไผ่ หรือหวาย การผลิตงานหัตถกรรมโดยใช้วัตถุดิบเหล่านี้ จะต้องใช้เทคนิคในการพัฒนาวัตถุดิบที่มีอยู่จำกัดให้คุ้มค่าและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้นควรส่งเสริมให้มีการทดลองพัฒนาวัตถุดิบอื่นมาทดแทนวัตถุดิบที่หายากและกำลังจะหมดไปด้วย แต่วัตถุดิบต้องไม่ทำลายคุณค่าของศิลปะเดิมที่มีอยู่ จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย การนำเทคนิคมาช่วยในการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้ มาตรฐานจะช่วยลดต้นทุนและประหยัดการใช้วัตถุดิบทางธรรมชาติ ก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น

2. เครื่องมืออุปกรณ์ในขบวนการผลิตแต่เดิมนั้นส่วนใหญ่จะใช้แรงงานมือเป็นหลักจะมีอุปกรณ์เครื่องมืออย่างง่าย ๆ ในปัจจุบันสังคมเจริญก้าวหน้าด้านวิทยาการเทคโนโลยี ดังนั้น การพัฒนาเครื่องมืออุปกรณ์ให้มีความทันสมัย สามารถช่วยการผลิตสินค้าได้รวดเร็วประหยัดเวลาลดต้นทุนแรงงาน เพิ่มผลผลิต โดยยังคงรูปแบบเอกลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสามารถส่งออกไปแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างสรรคงานให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและความต้องการของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญในการขยายผลิตภัณฑ์ให้กว้างขวางขึ้น การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย จะทำให้ผู้ผลิตได้รับประโยชน์ทางการค้าและสามารถผลิตสินค้าเพื่อสนองตอบความต้องการของตลาด ได้การพัฒนาสินค้าหัตถกรรมต้องคำนึงถึงศักยภาพและแนวทางที่สอดคล้องกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ซึ่งจะต้องพิจารณาว่าควรพัฒนาการใช้หรือประโยชน์ใช้สอย หรือพัฒนารูปแบบ หรือสามารถพัฒนาการใช้สอยควบคู่ไปกับการพัฒนารูปแบบ สำหรับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมนั้น การผลิตแต่ดั้งเดิมคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก ดังนั้น การสร้างสรรครูปแบบจะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการใช้สอย เมื่อสังคมเปลี่ยนแปลงไปและได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาในสังคมไทย ทำให้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่เคยใช้สอยในครอบครัว อาจจะถูกกลบตบหากมีการใช้ผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นทดแทน ดังนั้นเพื่อเสริมสร้างให้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่เคยทำมาแต่ดั้งเดิมให้คงอยู่จะต้องพัฒนาประโยชน์ใช้สอยให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งอาจจะต้องใช้เวลาในการปรับเปลี่ยนทัศนคติทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค เพราะการที่สังคมหนึ่ง ๆ ได้ใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่อดีตและจะ

ต้องปรับเปลี่ยนการใช้มาเป็นอีกลักษณะหนึ่งนั้นทำให้ไม่คุ้นเคย เช่น เครื่องจักรสานที่แต่เดิมจะใช้ในกิจการเกี่ยวกับการเกษตรอาจจะนำมาใช้เป็นเครื่องตกแต่งบ้านก็จะเกิดให้อุปสงค์ของสินค้าขยายตัวกว้างขวางขึ้น สำหรับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่มีความคิดสร้างสรรค์ สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีรูปทรง สี สัน ลวดลายที่แปลกตา และให้มีความสอดคล้องกับประโยชน์การใช้สอยซึ่งอาจจะแตกต่างกันไปตามข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์นั้น การพัฒนารูปแบบให้มีความหลากหลายมีประโยชน์ใช้สอยจะเป็นแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดต่างประเทศที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง การพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายถูกต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในตลาดนั้น ๆ จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำ ให้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทยมีศักยภาพทางการตลาดมากยิ่งขึ้น

4. การพัฒนาวิธีการผลิต จากเดิมการผลิตสินค้าหัตถกรรมจะใช้ขบวนการผลิตอย่างง่าย ๆ ไม่ซับซ้อนและไม่ค่อยัดคดแปลงเท่าใดนัก การพัฒนาขบวนการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมสอดคล้องกับศักยภาพของผู้ใช้ทั้งด้านความรู้ ประสบการณ์ ทักษะคิดและกำลังทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะต้องคำนึงถึงการประหยัด ง่ายต่อการเรียนรู้ มีประโยชน์และประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และที่สำคัญจะต้องไม่ทำลายระบบนิเวศน์และสิ่งแวดล้อมของชุมชน

ดังนั้นการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องดำเนินการให้สอดคล้องต่อสภาพสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป การนำเอาจุดเด่นของงานหัตถกรรมที่มีเอกลักษณ์ วัฒนธรรมที่สืบเนื่องมาแต่ครั้งโบราณนำมาสร้างสรรค์ให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย คุณภาพ คุณค่าทางศิลปะ การใช้วัสดุอย่างคุ้มค่า สร้างสรรค์งานที่เพิ่มมูลค่า การปรับปรุง พัฒนารูปแบบการผลิต การใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ที่เหมาะสม จะทำให้ประหยัดเวลา ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวและชุมชน อุตสาหกรรมในครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของคนในชนบทควบคู่กับการทำเกษตรกรรม จากเดิมเป็นการผลิตเพื่อใช้สอยในครัวเรือน โดยใช้วัสดุดิบ ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาที่ได้รับการสั่งสมและถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษผลิตเครื่องอุปโภคบริโภคเพื่อใช้สอยในครอบครัว ต่อมา มีการส่งเสริมฝึกอบรมจากหน่วยงานราชการทำให้อุตสาหกรรมในครัวเรือนขยายเป็นอุตสาหกรรมชุมชนและอุตสาหกรรมขนาดย่อม และมีบทบาทสำคัญในการสร้างงานสร้างรายได้ ส่งเสริมการกระจายรายได้อย่างกว้างขวางพร้อมก็นำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศในรูปแบบการส่งออกเป็นจำนวนมาก

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าการประกอบอุตสาหกรรมของท้องถิ่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการสำรวจอุตสาหกรรมในครัวเรือนของสำนักงานสถิติแห่งชาติปี 2542 มีผู้ประกอบการจำนวน 1.2 ล้านครัวเรือน เพิ่มจากปี 2538 ร้อยละ 21.5 ทำให้ปริมาณผลผลิตอุตสาหกรรมในครัวเรือนมีจำนวนมาก หากการดำเนินการผลิตแบบต่างคนต่างผลิต ไม่มีทิศทางที่ชัดเจนจะส่งผลให้เกิดปัญหาด้านการตลาด ดังนั้นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นให้มีศักยภาพทางการตลาดโดยเน้น

ภาพลักษณ์และจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ เพื่อเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายจึงเป็นแนวทางสำคัญที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นมีช่องทางการจำหน่ายและมีส่วนแบ่งการตลาดที่สมดุล

“โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ที่เป็นนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น พัฒนาผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มาสร้างเป็นจุดขายของตนเอง จึงเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับโครงการต่างๆ ของกระทรวงอุตสาหกรรมที่ได้ดำเนินการส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและธุรกิจชุมชนในชนบทมาโดยตลอดสำหรับแนวทางการดำเนินงานตาม “โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของกระทรวงอุตสาหกรรมจะมี 2 ลักษณะคือ ส่งเสริมศักยภาพธุรกิจเดิมให้ยั่งยืนและสร้างธุรกิจใหม่โดยใช้กลยุทธ์ในการนำเอกลักษณ์เด่นของผลิตภัณฑ์และแหล่งผลิตทั้งด้านศิลปวัฒนธรรม ชนบธรรมเนียม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น แหล่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ วัตถุประสงค์ในท้องถิ่น มาสร้างจุดเด่นให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักแพร่หลายช่วยให้ตลาดผลิตภัณฑ์ในชนบทมีศักยภาพในระยะยาว ส่งผลให้โครงสร้างเศรษฐกิจในชุมชนมีการพัฒนาที่ยั่งยืนและมั่นคงต่อไป

สรุปแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมหัตถกรรมพื้นบ้าน

การพัฒนาและส่งเสริมหัตถกรรมพื้นบ้านในประเทศได้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการดำเนินการเหล่านั้นได้จัดทำขึ้นโดยหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ใน 3 ลักษณะ คือ ส่วนราชการ สถาบันการศึกษา และ องค์กรพัฒนาเอกชน ซึ่งตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และกระจายอยู่ในจังหวัดต่าง ๆ คือ

1. ส่วนราชการ ได้แก่

กระทรวงอุตสาหกรรม เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดต่าง ๆ กรมโรงงานอุตสาหกรรม

กระทรวงพาณิชย์ เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมการค้าภายใน

กระทรวงมหาดไทย เช่น กรมพัฒนาชุมชน กรมประชาสงเคราะห์

สำนักงานกสิกรรมอินทรีย์ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2. สถาบันการศึกษาต่าง ๆ เช่น กรมการศึกษานอกโรงเรียน มหาวิทยาลัยต่าง ๆ

3. องค์กรพัฒนาเอกชน เช่น สมาคมเทคโนโลยีเหมาะสมจังหวัดร้อยเอ็ด

สมาคมไทยแพทย์จังหวัดน่าน มูลนิธิพัฒนาอีสานจังหวัดสุรินทร์

ในการผลิตงานหัตถกรรมไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใดก็ตาม ถ้าต้องการให้กิจการนั้น ๆ มีความเจริญก้าวหน้าไปทุกด้าน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาปรับปรุงแก้ไขในด้านต่างๆ ทั้งทางด้านการผลิต การตลาดและวัตถุประสงค์ ดังนั้นหากต้องการให้การพัฒนาไปในทางที่ถูกต้องจำเป็นต้องอาศัยกลไก 3 ประการ คือ นโยบายที่ชัดเจนและบทบาทของรัฐที่โปร่งใสมีประสิทธิภาพ ความตั้งใจจริงใจและความรู้ที่ถูกต้อง การมีส่วนร่วมอย่างจริงจัง และมีจิตสำนึกที่ถูกต้องของผู้ผลิต

โดยต้องประยุกต์ใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสม 3 ประการซึ่งประกอบด้วย

1. กลยุทธ์ด้านการตลาด

1.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น การส่งเสริมให้มีการออกแบบและพัฒนารูปแบบใหม่ ๆ

1.2 ราคา

1.3 การเงิน

1.4 ช่องทางการจำหน่าย เช่น สนับสนุนรับซื้อผลิตภัณฑ์มาช่วยเหลือโดยการ จัดจำหน่ายให้หรือนำผลิตภัณฑ์มาฝากขายของกรมการพัฒนาชุมชน การส่งเสริมอุตสาหกรรม

1.5 การส่งเสริมการตลาด สนับสนุนการค้าในงาน ศูนย์ส่งเสริม และพัฒนา หัตถกรรมแห่งประเทศไทยตามที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกำลังดำเนินงานอยู่ โดยมีกิจกรรมที่สำคัญ เช่น จัดแสดงสินค้าหัตถกรรมท้องถิ่นต่าง ๆ เพื่อจำหน่าย จัดห้องแสดงนิทรรศการถาวร โดยแยกออกเป็นประเภทต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เข้าชมหรือผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อสินค้าและมีความเข้าใจ สินค้าหัตถกรรมแต่ละประเภทได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรส่งเสริมการประชาสัมพันธ์กับสินค้า หัตถกรรมพื้นบ้านให้เป็นที่รู้จักและสนใจแก่บุคคลทั่วไปอย่างต่อเนื่องและจริงจัง

2. กลยุทธ์ด้านการจัดการ เช่น

-การกำหนดนโยบายและขอบเขตความรับผิดชอบที่ชัดเจน

-การรวบรวมข้อมูลความต้องการของตลาด

-การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งผลิตและกำลังการผลิต

-สนับสนุนการจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตหรือการทำงานเป็นกลุ่ม

3. กลยุทธ์ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและวัตถุดิบ เช่น

-การพัฒนากระบวนการผลิต

-ความรู้ความชำนาญในด้านเทคนิคการผลิต

-ส่งเสริมให้มีแหล่งวัตถุดิบพอเพียงในการผลิต

2.1.7 แนวทางการศึกษาศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน

วัตถุประสงค์หลักของการสร้างงานหัตถกรรม คือการใช้ของผู้ผลิตงานหัตถกรรม จึงสร้างผลงานให้ตอบสนองประโยชน์ใช้สอยให้ได้มากที่สุด ดังนั้นการพัฒนางานหัตถกรรมจึงเป็นไปอย่างช้า ๆ โดยการใช้ประสบการณ์ในการสร้างสรรค์ แต่ในขณะที่เดียวกันก็ให้ความสำคัญในการพัฒนาด้านความงามของงานหัตถกรรมควบคู่กับประโยชน์ใช้สอย โดยมีความสัมพันธ์และสอดคล้องกับคตินิยม ขนบประเพณีของชุมชน และชีวิตความเป็นอยู่และแฝงลักษณะเอกลักษณ์ ค่านิยมทางสุนทรียภาพและภูมิปัญญาของผู้ผลิตอยู่ซึ่งสามารถจะศึกษาได้จากงานหัตถกรรมเหล่านั้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจได้ชัดเจน และลึกซึ้งยิ่งขึ้น จึงมีแนวทางการศึกษาศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน คือ (วิบูลย์ ธีสุวรรณ 2539 : 89-114)

1. การศึกษาปัจจัยแวดล้อม ได้แก่ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของกลุ่มชนทำให้ทราบเชื้อชาติและความเป็นมาของชุมชนท้องถิ่นนั้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถที่จะช่วยอธิบายการสร้างรูปแบบศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน นอกจากนี้ควรศึกษาสภาพภูมิศาสตร์ การตั้งถิ่นฐานของชุมชน เพราะสภาพภูมิศาสตร์ซึ่งเป็นตัวกำหนดการใช้วัสดุที่สอดคล้องกับสภาพของการดำรงชีวิตของมนุษย์ ปัจจัยแวดล้อมอย่างสุดท้ายที่ควรศึกษาก็คือ ระบบวัฒนธรรมของมนุษย์ ได้แก่ ขนบประเพณี ความเชื่อและวิถีชีวิต ซึ่งปรากฏอยู่ในรูปแบบและกรรมวิธีในการสร้างงานหัตถกรรมพื้นบ้าน

2. การศึกษาดำรงงานหัตถกรรมพื้นบ้าน นอกจากศึกษาปัจจัยแวดล้อมดังกล่าวแล้ว ควรจะต้องศึกษาถึงขั้นตอนและกระบวนการสร้างงานหัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับปัจจัยแวดล้อม โดยเริ่มจากขั้นตอนแรกของการสร้างงานศิลปหัตถกรรมคือ จุดมุ่งหมายของการสร้างงานเกิดจาก ความจำเป็นในการดำรงชีวิตและเพื่อสนองความต้องการในด้านต่าง ๆ คือ ความต้องการใช้สอย การซื้อขายแลกเปลี่ยน รวมทั้งการสนองความต้องการทางจิตใจ จากนั้นจะเป็นการแสวงหาวัสดุตามธรรมชาติในท้องถิ่นเท่าที่จะทำได้ และนำมาสร้างด้วยเครื่องมือเครื่องใช้เท่าที่มีอยู่ตามสภาพท้องถิ่นของคน พร้อมกับกำหนดรูปแบบ ซึ่งประกอบด้วย รูปทรง, โครงสร้าง, และลวดลายของงานศิลปหัตถกรรมประเภทต่าง ๆ โดยจะอยู่ในกรอบของสภาพภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของแต่ละชุมชนที่สืบทอดกันมาจนกลายเป็นประเพณีนิยมของท้องถิ่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของแต่ละชุมชน หลังจากการกำหนดรูปแบบได้แล้ว ก็จะหาเทคนิคและกรรมวิธีในการสร้างซึ่งส่วนใหญ่จะมีลักษณะเดียวกับรูปแบบคือ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาแต่อดีตเป็นกรอบที่สำคัญ กรรมวิธีในการสร้างงานศิลปหัตถกรรม แต่ละท้องถิ่นส่วนมากได้รับการสืบทอดจากช่วงรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง ด้วยการบอกเล่าแบบบุษบาฐะ กล่าวคือ แบบพ่อสอนลูกเพื่อนบ้านสอนเพื่อนบ้าน เป็นส่วนใหญ่มากกว่าการเรียน หรือการถ่ายทอดกันอย่างมีระบบ ซึ่งกรรมวิธีแต่ละวิธีนั้นจะต้องใช้เวลาในการพัฒนาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอย่างช้า ๆ จนเมื่อได้รูปแบบและกรรมวิธีในการผลิตที่ลงตัวคือสามารถใช้สอยได้สมบูรณ์ที่สุดแล้ว จึงเริ่มคิดถึงความงามทางด้านศิลปะ ช่างผู้สร้างงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน จะแสดงความสามารถเชิงศิลปะ และความงามให้ปรากฏ ซึ่งเกิดจากการฝึกฝน บ่มเพาะเป็นเวลานาน ดังนั้น คุณค่าศิลปะและความงามของงานหัตถกรรมพื้นบ้านในแต่ละท้องถิ่น จึงมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป และคงไว้ซึ่งภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่น

3. การศึกษาศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านในด้านวัฒนธรรม การศึกษาศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านด้านวัฒนธรรมใช้วิธีการหรือหลักเกณฑ์เช่นเดียวกับการศึกษาจากประโยชน์ใช้สอย คือศึกษาในลักษณะของการ “อ่าน” เอาจากสิ่งนั้นเป็นวัตถุที่ปรากฏอยู่ โดยอาศัยการตีความวิเคราะห์ย้อนขึ้นไปถึงความสัมพันธ์กับชีวิตความเป็นอยู่ และคติเกี่ยวกับความงามของกลุ่มชนในถิ่นนั้น ๆ โดยเราจะพิจารณาหรืออ่านจาก รูปทรง การออกแบบ โครงสร้าง ลวดลายการใช้วัสดุ

และเนื้อหาที่ปรากฏอยู่ในหัตถกรรมแต่ละชิ้นของแต่ละกลุ่มชนซึ่งสะท้อนให้เห็นความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมหรือชีวิตของกลุ่มชนพื้นบ้านนั้น ๆ

4. การศึกษาศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านจากการใช้สอย (Functional Value) ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวบ้าน ดังนั้นจุดประสงค์ของการสร้างสรรค์ประการแรกอยู่ที่ประโยชน์ใช้สอย ก่อนที่หัตถกรรมพื้นบ้านจะอำนวยความสะดวกได้อย่างเต็มที่จะต้องผ่านการใช้งานมาแล้ว จึงก่อให้เกิดการพัฒนาและแก้ไขความบกพร่องเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการในการใช้สอยได้เป็นอย่างดี การพัฒนางานหัตถกรรมพื้นบ้านให้ดีขึ้นนั้น มักจะพัฒนาแก้ไขในองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้ คือ ในการสร้างรูปทรง โครงสร้าง วัสดุ และการเลือกใช้วัสดุ ตัวอย่างของการพัฒนาแก้ไข และการหาวิธีการเพื่อให้ได้งานหัตถกรรมพื้นบ้านที่ดีโดยทั่วไปจะต้องอยู่บนพื้นฐานของความนึกคิดหรือสัญชาตญาณของมนุษย์ ที่พยายามจะแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเพื่อให้เกิดประโยชน์ที่สุดเท่าที่จะทำได้

5. การศึกษาศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านด้านความงาม โดยการประเมินคุณค่าด้านความงามของศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านอาจจะพิจารณาได้ทั้งแบบที่พิจารณาจากคุณค่าของหัตถกรรมพื้นบ้านนั้นเป็นหลัก (Objective view) และการพิจารณาออกไปจากตนเองหรือแบบอัตนัย (Subjective view) หรือพิจารณาทัศนะใดทัศนะหนึ่งหรืออาจจะพิจารณาควบคุมคู่กันไปได้ คุณค่าทางสุนทรียภาพ (Aesthetic value) ของหัตถกรรมพื้นบ้าน อาจจะพิจารณาจากองค์ประกอบของสิ่งเหล่านี้คือ ความสมดุล สัดส่วน (proportion) จังหวะ (rhythm) ความประสานกลมกลืน (harmony) ความขัดแย้ง (contrast) และจุดเด่นในงานศิลปะ (dominance) องค์ประกอบของความงามหรือสุนทรียภาพเหล่านี้อาจนำไปพิจารณางานหัตถกรรมพื้นบ้าน โดยพิจารณารูปทรง โครงสร้าง วัสดุ และวัสดุ

2.2 การออกแบบสภาพแวดล้อมกายภาพการจำหน่ายสินค้า

จากที่ได้ทำการศึกษาเก็บข้อมูลเบื้องต้น ปัญหาเกี่ยวกับสินค้าพื้นเมืองอีสาน ที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือ ปัญหาด้านการตลาด ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ที่จะทำให้สินค้าพื้นเมืองอีสานได้รับการสนับสนุนจากผู้บริโภคโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ หรือตัวสินค้าที่น่าสนใจ ราคาสินค้าพื้นเมืองที่เหมาะสมกับคุณภาพ การส่งเสริมด้านการตลาด และการจำหน่ายสินค้า ดังนั้นในการที่นักท่องเที่ยวจะมีความต้องการที่จะซื้อสินค้าพื้นเมืองนั้น ก็มีตัวแปรที่สำคัญอันหนึ่งที่ไม่เกี่ยวข้องกันกับตัวผลิตภัณฑ์ก็คือ ลักษณะของร้านค้า หรือ สภาพแวดล้อมภายในร้านค้า ที่สามารถดึงดูดลูกค้าและนำไปสู่การซื้อสินค้าได้ ดังนั้น การจัดสภาพแวดล้อมภายในร้านค้าเป็นสิ่งที่ต้องสร้างภาพพจน์ของร้านค้าให้เกิดความประทับใจและได้รับความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้านามากยิ่งขึ้น

ไวซาร์ (Weisher 1992 : 15-24) กล่าวว่าความประทับใจของลูกค้าจากสิ่งที่ได้รับเป็นสิ่งแรกเมื่อเดินอยู่ในบริเวณที่มีสินค้าจำหน่าย ได้แก่ ราคาสินค้า คุณภาพ หรือความพิเศษของสินค้า ไวซาร์ กล่าวว่าการใช้องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมภายใน เช่น การจัดแสดงสินค้า อุปกรณ์ตั้งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ป้ายเครื่องหมาย สีและแสง เพื่อสร้างของเนื้อที่ว่างใช้สอยภายในร้านค้า สามารถทำให้ลูกค้ารับรู้ภาพลักษณ์ใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากสภาพแวดล้อมภายนอกได้

2.2.1 การออกแบบสภาพแวดล้อมภายนอกร้านค้า

ช่วยทำให้ลูกค้ามีความประทับใจกับร้านค้าได้ในเบื้องต้นที่พบเห็น ร้านค้าที่ดีจะต้องสามารถที่จะสื่อลักษณะพิเศษของร้านเพื่อสร้างความดึงดูดใจที่เหมาะสมแก่ลูกค้า ทั้งนี้สภาพแวดล้อมภายนอกร้านและภายในร้านจะต้องมีความสอดคล้องกลมกลืนกัน (Fitch and Knobel 1990 : 18)

โปลเดน (Bolen 1982: 119) กล่าวว่า องค์ประกอบที่จะต้องนำมาพิจารณาในการออกแบบสภาพภายนอกร้านค้า ได้แก่ ป้ายร้าน เครื่องหมาย กันสาด ชนิดหรือรูปแบบทางเข้าสู่แสดงสินค้าหน้าร้านและรูปลักษณะทั้งหมด ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้จะเป็นเครื่องวัดความประทับใจของลูกค้าต่อสภาพแวดล้อมภายนอกร้านค้า นอกจากองค์ประกอบที่กล่าวมาแล้ว สิ่งที่มีผลกระทบต่อทัศนคติในการคาดหวัง จากร้านค้าของลูกค้าอื่น ๆ อีกในทรรศนะของไวซาร์ (Weishar 1992 : 8) ได้แก่ ท่าเลที่ตั้ง การบอกกล่าวปากต่อปากของลูกค้า ประสบการณ์จากการที่ได้มาเยือนครั้งก่อน และการเข้าสู่อาคาร (Approach)

ฟิทซ์และนอเบิล (Fitch and Knobel 1990 : 18) เห็นว่าองค์ประกอบภายนอกดังกล่าวเป็นองค์ประกอบที่อาคารร้านค้าสามารถใช้สื่อความกับลูกค้าได้โดยเฉพาะหน้าร้านและทางเข้าร้านนั้น มีความสำคัญสามารถทำให้เกิดความประทับใจเป็นอันดับแรกแก่ลูกค้า

ดังนั้น การออกแบบสภาพภายนอกร้านค้าเพื่อสื่อความหมายระหว่างผู้ค้ากับลูกค้าให้สามารถรับรู้ได้จากองค์ประกอบภายนอกจะประกอบด้วย องค์ประกอบต่างๆ ดังนี้ ได้แก่ หน้าร้าน (Store front) ผู้แสดงสินค้าหน้าร้าน (Window display) ป้ายชื่อภายนอกอาคาร (Exterior sinage) และทางเข้าร้าน (Entrance)

2.2.2 การออกแบบสภาพแวดล้อมภายในร้านค้า

มาร์ควอทซ์, มาเคนส์ (Marquart, Makens and Role 1975 : 158) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมภายในร้านค้าต้องสามารถดึงดูดลูกค้าให้เกิดความสนใจ รูปลักษณะของร้านค้า (Look of store) เป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้ร้านค้าหนึ่งได้รับความนิยมมากกว่าอีกร้านหนึ่ง โปลเดน (Bolen1982 : 396) กล่าวว่า ความประทับใจครั้งแรกของลูกค้าต่อร้านค้าหนึ่ง มีความสำคัญกับ

การค้าปลีกและการบริการมาก ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายในร้านค้า พอ ๆ กับสภาพภายนอกร้านค้าเพื่อให้เกิดผลสูงสุดแก่จิตใจของลูกค้า

เรดิงเบอร์ (Reding baugh 1976 : 171) กล่าวว่าหน้าที่ใช้สอย (Function) ของร้านค้าทั่วไปเหมือนกัน แต่ต่างกันที่ประสิทธิภาพและความคล่องตัวในการทำการค้า ประสิทธิภาพจะขึ้นอยู่กับ การวางผังภายในร้านค้า หรือรูปแบบการจัดพื้นที่ตามการปฏิบัติงานที่เป็นอยู่หรือการใช้งานได้ดี ทั้งนี้ การออกแบบและการวางผังภายในของร้าน ต้องดึงดูดความสนใจของลูกค้าเข้ามาใช้บริการในร้านค้าและก่อให้เกิดการขายมีกำไรสูงเมื่อคัดเฉลี่ยต่อพื้นที่รวมทั้งการออกแบบการจัดให้มีการปฏิบัติงาน และกิจกรรมภายในร้านให้เสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด

โมเวน (Mowen 1987 : 542) กล่าวว่า การออกแบบและการวางผังภายในต้องคำนึงถึงการใช้น้ำที่อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถใช้งานได้ การวางผังภายในจะต้องมีความสวยงามด้วย นอกจากนี้การจัดวางผังภายในร้านมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมตอบสนองและพฤติกรรมการจับจ่ายสินค้าและทำให้ลูกค้าจับจ่ายสินค้ามากขึ้นจากที่กล่าวมาจุดประสงค์ของการจัดวางผังภายในร้านค้าก็เพื่อ

1. ให้เกิดจุดเด่นและสะดุดตา สามารถเชื้อเชิญลูกค้าให้เดินเข้าสู่ภายในร้าน เป็นการสร้างโอกาสการขายสินค้าและเพิ่มยอดขายสินค้า
2. เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าและการทำกิจกรรมการปฏิบัติงานต่างๆ ภายในร้านค้า
3. เพื่อให้เกิดการใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ คุ่มค่ากับค่าใช้จ่ายที่ได้ลงทุนไปเฉลี่ยต่อพื้นที่
4. ประหยัดค่าใช้จ่ายและค่าบำรุงรักษา กล่าวคือ ลักษณะการจัดวางผังที่ดีจะต้องสนองตอบหน้าที่ใช้สอยของผู้ซื้ออาคาร ได้แก่ ลูกค้า ผู้มาติดต่อ ซึ่งเป็นผู้ใช้ชั่วคราว และผู้ใช้ประจำทุกวัน คือ พนักงานขายสินค้าหรือบุคลากรของร้าน

ฟิทซ์และนอเบิล (Fitch and Konbel 1990: 36) กล่าวว่า การจัดวางผังภายในของร้านค้าต้องทราบข้อมูลต่อไปนี้

1. แนวทางการสัญจรภายในร้าน (Interior traffic flow)
2. ตำแหน่งของการวางสินค้า (Placement of merchandise)
3. การจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้า(Visual merchandising and display)
4. การให้แสงสว่าง (Lighting)
5. การรักษาความปลอดภัย (Security)
6. คลังสินค้าสำรอง (Storage)

เบอร์แบบและอีแวนส์ (1989 : 461,466) กล่าวว่า การจัดวางผังภายในร้านค้าต้องคำนึงถึง

1. การวางตำแหน่งพื้นที่ใช้งานให้เหมาะสมกับกิจกรรมและบุคคลที่เกี่ยวข้อง
2. การจัดกลุ่มสินค้าหรือการจำแนกประเภทสินค้าตามการใช้งานแรงจูงใจซื้อ

และส่วนแบ่งทางการตลาด

3. การพิจารณาถึงแบบแผนทางสัญจรภายในร้านค้า
4. ปริมาณเนื้อที่ว่างที่จำเป็นต่อการใช้งานภายในร้าน
5. ตำแหน่งการวางสินค้าภายในร้าน
6. การจัดวางสินค้าตามคุณสมบัติและรูปสมบัติเช่น สี, ยี่ห้อ

คันแคนและฮอลันเดอร์ (Duncan and Hollander 1979 : 28) กล่าวว่า ปัจจัยที่มี

ผลต่อการจัดวางผังภายใน ได้แก่

1. ขนาด สัดส่วนและรูปร่างของเนื้อที่ใช้สอย
2. ตำแหน่งของพื้นที่ซึ่งไม่ได้ใช้ประโยชน์หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก
3. จำนวน ปริมาณสินค้าที่มี
4. ชนิดของการปฏิบัติงาน
5. ลักษณะและพฤติกรรมการจับจ่ายสินค้าของกลุ่มลูกค้า
6. ลักษณะและปริมาณของอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ ที่จะติดตั้งในร้าน
7. ความพึงพอใจ และรสนิยมส่วนตัวของผู้ค้า

นอกจากนี้ การจัดวางผังภายในร้านค้าควรจะต้องพิจารณาลักษณะตัวอาคาร และเนื้อที่ว่างใช้สอยภายใน (Building Existing condition) กฎข้อบังคับ หรือ เทศบัญญัติต่าง ๆ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมทั้งการคำนึงถึงการรักษาความปลอดภัย (Security – Fitch and Knobbel 1990: 35 – 36)

ดังนั้น ปัจจัยที่สำคัญจะต้องพิจารณาเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบวางผังภายในร้านค้า ได้แก่

2.2.2.1 การจัดกลุ่มประเภทหมวดหมู่ของสินค้า (Merchandising Presentation)

ฟิทซ์และโนเบล (Fitch and Knobel 1990 : 35 – 36) กล่าวว่า การจัดสินค้าต้องพิจารณาถึงการกำหนดตำแหน่งการวางสินค้า (Placement) ต้องจัดตามลำดับความสำคัญ (Priority) ที่ผู้ค้ากำหนดหรือมีแนวทางการจัดสินค้า

-การจัดกลุ่มสินค้าตามประเภท ชนิด ราคา ปริมาณ ลักษณะ (Character) หรือ รูปแบบ (Style) ของสินค้า

-การจัดกลุ่มสินค้าตามความกลมกลืนของหีบห่อสินค้า

-การจัดกลุ่มสินค้า ตามแรงจูงใจซื้อ ส่วนแบ่งทางการตลาด หรือ

ประโยชน์ใช้สอย (Berman and Evans 1989 : 466 – 467)

2.2.2.2. การกำหนดจัดวางตำแหน่งพื้นที่ส่วนต่าง ๆ (Space Organization and Zoning) และความต้องการเนื้อที่ใช้สอย (Space or Area Requirement)

เรดิงเบอร์ (Redingbaugh 1976: 178 – 86) แบ่งเนื้อที่ว่างใช้สอยภายในร้านค้าออกเป็นส่วนต่าง ๆ คือ

1. ส่วนจำหน่ายสินค้า (Selling Area) หรือการให้บริการ ร้านค้าควรเน้นการจัดแสดงสินค้าในส่วนนี้ให้เกิดความเด่นสะดุดตาลูกค้า

2. ส่วนสนับสนุนการจำหน่ายสินค้า (Sale supporting หรือ Noneselling Area) ประกอบด้วยกิจกรรม 3 ประเภท คือ

- การรับสินค้า (Receiving) เนื่องจากกิจกรรมมีเพียงผู้ที่มาส่งสินค้าลงชื่อในใบส่งของเท่านั้น บริเวณนี้จึงควรอยู่ด้านหลังร้านเพื่อความสะดวกและมีประสิทธิภาพ เป็นบริเวณที่รถส่งสินค้าสามารถเข้าถึงได้และควรอยู่ใกล้กับส่วนคลังสำรองสินค้า (Stock) เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนย้ายบริเวณทั้งสองส่วน ควรอยู่ใกล้กับส่วนจำหน่ายสินค้า

-การทำเครื่องหมายและคิดราคา (Marking and Pricing) ควรอยู่ใกล้กับบริเวณผู้รับสินค้าจะได้ไม่ต้องขนย้ายสินค้าไปไกล)ป้องกันความผิดพลาด ที่เกิดจากตรวจทำเครื่องหมาย และการคิดราคาบริเวณนี้อยู่ใกล้กับส่วนเก็บตัวสินค้า ส่วนจำหน่ายสินค้าด้วย

-ส่วนเก็บสินค้า (Storage) ส่วนนี้ควรอยู่ใกล้กับส่วนจำหน่ายสินค้า เพื่อเป็นการประหยัดและเกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ทั้งนี้ยังควรจัดให้มีส่วนบริการลูกค้า (Customer Service Areas) เพื่อเป็นการให้บริการลูกค้านอกเหนือจากการจำหน่ายสินค้า เช่น การบรรจุหีบห่อ การคืนหรือเปลี่ยนสินค้า โตะชำระเงิน เป็นต้น

เรดิงเบอร์ (1976 – 186) กล่าวว่า การกำหนดเนื้อที่ใช้สอยไว้สำหรับบริการลูกค้าควรพิจารณาถึง

-ความถี่ในการใช้บริการ
-เวลาที่ใช้ในการระหว่างช่วงระยะเวลาในการจับจ่ายสินค้าและใช้บริการ พฤติกรรมการซื้อหรือใช้บริการของลูกค้า

เมสัน และเมเยอร์ (Mason and Mayer 1981 : 109 - 119) เสนอให้กำหนดเนื้อที่ใช้สอย ส่วนจำหน่ายสินค้าด้วยวิธีพื้นฐาน 3 วิธีคือ

-การใช้ตัวเลขสถิติการค้าของสินค้าแต่ละชนิด คำนวณหาพื้นที่การจำหน่ายสินค้าแต่ละส่วน (Department)

-อัตราความถี่ในการจำหน่ายของสินค้าแต่ละชนิด (Sale Productivity of Product Line)

-วิธีสินค้าสำรองจำลอง (Model Stock หรือ Build up Method) ที่
จำเป็นมาจัดแสดงสินค้าเฉพาะบางประเภท

ตารางที่ 2.2 แสดงการแบ่งพื้นที่ในร้านค้า (DE CHIARA. 1980 : 751)

พื้นที่สำหรับการขายสินค้า	75 %	80 %
พื้นที่เก็บสำรองสินค้า	25 %	20 %

ตารางที่ 2.3 แสดงการแบ่งพื้นที่ขายสินค้าและพื้นที่เก็บสินค้า

พื้นที่ร้านค้าทั้งหมด		
พื้นที่ขายสินค้า 75 %		พื้นที่เก็บสำรองสินค้า 25 %
พื้นที่วางสินค้า 75 %	พื้นที่สัญจรและบริการ 25 %	

โปลน (Bolen 1982 : 130 – 131) มีหลักการในการกำหนดเนื้อที่ใช้สอย
และตำแหน่งสินค้ากลุ่มต่าง ๆ โดยการ พิจารณาคูณค่าของเนื้อที่ใช้สอยส่วนต่าง ๆ ของร้านค้าที่มี
คุณค่าต่างกัน (Value of floor space) ดังรายละเอียดในตาราง

ตารางที่ 2.4 แสดงค่าร้อยละโดยประมาณของศักยภาพในการแสดงสินค้าแก่ลูกค้าของ
บริเวณต่างๆ กันในร้านค้า

ด้านหลังร้าน
20%
40%
60%
80%
100%
ด้านหน้าร้าน

จากภาพอธิบายได้ว่า บริเวณซึ่งอยู่ด้านหน้าคุณค่า หรือศักยภาพ มีมาก
กว่าบริเวณหลังสุดของร้านถึง 5 เท่า โปลนจึงได้แนะนำว่าควรวางตำแหน่งสินค้าที่มีกำไรหรือ
สินค้าพุ่มเพื่อไว้ใกล้ด้านหน้าร้านแต่วางสินค้าที่ผู้คนลูกค้าต้องการ และมองหาไว้ด้านหลังเพื่อ
ดึงดูดสัญจรไปยังทิศทางด้านกล่าว

2.2.2.3 แนวทางสัญจรและชนิดของการวางผังภายในร้านค้า (Traffic Flow pattern and Plan type)

เบอร์แมนและอีเวนส์ (Berman and Evans 1989 : 467 – 468) ได้เสนอแนวทางสัญจรและชนิดของการวางผังร้านค้าไว้ 2 แบบ คือ

1. แนวทางสัญจรทางตรงมีข้อดี คือ

- สร้างบรรยากาศในร้านค้าที่จริงจังและเกิดประสิทธิภาพ
- ลูกค้า หรือผู้ใช้บริการสามารถจับจ่ายได้รวดเร็ว
- เนื้อที่ที่ใช้สอยสามารถใช้ประโยชน์ได้หมดทุก ๆ ส่วน
- การควบคุมสินค้าและความปลอดภัยได้สะดวกทั่วถึง
- ส่งเสริมลักษณะการให้บริการแบบช่วยตนเอง (Self)และลดค่าใช้จ่าย

ในการจ้างงาน หรือ ลดบุคคลากร (Service) ในการดูแลน้อยลงได้

2. แนวทางสัญจรทางโค้งมีข้อดี คือ

- ให้บรรยากาศที่เป็นมิตรและผ่อนคลาย
- ลูกค้าไม่ต้องจับจ้องในการเลือกชมสินค้าได้ทั่วถึง
- ลูกค้าสามารถเดินเลือกชมสินค้าได้ทุกทิศทาง
- ช่วยให้เกิดการจับจ่ายที่ไม่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้าหรือซื้อสินค้าที่

ไม่จำเป็น (Impulse purchase) เพิ่มขึ้น

ฟิทซ์และโนเบล (Fitchand Knobel 1990 : 36-40) กล่าวว่า แนวทางการสัญจรภายในร้าน (Interior traffic flow) ขึ้นอยู่กับลักษณะการเคลื่อนที่ของลูกค้าว่า มีการเคลื่อนที่จากหน้าไปหลัง หรือแนวทะแยง หรือทางขวาง และขึ้นอยู่กับลักษณะพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ทางสัญจรต้องเรียบง่ายไม่ก่อให้เกิดความสับสนแก่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการและเพื่อดึงดูดให้สนใจกับสินค้าการจัดแสดงหรือผู้คนในร้าน นอกจากนั้นควรคำนึงถึงความกว้างขวางช่องทางเดิน เพราะทางเดินที่แคบอาจทำให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ เดินชนกันกับผู้อื่น หรือชนกับสินค้า และจุดหมายสูงสุดของทางสัญจรภายในร้านค้า คือ การนำลูกค้าไปสู่สินค้าที่มีจำหน่ายในร้าน

บาร์และบรอดี้ (Barr and Brody 1990 : 24) เสนอรูปแบบการวางผังภายในของร้านค้าแบ่งได้เป็น 4 แบบใหญ่ ตามลักษณะแนวทางสัญจรคือ

1. การวางผังแบบแนวเส้นตรง (Straight plan, Grid or Gridiron) มีลักษณะเรียบง่าย ข้อดีของการวางผังแบบนี้คือส่งเสริมการขาย (Self – service)ลูกค้าสามารถเข้าถึงตัวสินค้าได้สะดวกเหมาะสมกับร้านค้าขนาดเล็ก แต่ข้อเสียของการวางผังแบบแนวเส้นตรงคือขาดความเป็นส่วนตัว จำกัด และเร่งรัดพฤติกรรมเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า

2. การวางผังแบบแนวทะแยง (Diagonal plan) แตกต่างจากการวางผังแนวเส้นตรงในเรื่องการเคลื่อนไหว ข้อดีคือเน้นจุดสนใจ (Focus) และสร้างบรรยากาศเคร่งครัด

ข้อเสียคือการใช้เนื้อที่ภายในร้านที่ไม่คุ้มค่า

3. การวางผังแบบโค้ง (Curve plan) มีลักษณะหรือมีการเคลื่อนไหว ข้อดีคือสร้างบรรยากาศภายในร้านที่เป็นมิตรให้อิสระกับพฤติกรรมกรจับจ่ายของลูกค้า ส่วนข้อเสียคือ สิ้นเปลืองเนื้อที่และค่าใช้จ่ายอาจทำให้ลูกค้าเกิดความสับสน การรักษาความปลอดภัยควบคุมได้ยาก

4. การวางผังในลักษณะแนวทางเดิน (Pathway plan) มีการเพิ่มทางเดินหรือ เพดานด้วยวัสดุที่แตกต่างไปและแยกชัดเจนจากบริเวณอื่น ข้อดี คือ สามารถนำลูกค้าเคลื่อนที่ได้อย่างราบรื่นจากด้านหน้าร้านสู่ด้านหลังร้าน ส่วนข้อเสีย คือ เหมาะสมกับร้านค้าชั้นเดียวที่มีเนื้อที่ตั้งแต่ 5,000 ตารางฟุต

แมค โกลดริช (McGoldrick 1991 : 300-301) กล่าวว่า การวางผังร้านมีหลายแบบขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า ขนาดของร้านค้าและความต้องการของตลาด การวางผังร้านค้าจึงมีความสำคัญต่อการขายมาก แมค โกลดริช (Mc Goldrick 1990: 300-301) ได้แบ่งการวางผังร้านค้าออกเป็น

1. การวางผังแบบเป็นแนวตรง (Grid Pattern Layout) (McGoldrick 1990 อ้างถึง Lujch 1982) กล่าวว่า ลักษณะการวางผังจะเป็นแถวขนานกับผนัง มีช่องทางเดินระหว่างชั้นวางสินค้า สามารถเดินผ่านไปมาได้ตลอด การวางผังลักษณะนี้ใช้กับทั่วไปในซูเปอร์มาร์เก็ต (Super Market) เพราะสามารถใช้เนื้อที่ได้ประโยชน์อย่างเต็มที่ สะดวกง่ายต่อการติดตั้งอุปกรณ์โยกย้าย และการบำรุงรักษา การวางผังลักษณะนี้มีผลเสียอยู่ที่ทำให้ลูกค้าเกิดความลังเลใจ ไม่สนใจเดินชมสินค้าต่อไป ถ้าลักษณะการวางชั้นสินค้ามีระยะทางยาว ๆ หากลูกค้าไม่ได้ตั้งใจมาหรือต้องการซื้อสินค้าจริง ๆ

2. การวางผังแบบอิสระ (Free Flow Layout) ผังลักษณะนี้ผู้จัดสามารถปรับเปลี่ยนโยกย้าย และออกแบบตามสมัยนิยม สามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าได้ ทำให้สินค้าดูมีราคา แบบผังโดยรวมดูกลมกลืนกันหมด จึงไม่ต้องระวางการจัดผังที่เป็นแนวตรงเหมือนที่กล่าวข้างต้น คือ แบบแนวเส้นตรง

3. การวางผังแบบบูติก (Boutique Layout) (McGoldrick 1990 อ้างถึง Resenbloom 1981)กล่าวว่า) การวางผังแบบนี้ได้มีการพัฒนารูปแบบจากการวางผังแบบอิสระ โดยแต่ละส่วนหรือแต่ละแผนกสินค้าจัดผังไม่เหมือนใช้กับร้านค้าที่ขายสินค้าพิเศษเฉพาะอย่างหรือเจาะจงกลุ่มลูกค้าเท่านั้น การวางผังลักษณะนี้บางครั้งใช้พื้นที่มากจนสิ้นเปลืองและอาจจะไม่มีการขายสินค้า ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับแนวความคิดในการออกแบบที่ต้องการให้งานออกมาสมบูรณ์ ซึ่งจะใช้ได้กับลูกค้าเฉพาะกลุ่มเท่านั้น

ดังนั้นการจัดวางผังร้านค้าที่ดี โดยการจัดทางเดินหรือที่ว่างระหว่างชั้นวางสินค้า เป็นการสร้างทัศนคติที่ดีต่อลูกค้าที่เข้ามาภายในร้านค้าที่จะมีพื้นที่เป็นทำเลที่ดีที่สุดอยู่ใกล้ทางเข้า

ร้านเพราะเป็นจุดเริ่มต้นของการซื้อ การวางผังแบบอิสระและการวางผังแบบบูตินั้นโดยปกติจะใช้กับสินค้าฟุ่มเฟือยและร้านแฟชั่น ซึ่งการจัดวางผังลักษณะนี้จะใช้พื้นที่ และมีระยะการมองพอสมควร เพื่อให้ลูกค้าเกิดจินตนาการต่อสินค้า ส่วนการวางผังภายในซูเปอร์มาร์เก็ตเหมาะกับการวางผังแบบเส้นตรง เพราะสามารถโยกย้ายปรับเปลี่ยน เคลื่อนย้ายได้บ่อย ๆ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั่นเอง (McGoldrick 1990: 316)

2.2.3 การจัดแสดงสินค้า (Merchandise Display)

ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่า การจัดแสดงสินค้าที่ดีสามารถดึงดูดลูกค้าที่สัญจรไปมาให้เดินเข้ามาในร้านได้ โดยสามารถที่จะสร้างความสนใจและก่อให้เกิดความต้องการในตัวสินค้าที่จะจำหน่ายและการจัดแสดงสินค้าโดยเฉพาะการจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์จะสามารถสื่อให้ลูกค้าได้ทราบว่าทางร้านค้ามีสินค้าอะไรจำหน่ายบ้าง โดยเหตุที่ว่าตู้โชว์สินค้ามีลักษณะที่เปรียบเสมือนเป็นหน้า (Face) ของร้าน เพราะฉะนั้นร้านค้าต่าง ๆ ไม่ว่าจะประเภทใด ขนาดใหญ่หรือเล็ก จึงมักใช้การจัดแสดงสินค้าเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของผู้ที่ผ่านไปมาและช่วยในการขายสินค้าของร้าน การจัดแสดงสินค้าเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่จะก่อให้เกิดการขาย ซึ่งมีความสำคัญไม่น้อยกว่าการโฆษณา เป็นการชักชวนให้กลุ่มเป้าหมายมา ณ จุดซื้อ ส่วนการจัดแสดงสินค้าจะมีอิทธิพลช่วยให้กลุ่มลูกค้าตัดสินใจที่จะซื้อสินค้า เนื่องจากได้เห็นตัวสินค้าที่จะขายในขณะที่การโฆษณานั้นกลุ่มลูกค้า ได้เห็นเพียงภาพวาด หรือภาพถ่ายเท่านั้น

การจัดแสดงสินค้า คือ การจัดสินค้าและวัสดุตกแต่งอื่น ๆ อย่างมีศิลปะ เพื่อนำไปสู่การขายและการบริการ การจัดแสดงสินค้านี้ต้องจัดให้ดึงดูดสายตา และก่อให้เกิดการกระทำเพื่อประโยชน์ของการขาย หรือ กล่าวอีกนัย การจัดแสดงสินค้าก็คือการขายโดยจัดแสดงให้ลูกค้าได้เห็นสินค้าจริง (Visual Selling) ซึ่งมีลักษณะเหมือนกับเป็นพนักงานที่ทำหน้าที่ขายโดยไม่ส่งเสียง (Silent Sales Person) การจัดแสดงสินค้า โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น

2.2.3.1. การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์ (Window - Display) หมายถึง การจัดและตกแต่งตู้โชว์สินค้าที่หน้าร้าน หรือที่สามารถมองเห็นได้จากภายนอก การจำแนกประเภทตู้โชว์สินค้า (Classification of Window Display) ร้านอาจจะใช้หลักเกณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

1) การจำแนกประเภทตู้โชว์สินค้า ตามวัตถุประสงค์ของการจัดแสดง สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบ คือ

-การจัดแสดงสินค้าเพื่อการขาย (Selling or Promotional Display) ได้แก่ การจัดแสดงสินค้าที่มีวัตถุประสงค์เพื่อก่อให้เกิดการขายโดยตรง ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์เดียวกันกับการโฆษณาสินค้า การจัดแสดงสินค้าประเภทนี้จะก่อให้เกิดการขายได้ เมื่อจัดแสดงสินค้าได้ถูกกับโอกาส ทันต่อเหตุการณ์สินค้านั้นสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้และมีราคาที่เหมาะสม ร้านค้าต่าง ๆ มักจะจัดแสดงสินค้าประเภทนี้ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การจัดแสดงสินค้าเพื่อส่งเสริมการตลาด (Promotional Display)

-การจัดแสดงตู้โชว์สินค้าเพื่อส่งเสริมชื่อเสียงของร้านค้า (Prestige) ได้แก่ การจัดตู้โชว์สินค้าเพื่อที่จะมุ่งสร้างความพอใจแก่ลูกค้า ให้เกิดความประทับใจต่อร้านค้า มากกว่าจะกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายโดยตรง การจัดตู้โชว์สินค้าประเภทนี้ร้านค้าอาจจะต้องการจัดแสดงเพื่อให้ทราบนโยบายของร้าน แต่ส่วนใหญ่ร้านค้ามักจะจัดตู้โชว์สินค้าเพื่อส่งเสริมชื่อเสียงของร้านโดยการจัดแสดงสินค้าที่ทันสมัยหรือสินค้าที่อยู่ในความนิยม อาจเรียกการจัดแสดงสินค้าแบบนี้อีกอย่างว่า Institutional Display ถ้าหากการจัดตู้โชว์สินค้านั้นมุ่งที่จะส่งเสริมชื่อเสียงของร้านโดยไม่มีการแสดงสินค้าใด ๆ ของร้านค้าเลย เรียกว่าการจัดแสดงสินค้าเพื่อบริการ (Service Display)

2) การจำแนกตู้โชว์สินค้าตามลักษณะของสินค้าที่จัดแสดง (Content) แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

- ตู้โชว์สินค้าอย่างเดี่ยว (Independent Displays) ได้แก่ ตู้โชว์สินค้าที่แสดงสินค้าเพียงประเภทเดียวในแต่ละตู้โชว์สินค้า

- ตู้โชว์สินค้าที่มีความสัมพันธ์กันเป็นชุด (Serial Displays) ได้แก่ การจัดตู้โชว์สินค้าแต่ละตู้ที่ติดต่อกันด้วยสินค้าที่มีความสัมพันธ์กันเป็นชุด ๆ เช่น เสื้อและกระโปรงสตรีในตู้โชว์สินค้าแรก ตู้โชว์ต่อไปเป็นตู้โชว์รองเท้า และต่อไปเป็นกระเป๋าถือ เป็นต้น

- ตู้โชว์สินค้าหลายชนิดรวมกัน (Ensemble Displays) ได้แก่ การจัดตู้โชว์สินค้าด้วยสินค้าหลายชนิดรวมกัน อย่างที่มีความสัมพันธ์กันในตู้เดียวกัน เพื่อแสดงให้เห็นร้านค้ามีสินค้าประเภทต่าง ๆ

3) การจำแนกตู้โชว์สินค้าตามความต่อเนื่องในการแสดงจัดแบ่ง ออกเป็น 2 ชนิด คือ

- การจัดแสดงสินค้าประเภทเดียวกันต่อเนื่องกันไป (Campaign Window Displays) ร้านค้าที่จัดแสดงสินค้าประเภทนี้มักจะเป็นร้านค้าที่ประสบความสำเร็จแล้ว มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักดีในด้านหนึ่งด้านใด ก็จะจัดแสดงสินค้าในด้านนั้น ๆ ต่อเนื่องกันไป

- การจัดแสดงสินค้าเพื่อส่งเสริมสินค้าประเภทใดประเภทหนึ่งเป็นครั้งคราว (Single Promotion Displays) ได้แก่การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์สินค้าในวาระพิเศษ

4) การจำแนกประเภทตู้โชว์สินค้าตามลักษณะการก่อสร้าง ตู้โชว์สินค้าในปัจจุบันได้มีการพัฒนาจากรูปแบบเดิมมาเป็นแบบใหม่คือแบบที่ด้านหลังของตู้โชว์สินค้าเปิดโล่ง เพื่อให้ลูกค้าสามารถมองเข้าไปเห็นสินค้าภายในร้านได้ชัดเจน ซึ่งแตกต่างจากแบบเดิมที่ด้านหลังของตู้โชว์สินค้าปิดไม่สามารถมองเห็นสินค้าภายในร้านได้ ตู้โชว์สินค้าตามลักษณะการก่อสร้าง แบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ

-แบบเปิด (Open Windows or Open - Back Windows Display) เป็นตู้โชว์สินค้าที่ด้านหลังเปิดโล่ง หรือเป็นกระจกใสคู่คนที่เดินผ่านไปมา สามารถทะลุเข้าไปเห็น

สินค้าภายในร้านได้ เหมาะสำหรับร้านค้าที่มีคนเดินผ่านไปมามาก ๆ เพราะเป็นการแสดงสินค้าภายในร้านด้วยและทำให้คนที่เดินผ่านไปมามองเข้าไปเห็นสินค้าภายในร้านได้ ทั้งนี้เนื่องจากลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากร้านค้ามี 2 ประเภท คือ ลูกค้าที่ตั้งใจล่วงหน้าเพื่อมาซื้อสินค้า และลูกค้าที่เดินหาซื้อสินค้าจากร้านค้าต่าง ๆ จนกว่าจะได้สินค้าที่พอใจ เพราะฉะนั้นการจัดตู้โชว์สินค้าแบบเปิดจึงมีความสำคัญต่อลูกค้าประเภทนี้

-แบบปิด (Closed Window Displays หรือ Closed - Back Windows Displays หรือ Full Background Window Displays) เป็นตู้โชว์สินค้าที่ด้านหลังปิดทึบมองไม่เห็นสภาพภายในร้านเหมาะสำหรับการจัดแสดงสินค้าที่ต้องการสร้างความเด่นหรือต้องการเนื้อที่ที่เป็นสัดส่วนอิสระ เช่น การจัดแสดงสินค้าประเภทเครื่องใช้ เครื่องตกแต่งห้องนอน จะให้ความรู้สึกเหมือนจริงได้ดีกว่าการจัดแสดงในตู้โชว์แบบเปิด และเป็นจุดรวมความสนใจได้ดีกว่า

-แบบกึ่งปิด (Partial Background or Semi Closed Back Windows Displays) เป็นการจัดตู้โชว์สินค้าแบบผสมผสานระหว่างตู้โชว์สินค้าแบบเปิดและแบบปิด กล่าวคือ ด้านหลังของตู้โชว์สินค้าจะมีส่วนบนเปิดเพื่อให้ลูกค้า สามารถมองเห็นสภาพภายในร้านได้ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกอยากเข้าไปชมหรือซื้อสินค้าร่วมกับลูกค้าภายในร้าน

2.2.3.2. การจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้า (Interior Displays)

การจัดแสดงสินค้าภายในร้านเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการตลาดที่สำคัญอย่างหนึ่งพอ ๆ กับการโฆษณาสินค้าซึ่งเป็นการนำลูกค้ามาที่ร้านและสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าก็คือ การจัดแสดงสินค้าซึ่งจะทำให้ร้านค้านั้นมีลักษณะของห้องแสดงสินค้า (Showroom) แทนที่จะดูเหมือนห้องเก็บสินค้า (Stock Room) โดยทั่วไปการจัดแสดงสินค้าภายในร้านตามทางเดิน (Aisles) มีวัตถุประสงค์อย่างเดียวกันกับการแสดงสินค้าในตู้โชว์ คือ เพื่อให้ลูกค้าหยุดเดินและพิจารณาสินค้าของร้าน เพราะฉะนั้นสิ่งสำคัญของการจัดแสดงสินค้าภายในร้านก็คือ ต้องจัดแสดงสินค้าให้สามารถดึงดูดสายตาลูกค้าได้ ร้านค้าที่ขาดการจัดแสดงสินค้าภายในร้านให้ดูงดงามมักจะสูญเสียโอกาสในการขายยอดขายสินค้าของร้าน

การจัดแสดงสินค้าภายในร้านให้ดูงดงามและให้ผลดีต่อการขายจัดได้หลายวิธี ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับ ชนิดของสินค้า บริเวณเนื้อที่ภายในร้าน งบประมาณ ความพร้อมของบุคลากรในการจัดแสดงสินค้า

ดังนั้น สิ่งที่ผู้จัดแสดงสินค้าต้องคำนึงถึง ก็คือ วิธีที่ใช้ได้ผลดีในการจัดสินค้าประเภทหนึ่งไม่จำเป็นจะต้องใช้ได้ดีกับสินค้าประเภทอื่น ๆ ด้วย แขนกต่าง ๆ ในร้านค้าจะต้องศึกษาลักษณะของสินค้าในแผนกของตนเพื่อจะได้ทำความรู้จักว่าสินค้าแต่ละอย่างนั้นสามารถจะสร้างความประทับใจได้อย่างไร เพราะฉะนั้นลักษณะของสินค้าแต่ละชนิดเป็นสิ่งสำคัญ

ที่ผู้จัดแสดงสินค้าต้องพิจารณาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดแสดงสินค้าภายในร้าน การจัดแสดงสินค้าภายในร้านโดยทั่วไป จะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน วิธีที่ใช้กันส่วนใหญ่จะแบ่งตามลักษณะอุปกรณ์ มีดังต่อไปนี้

1) การจัดแสดงสินค้าแบบเปิด (Open Displays) เป็นวิธีการ

จัดแสดงสินค้าที่ได้รับความนิยมมากในการจัดแสดงสินค้าภายในร้านต่าง ๆ เป็นการนำเอาสินค้าออกวางบนภาชนะโต๊ะที่ถูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างใกล้ชิด สามารถหยิบมาพิจารณาได้ ร้านค้าที่นิยมจัดแสดงสินค้าแบบนี้ ได้แก่ ร้านจำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ด (Variety Store)

2) การจัดแสดงสินค้าแบบปิด (Closed Displays) แบ่งออกเป็น 2

ชนิด คือการจัดแสดงสินค้าในตู้กระจกของเคาน์เตอร์สำหรับจำหน่าย ซึ่งลูกค้าสามารถจะมองผ่านกระจกตู้เข้าไปเห็นสินค้าภายในตู้ได้ และการจัดแสดงสินค้า ในตู้กระจกสำหรับเก็บสินค้าสำรองประโยชน์ของการจัดแสดงสินค้าแบบปิดคือ

- เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าอีกประเภทหนึ่งที่ไม่ต้องการซื้อสินค้าที่ผู้อื่นได้หยิบจับมาแล้ว

- การจัดแสดงสินค้าแบบปิดทำให้สามารถจัดสินค้าที่มีความสัมพันธ์กันไว้ด้วยกันได้ เพื่อจะได้ขายสินค้ารายการอื่น ซึ่งลูกค้าอาจจะซื้อเมื่อมีสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เช่นในเคาน์เตอร์ประเภทเครื่องสำอางค์ มักจะมีการแสดงสินค้าเป็นชุด

- สามารถเก็บรักษาสินค้าไว้ในสภาพดี

- ป้องกันสินค้าสูญหาย ร้านค้าปลีกส่วนใหญ่มักจะใช้วิธีจัดแสดงแบบปิด สำหรับสินค้าชิ้นเล็ก และมีราคาแพงเพราะเชื่อว่าสินค้าที่มีคุณภาพสูงควรจะถูกไว้ในตู้เพื่อป้องกันการถูกหยิบจับบ่อย ๆ

3) การจัดแสดงสินค้าบนเคาน์เตอร์ (Top of Counter Displays) เป็น

วิธีการจัดแสดงสินค้าภายในร้านที่ผู้จัดต้องให้ความระมัดระวังมากแม้ลักษณะการจัดจะดูเหมือนกับ การจัดแสดงสินค้าแบบเปิดก็ตาม แต่การจัดแสดงสินค้าบนเคาน์เตอร์นั้นมีข้อจำกัดกว่าการจัดแสดงสินค้าแบบเปิด กล่าวคือสินค้าที่จะนำมาแสดงบนเคาน์เตอร์นั้นต้องมีขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป และไม่ควรมีจำนวนมากเกินไปนักเพราะจะทำให้ลูกค้าไม่สามารถจะมองเห็นสินค้าภายในเคาน์เตอร์ได้อย่างชัดเจน ร้านค้าปลีกส่วนใหญ่มักจะจัดสินค้าที่โฆษณาไว้แล้วบนเคาน์เตอร์เพื่อให้เห็นชัดเจนเป็นการส่งเสริมการขายซึ่งกันและกัน ซึ่งปกติลูกค้าก็มักจะมองหาสินค้าที่มีป้าย “พิเศษ” บนเคาน์เตอร์อยู่แล้ว นอกจากจะเป็นการส่งเสริมการขายสินค้าที่โฆษณาไว้แล้ว การจัดแสดงสินค้าแบบนี้ยังทำให้ร้านค้าขายสินค้ารายการอื่นๆ เพิ่มขึ้นด้วยโดยพนักงานขายไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก อีกทั้งไม่เป็นการเสียเวลาแก่ลูกค้ามากเกินไป การจัดแสดงสินค้าบนเคาน์เตอร์ที่ได้ผลดีที่สุด ได้แก่ สินค้าประเภทที่ถูกค้า ซื้อด้วยแรงกระตุ้น (Impulse Merchandise) ซึ่งปกติมักจะเป็นสินค้าขนาดเล็ก ๆ ราคาไม่แพงมากและอยู่ในความนิยม

4) การจัดแสดงสินค้าเชิงสถาปัตยกรรม (Architectural Displays) การจัดแสดงสินค้าแบบนี้เป็นการจัดแสดงสินค้าให้ดูเหมือนสภาพที่นำไปใช้จริง ๆ ด้วยการตกแต่งสถานที่และการจัดวางสินค้าให้ดึงดูดสายตาลูกค้า ตัวอย่างของการจัดแสดงสินค้าเชิงสถาปัตยกรรมที่พบเห็น ได้แก่ การจัดแสดงเครื่องใช้ และเครื่องตกแต่งสำหรับห้องน้ำ เป็นการนำสินค้าแต่ละชิ้นมาจัดให้เข้าชุดกัน รวมทั้งสินค้าที่มีความสัมพันธ์กันนำมาจัดด้วยกัน ซึ่งทำให้ลูกค้าเห็นได้ชัดเจนกว่าการที่สินค้าแต่ละชิ้นจะถูกวางไว้รวม ๆ กัน เช่น แก้วอย่างเดียวกันวางเรียงไว้ด้วยกันเป็นจำนวนมาก ย่อมทำให้สินค้าขาดความเด่น และการดึงดูดสายตา แต่ถ้าเรานำแก้วตัวเดียวกันนั้นมาจัดให้เข้าชุดกันกับเครื่องใช้เครื่องเรือนชิ้นอื่น ๆ ก็จะทำให้เห็นสินค้าเด่นชัดและน่าสนใจขึ้น

5) การจัดแสดงสินค้าภายในร้านด้วยวิธีอื่น ๆ ร้านค้าบางแห่งมีเนื้อที่ภายในกว้างขวาง อาจจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้าได้ด้วยวิธีอื่น ๆ เช่น แทนที่จะปล่อยเนื้อที่บางส่วนให้ว่างโดยเปล่าประโยชน์ ก็อาจจะสร้างแท่นที่สูงกว่าพื้นเล็กน้อยไว้สำหรับแสดงสินค้าที่ต้องการการเดินสะดุดตาลูกค้า เช่นการจัดสินค้าสำหรับต้อนรับเทศกาลที่สำคัญ ๆ เพราะจะเป็นเนื้อที่ที่สามารถตกแต่งบริเวณเฉพาะจุดได้ และการจัดแสดงสินค้าวิธีนี้ยังสามารถจะใช้เป็นการแบ่งกันบริเวณระหว่างแผนกสินค้าต่าง ๆ ได้ด้วย

นอกจากนี้ร้านค้ายังอาจจัดแสดงสินค้าภายในร้านได้โดยการจัดวางสินค้าบนชั้น หรือหิ้งที่ติดตั้งไว้ข้างฝาเบื้องหลังเคาน์เตอร์ขายก็ได้ตู้โชว์สินค้าภายในร้าน (Interior Windows) เป็นอีกประเภทหนึ่งของการจัดแสดงสินค้าภายในร้าน โดยร้านค้ามักจะสร้างตู้โชว์สินค้าแบบนี้ในบริเวณที่มีลูกค้าเดินผ่านมาก ๆ เช่น ใกล้ประตูทางเข้า และสินค้าที่ร้านค้านำมาจัดแสดงในตู้โชว์ประเภทนี้เป็นสินค้าที่จะวางขายในบริเวณที่อยู่ใกล้เคียงกัน หรือถัดออกไป ซึ่งจะทำให้ลูกค้าซื้อสินค้านั้นได้โดยง่าย การจัดแสดงสินค้าบนฝาผนัง (Wall space) ผู้จัดแสดงสินค้าควรใช้เนื้อที่ภายในร้านให้มีประสิทธิภาพที่สุด ฝาผนังของร้านค้าก็นั้นเป็นอีกส่วนหนึ่งที่สามารถจะใช้ประโยชน์ได้ อาจจะตกแต่งด้วยสินค้าภายในแผนก หรือถ้าจะทำให้ขาดความสวยงาม เช่น สินค้าอาจมีขนาดใหญ่ก็อาจจะตกแต่งด้วยภาพวาดหรือภาพถ่าย หรือสิ่งของตกแต่งอื่น ๆ ได้

แฮมเบอร์เกอร์ (Hamberger 1985 : 308) เห็นว่าการจัดแสดงสินค้า นอกจากจะช่วยเพิ่มการขายและสร้างเสริมการขายแบบบริการตัวเองแล้ว การจัดแสดงสินค้ายังช่วยปรับปรุงรูปร่างหน้าตาของร้านให้เกิดภาพลักษณ์ตามสมัยนิยม (Updated Fashion Image) ทำให้มีเอกภาพ (Unity) ของกลุ่มสินค้า และก่อให้เกิดความสะดวกสบายในการจับจ่ายสินค้า แบ่งตำแหน่งการจัดแสดงสินค้าภายในร้านไว้ 3 ส่วนคือ

1. ส่วนตู้แสดงสินค้าหน้าร้าน
2. ส่วนกลางของร้าน
3. ส่วนผนังด้านข้างและด้านหลังของร้าน

โพลน (Bolen 1982 : 395) แบ่งลักษณะการจัดแสดงภายในร้านค้า ออกตามตำแหน่งการจัดวางสินค้า คือ

1. การจัดแสดงสินค้าตามผนัง หรือป้ายเครื่องหมายที่ติดบนผนัง (Wall Display or Wall Sign) ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าที่มีพื้นที่ขายชั้นเดียว
2. การจัดแสดงสินค้าตามช่องทางเดิน (Aisle Display) เช่น หุ่นแสดง
3. การจัดแสดงแบบเป็นหิ้งหรือชั้น (Ledge Display)
4. การจัดแสดงตามเสาหรือป้ายเครื่องหมาย (Post Display or Post Sign)

คันแคนและฮอลันเดอร์ (Duncan and Hallander 1979 : 106) แบ่งการจัดแสดงสินค้าไว้ 3 ลักษณะ คือ

1. การจัดแสดงแบบเปิด (Open Display) ลูกค้าสามารถเข้าหาตัวสินค้าได้โดยตรงโดยไม่ต้องมีพนักงานขายช่วยหยิบให้
2. การจัดแสดงแบบปิด (Closed Display) สินค้าจะจัดวางไว้ตามผนังหรือตู้ชิดผนัง หรือตู้โชว์ และต้องมีพนักงานขายคอยบริการ
3. การจัดแสดงโดยการจำลองโครงสร้างสถาปัตยกรรม (Architectural Display) ลักษณะเป็นการจำลอง (Setting) แสดงการใช้สินค้า เช่น ฉากบ้านจำลอง

แมสันและเมเยอร์ (Mason and Mayor 1981 : 327 – 329) กล่าวถึงหลักการจัดแสดงสินค้ามีสาระดังนี้

1. ใช้การจัดแสดงสินค้าเป็นตัวชี้นำสายตาไปยังสิ่งที่ต้องการให้เห็น หรือเพื่อดึงดูดความสนใจ เช่น ใช้เนื้อที่ว่างมาก ๆ กับสินค้า ชนิดฟุ่มเฟือย (Impulse Goods) ที่ขายได้ราคาหรือจัดแสดงสินค้ารอบ ๆ สินค้าที่กำลังได้รับความนิยมและขายได้ง่าย
2. จัดสินค้าให้มีเนื้อหาสาระ หรือแนวหลัก (Theme) หรือจัดแสดงตามเทศกาล เช่น การจัดแสดงเนื่องในฤดูกาลต่าง ๆ
3. จัดแสดงสินค้าอย่างเรียบง่ายไม่ใช้จำนวนมากเกินควร ทั้งนี้ควรใช้โทนสี ให้แสงสว่าง และใช้อุปกรณ์ประกอบที่เหมาะสมช่วยให้การจัดแสดงสินค้ามีประสิทธิภาพได้ตรงตามเนื้อหาสาระที่ต้องการจัดแสดงและดึงดูดความสนใจลูกค้า

ฟิทซ์และโนเบิล (Fitch and Knobel 1990 : 24 – 44 –56 ; Valanoff cited Hamberger 1985 : 309 –311) กล่าวถึงการจัดแสดงสินค้าควรมีข้อคำนึง ดังนี้

1. การเลือกใช้ชนิดของอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้า แต่ละชนิดควร

คำนึงถึง

-ค่าใช้จ่าย (Costs)

-ลูกค้าที่อุดหนุนหรือชั้นของการค้า (Clientele or Class of Trade)

-อุปกรณ์ที่ใช้จะต้องไม่แย่งความสนใจของลูกค้าจากตัวสินค้าหรือเด่นกว่าสินค้า

-มีความยืดหยุ่น (Flexibility) สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามตัวสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีผลมาจากการตลาด การขาย และฤดูกาลของสินค้าหรือตามวิธีการจัดแสดงสินค้า

-ชนิดของการบริการที่สัมพันธ์กับตัวสินค้า เช่น ร้านค้าแบบบริการตัวเอง ควรใช้อุปกรณ์ที่ลูกค้าสามารถสัมผัสสินค้าได้โดยตรงโดยปราศจากสิ่งใดขวางกั้น ยกเว้น “บรรจุภัณฑ์”

-ประสิทธิภาพของอุปกรณ์ เช่น การใช้สอยง่าย พนักงานไม่จำเป็นต้องมีทักษะในการใช้อุปกรณ์มากนัก

2. การจัดวางตำแหน่งสินค้า (1990 : 44) ควรพิจารณาเกี่ยวกับ

-คุณสมบัติที่ดึงดูดตาลูกค้า หรือกายภาพและลักษณะเด่น เฉพาะของตัวผลิตภัณฑ์หรือสินค้า

-การเข้าถึงตัวสินค้าของลูกค้าตัวสินค้าต้องสามารถจับต้องได้ (Accessibility) หรือมีการป้องกัน (Protect) สินค้าเนื่องจากความเปราะบางแตกหักง่าย (Fragility) หรือ ต้องมีความปลอดภัย (Security) ในการจับต้องสินค้า เช่น สินค้าพิเศษ (Exclusive) ที่เป็นการต้องการหรือหายาก

-วิธีการนำเสนอสินค้า ที่เหมาะสมกับขนาดร้านค้า ทางสัญจรที่จำเป็น และความหนาแน่นของสินค้าที่มีอยู่ในคลังสำรองสินค้า ร้านค้าส่วนใหญ่จะใช้วิธีการจัดแสดง 2 วิธี ผสมกัน

3. รูปทรงของอุปกรณ์ (Format Fixturing) ให้พิจารณาถึงคุณสมบัติด้านต่าง ๆ ของอุปกรณ์ ได้แก่ ความยืดหยุ่น อุปกรณ์ที่ใช้ต้องไม่เด่นกับตัวสินค้า ลักษณะสูงต่ำ ไม่เท่ากับ มีจุดนำสายตา มีองค์ประกอบที่สมดุล และควรคำนึงถึงความยาวของผู้แสดงสินค้าที่ไม่ขวางทางเดินสัญจรภายในร้านค้า

2.2.4 วิธีจัดสินค้าภายในร้านค้า

การจัดสินค้าภายในร้านไม่ว่าจะเป็นแบบเปิด แบบปิด บนเคาน์เตอร์ หรือแบบอื่น ๆ ก็ตามวิธีการจัดสินค้าอยู่ 3 วิธีคือ

2.2.4.1. การจัดด้วยสินค้าเพียงอย่างเดียว (Single - Item Displays) คือ การนำสินค้าออกมาจัดแสดงเพียงชิ้นเดียว หรือบางครั้งอาจจะหมายถึง สินค้าประเภทเดียว แต่อาจ

จะมีมากกว่า 1 ชิ้น การจัดวิธีนี้เป็นการเสนอขายสินค้าในเชิงชักชวน เช่น การนำเสนอ เครื่องปรับอากาศเพียงเครื่องเดียวพร้อมกับเครื่องหมายและป้ายอื่น ๆ อธิบายให้ลูกค้าเห็นวิวัฒนาการใหม่ ๆ เป็นการชักชวนให้ลูกค้ามีความสนใจ หรือ ถ้าหากจะจัดด้วยสินค้าประเภทเดียวกันหลาย ๆ ชิ้น ก็อาจแสดงสินค้าเหล่านั้นในลักษณะต่าง ๆ กัน เช่น รวมกันหนึ่งในลักษณะที่พับเก็บไว้กับรวมอีกหนึ่งในลักษณะที่กางออกแล้วเพื่อให้ลูกค้าได้เห็นทั้งสองลักษณะ ซึ่งทำให้ลูกค้าตัดสินใจได้เร็วขึ้น

2.2.4.2. การจัดด้วยสินค้าหลายอย่าง (Assortment Displays) คือ การจัดแสดงสินค้าที่มีความแตกต่างกันหลาย ๆ รายการไว้ด้วยกัน ความแตกต่างนี้อาจจะแตกต่างกันในเรื่อง สี แบบ วัสดุคิพ ที่ใช้ผลิตสินค้า และราคา ร้านค้าต่าง ๆ ที่ใช้วิธีจัดแสดงสินค้าด้วยสินค้าหลาย ๆ อย่างนี้พบว่าเป็นวิธีที่ให้ผลดีแก่ร้านค้าหลายประการ เช่น ให้ผลทางด้านกรตกแต่ง ด้านความรู้สึกรักที่ลูกค้ามีต่อร้านค้าในแง่ของแหล่งสินค้าที่มีความสมบูรณ์ ซึ่งทำให้ลูกค้าเลือกหาซื้อสินค้าได้เร็วโดยไม่ต้องเสียเวลาของพนักงานขายมากนัก

2.2.4.3. การจัดสินค้าหลายอย่างที่มีความสัมพันธ์กัน (Ensemble Displays) คือ การจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้าโดยการนำสินค้าหลาย ๆ ชิ้นที่มีความสัมพันธ์กันมาไว้ด้วยกัน ซึ่งสิ่งที่จะต้องระมัดระวังก็คือ การรักษาความเด่นของสินค้าที่ต้องการเน้น เช่น การจัดแสดงชุดแต่งกายสุภาพสตรี โดยมีสินค้าอื่นประกอบ เช่น เครื่องประดับต่าง ๆ จากตัวอย่างนี้ สิ่งที่ต้องการเน้น ก็คือ เสื้อผ้า

2.2.5 การจัดวางสินค้า (Patterns of Arrangement)

มีวัตถุประสงค์ก็เพื่อให้เกิดความกลมกลืน (Harmony) การคิดค้นหรือเกิดจังหวะการนำสายตาในเนื้อที่ของการจัดแสดงนั้น (Contrast) ของการจัดแสดงนั้น และแบบต่าง ๆ ของการจัดวางเป็นหลักที่ใช้ได้กับสินค้าทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทใด แบบต่าง ๆ ของการจัดวางสินค้ามีดังต่อไปนี้

2.2.5.1 การจัดวางสินค้าแบบกระจายรัศมี (Radiation) เป็นการจัดวางสินค้าที่สร้างจุดสนใจ (Create interest) ให้สินค้าที่อยู่ตรงกลางมีความเด่นกว่าส่วนประกอบอื่น ๆ ที่อยู่โดยรอบ

2.2.5.2 การจัดวางสินค้าแบบขั้นบันได (Stair - Step) เป็นการจัดโดยการวางสินค้าเป็นชั้น ๆ เหมือนขั้นบันได โดยอาจจะเรียงสินค้าจากต่ำไปหาสูงหรือจากสูงลงต่ำก็ได้ ลักษณะการจัดวางสินค้าแบบขั้นบันไดเป็นการจัดวางเพื่อให้เกิดความกลมกลืนและให้ความรู้สึกของความเคลื่อนไหวตามไปกับการจคนั้น

2.2.5.3 การจัดวางสินค้าแบบปิระมิด (Pyramid) มีลักษณะเหมือนรูปสามเหลี่ยม กล่าวคือ มีฐานกว้างและค่อย ๆ แคบสูงขึ้นมาเป็นยอดมักจะเป็นที่นิยมในการจัดแสดงสินค้าที่มีลักษณะเป็นกล่องจำนวนมาก ๆ เช่น ในร้านจำหน่ายอาหารหรือสินค้าที่เป็นกล่อง ๆ กระจบอง

2.2.5.4 การจัดวางสินค้าแบบซิกแซ็ก (Zig - Zag) การจัดวางสินค้าแบบนี้มีลักษณะคล้ายกับแบบปริมิต กล่าวคือมีฐานกว้างเช่นเดียวกัน แต่จะต่างกันในส่วนของการจัดวางให้สินค้าซิกแซกขึ้นไปแทนที่จะขึ้นไปเป็นเส้นตรง ร้านค้าอาจใช้การจัดวางแบบนี้ ใ้กับการวางสินค้าประเภทเสื้อผ้า หรือรองเท้า ซึ่งจะเหมาะกับการจัดแสดงสินค้าแบบเปิด (Open Displays) และการจัดวางสินค้า ไม่ควรมีสินค้าเกินกว่า 3 รายการ

2.2.5.5. การจัดวางสินค้าแบบซ้ำซ้อน (Repetition) เป็นการจัดวางสินค้าที่เหมือนกัน ไว้ด้วยกันโดยอาจจะหลีกเลี่ยงความน่าเบื่อได้โดยการจัดวางสินค้าบนแท่นยกพื้น (Elevated Platform) หรือแผ่นกระดานที่วางไว้ ให้เอียงเพื่อให้สินค้าที่นำมาจัดแสดง มีลักษณะเป็นหมวดเดียวกัน (Unit) และสามารถมองเห็นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.2.5.6 การจัดวางสินค้าแบบลำดับขั้น (Gradation) เป็นการจัดวางสินค้าที่ค่อย ๆ แสดงความเปลี่ยนแปลงทีละน้อย เช่น อาจจะเป็นความเปลี่ยนแปลงของขนาดสินค้าจากขนาดเล็กไปหาขนาดใหญ่หรืออาจจะเปลี่ยนแปลงของสีจากสีอ่อนค่อน ๆ เปลี่ยนไปหาสีที่เข้มขึ้น การจัดวางสินค้าแบบลำดับขั้นนี้ ช่วยให้ลูกค้าเห็นความเคลื่อนไหวเป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้กับสินค้า

2.2.5.7 การจัดวางสินค้าแบบแทรกสอด (Interference) เป็นการจัดวางสินค้า โดยใช้สินค้าหรือวัสดุตกแต่งอื่น ๆ วางซ้อนกันโดยให้สินค้ามีการเหลื่อมล้ำกันเล็กน้อย ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความรู้สึกรวมตัวกันเป็นกลุ่มเดียวกัน และลูกค้าสามารถจะมองเห็นสินค้าทั่วบริเวณได้โดยเร็ว

2.2.5.8. การจัดวางสินค้าแบบให้เกิดความเด่น (Dominance) เป็นการจัดวางสินค้าเพื่อแสดงความเด่นของสินค้าใดสินค้าหนึ่งโดยอาจจะให้เกิดความเด่นโดยการใช้สินค้าชิ้นใหญ่ หรืออาจจะแสดงความเด่นด้วยสีเน้นก็ได้

ดังนั้น การจัดวางสินค้าที่ดีควรมีลักษณะเป็นเอกภาพ (Unity) คือ เป็นการแสดงออกของแนวความคิดอย่างเดียวกัน (Principal) (Theme) หรือ (Idea)

2.2.6 องค์ประกอบสำคัญของการจัดแสดงสินค้า (Critical Elements)

การจัดแสดงสินค้าที่ดีมีส่วนสำคัญในการจำหน่ายและช่วยประหยัดเวลาของพนักงานขาย อีกทั้งทำให้ลูกค้า สามารถเลือกซื้อและหาสินค้าที่ต้องการได้ง่ายขึ้น การจัดแสดงสินค้าที่ดีนั้นต้องจัดอย่างมีศิลปะ และมีหลักในการออกแบบเพื่อสร้างความน่าสนใจกับลูกค้าและชักชวนให้เกิดการซื้อสินค้าในที่สุด ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญของการจัดแสดงสินค้า (The elements of display) คือ

2.2.6.1. สินค้า (Merchandise) การเลือกสินค้าที่จะแสดงหรือเลือกแนวคิดที่เหมาะสมจะเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงออกถึงจุดมุ่งหมายของการจัดแสดงสินค้าแต่ละครั้ง เช่น การจัดแสดงเพื่อส่งเสริมการขายหรือเพื่อส่งเสริมชื่อเสียงของร้านค้านั้น

2.2.6.2. ชั้นสำหรับจัดวางสินค้าหรือพื้นที่สำหรับจัดแสดงสินค้า (Shelf or Display Area) การจัดวางชั้นสำหรับวางสินค้าก็ควรจะให้เหมาะสมกับเนื้อที่ เพื่อให้ลูกค้าสามารถมองเห็นสินค้าได้ชัดเจน ไม่ว่าลูกค้าจะเดินมาจากทิศทางใด ส่วนพื้นที่สำหรับจัดแสดงนี้ครอบคลุมถึงพื้นหลัง (Back Ground) ของการจัดแสดงด้วย ซึ่งพื้นหลังนี้เป็นส่วนประกอบที่สามารถจะเพิ่มแรงดึงดูดสายตาลูกค้าได้

2.2.6.3. วัสดุตกแต่ง (Display Props) สำหรับการจัดแสดงสินค้าได้แก่ส่วนประกอบต่าง ๆ ที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้านอกเหนือจากตัวสินค้าที่จะขาย อาจจะเป็นส่วนประกอบที่ใช้ปูพื้น วัสดุตกแต่ง ฝาผนังหรือพื้นหลัง และวัสดุอื่น ๆ ที่จะใช้ในการจัดวางสินค้า

2.2.6.4. แสง (Lighting) การใช้แสงไฟในการจัดแสดงสินค้าเป็นสิ่งจำเป็น นอกจากจะให้ความสว่างทั่วบริเวณเพื่อให้ลูกค้าสามารถมองเห็นสินค้าได้ชัดเจนแล้วการใช้แสงไฟช่วยในการจัดแสดงสินค้าก็เป็นการเน้นสินค้าส่วนหนึ่งส่วนใดในเนื้อที่จัดแสดงสินค้าหรือใช้แสงไฟ เพื่อให้เกิดความกลมกลืนในเนื้อที่สำหรับจัดแสดงทั้งหมด

2.2.6.5. ป้ายสินค้า (Show Cards) เป็นส่วนประกอบที่จำเป็นสำหรับการจัดแสดงสินค้า เป็นส่วนที่จะทำให้ลูกค้าได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ป้ายสินค้านี้จะทำหน้าที่เสมือนเป็นพนักงานขายเงียบ (Silent Sale People) และควรตอบคำถามที่ลูกค้าอาจจะสงสัยได้ เช่น ราคาเท่าไร และลักษณะของสินค้าเป็นอย่างไร

2.3 การสำรวจพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในรอบปี 2542

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในรอบปี 2542 แยกการนำเสนอเป็น 2 ลักษณะ คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ในการเดินทาง / ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยครั้งล่าสุด

2.3.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม ได้ศึกษาถึงแบบแผนในการเดินทางประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ แหล่งข้อมูลข่าวสารและการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทาง ช่วงเวลาที่เหมาะสม และเทศกาลที่มักมีการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว การซื้อของฝากและของที่ระลึก ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยว

2.3.1.1 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทาง ไปเยี่ยมชมเยือน หรือ ไปท่องเที่ยว หรือที่เรียกว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

- 1) แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความ

งดงามตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก น้ำพุร้อน เป็นต้น

2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและสร้างขึ้นในปัจจุบัน เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์อนุสาวรีย์ เป็นต้น

3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และ กิจกรรม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมซึ่งยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมา ตลอดจนกิจกรรมที่มีผลต่อการดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น เช่น สภาพชีวิตชนบท หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำ สวนสนุก การแสดงสินค้าพื้นบ้าน การแข่งขันกีฬา งานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น

ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่สนใจมากที่สุดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางไปเยือน เรียงลำดับตามความสนใจจากสูง-ต่ำ คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ร้อยละ 64.79 แหล่งประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/โบราณวัตถุ/ศาสนา ร้อยละ 16.34 แหล่งศิลปวัฒนธรรม/ประเพณีเป็นแหล่งที่ได้รับความนิยมสูงกว่าแหล่งบันเทิงและศูนย์การค้า คือ ร้อยละ 9.51 และ 8.34 ตามลำดับ และมีนักท่องเที่ยวอีกจำนวนหนึ่ง คือร้อยละ 1.02 มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่า 1 ประเภทขึ้นไป

ตารางที่ 2.5 ตารางแสดงค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจมากที่สุด

รายการ	ร้อยละ
1. แหล่งธรรมชาติ	64.79
2. ประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/โบราณวัตถุ/ศาสนา	16.34
3. ศิลปวัฒนธรรม/ประเพณี	9.51
4. แหล่งบันเทิง/ศูนย์การค้า	8.34
5. อื่น ๆ (สนใจมาก 1 แหล่ง)	1.02
รวม	100

2.3.1.2. สิ่งจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว อีกประเด็นหนึ่งในการศึกษาแบบแผนในการเดินทาง คือการพิจารณาถึงสิ่งจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ชาวไทยใน 2 เรื่อง ได้แก่ แหล่งข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวได้รับ และผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ อีกแหล่งท่องเที่ยว หรือเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว นั้น ส่วนใหญ่จะเป็นสื่อที่ใกล้ตัวทุกคน ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ การบอกเล่าปากต่อปาก (ร้อยละ 49.96) และโฆษณา/รายการในโทรทัศน์ (ร้อยละ 20.21) นอกนั้นเป็นสื่อที่มีสัดส่วนที่ไม่สูงมากนัก

ตารางที่ 2.6 แสดงค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสาร

รายการ	ร้อยละ
การบอกเล่าปากต่อปาก	19.9626
โฆษณา/รายการโทรทัศน์	20.2059
โฆษณา/รายการในวิทยุ	8.4609
เอกสารแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	6.4056
ภาพ/บทความจากหนังสือพิมพ์	6.2222
วารสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ที่นอกเหนือจากของ ททท.)	5.2136
แผ่นพับ/ใบปลิวโฆษณาจากบริษัทนำเที่ยว	3.0138
โฆษณา/ข้อเสนอจากการเป็นสมาชิก เช่น บัตรเครดิต คูโปงสมนาคุณ	0.3241
วิทยากรอบรม/หัวหน้ากลุ่มชุมชน เป็นผู้แนะนำ	0.1069
อินเทอร์เน็ต	0.0452
ไปทำงานแล้วแวะเที่ยวไปในตัว	0.0369
ใบปลิวของบริษัทห้างร้านทั่วไป	0.0023
รวม	100

2.3.1.3. การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ที่จะไปนั้น บุคคลที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ ครอบครัว/ญาติ (ร้อยละ 43.20) รองลงมาคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง (ร้อยละ 30.31) และเพื่อน/คู่รัก (ร้อยละ 25.25) ตามลำดับ นอกจากนั้น

ยังเป็นสิ่งที่สังเกตว่าโรงเรียน/สถานศึกษาเป็นหน่วยงานหนึ่งที่เป็นผู้กำหนดหรือเลือกสถานที่ที่จะไป (ร้อยละ 0.09 ซึ่งก็จะพบได้กรณีนักท่องเที่ยวยังอยู่ในวัยเรียน)

ตารางที่ 2.7 แสดงค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามผู้ตัดสินใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว/จังหวัดที่จะไป

รายการ	ร้อยละ
ครอบครัว/ญาติ	43.20
ตนเอง	30.31
เพื่อน/คู่รัก	25.25
ปรึกษากันหลาย ๆ คน	0.53
ผู้จ้คนนำเที่ยว/ทัวร์	0.34
วิทยากรอบรม/หัวหน้ากลุ่มชุมชน/หัวหน้ากลุ่มแม่บ้าน	0.18
สถานศึกษา/โรงเรียน (พาไป)	0.09
ผู้นำทางศาสนา	0.05
บริษัทที่ทำงาน	0.05
รวม	100

2.3.1.4 ช่วงเวลาที่เหมาะสม สิ่งที่อาจบ่งบอกได้ถึงฤดูกาลท่องเที่ยวของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่สามารถดูได้จากผลการศึกษาดำรวจสถิติผู้ที่เดินทางมายังแหล่งต่าง ๆ ตามช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยว พิจารณาร่วมกับสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือน รวมถึงการสอบถามถึงช่วงเวลาที่สะดวกและที่เห็นว่าเหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางในสัดส่วนที่แตกต่างกันไปในแต่ละเดือน ช่วงเดือนที่เป็นที่นิยมอยู่ในระดับสูงอยู่ในเดือนเมษายนและเดือนตุลาคม – มกราคม ซึ่งเป็นช่วงที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น มีวันหยุดราชการต่อเนื่องหลายวัน เป็นช่วงเทศกาล/งานประเพณี และ/หรือเป็นช่วงปิดภาคเรียน จึงส่งผลให้มีการเคลื่อนไหวในการเดินทาง

ท่องเที่ยวก่อนข้างสูง ในขณะที่ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ – มีนาคม และพฤษภาคม – กันยายน เป็นช่วงเปิดภาคเรียน และ/หรือมีวันหยุดต่อเนื่องน้อยจึงมีการเดินทางที่ค่อนข้างต่อเนื่อง

ตารางที่ 2.8 แสดงค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกรายเดือนที่เดินทาง

เดือน	ร้อยละ
มกราคม	10.42
กุมภาพันธ์	5.63
มีนาคม	6.43
เมษายน	20.40
พฤษภาคม	5.60
มิถุนายน	3.37
กรกฎาคม	4.40
สิงหาคม	5.01
กันยายน	3.78
ตุลาคม	11.66
พฤศจิกายน	9.18
ธันวาคม	13.51
เดินทางไปบ่อยไม่สามารถระบุเดือนได้แน่นอน	0.61
รวม	100

ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่าเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเดินทางหรือท่องเที่ยวมีหลากหลายซึ่งขึ้นกับปัจจัยแวดล้อมของนักท่องเที่ยวผู้นั้น อาทิ อายุ อาชีพ ภาระการเลี้ยงดูบุตรหลาน ตลอดจนวิถีการดำรงชีวิตและความเชื่อ (ศาสนา) นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 31.73 ไม่ได้วางแผนสำหรับการท่องเที่ยวว่าควรจะเป็นช่วงใด ในขณะที่ร้อยละ 28.16 เห็นควรว่าช่วงเวลาที่เหมาะสมมากที่สุด คือ ช่วงงานเทศกาล หรือวันหยุดเทศกาลติดต่อกันหลาย ๆ วัน และร้อยละ 13.73 เห็นว่าช่วงวันหยุดราชการมีวันหยุดราชการติดต่อกันหลาย ๆ วัน เหมาะสมที่สุดในขณะที่มีผู้ที่ไม่นิยมที่จะเดินทางในช่วงเทศกาลร้อยละ 0.03 ซึ่งถึงแม้จะมีสัดส่วนที่ต่ำมาก แต่ก็แสดงให้เห็นถึงแนวคิดในการเดินทางว่า มีทั้งผู้ที่นิยมและไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล ด้วยเหตุผลที่ตรงกันข้าม และเมื่อพิจารณาเป็นรายเทศกาล พบว่าเทศกาลที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าเป็นเทศกาลที่เขาน่าสนใจท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ วันสงกรานต์ วันปีใหม่ และวันหยุดราชการต่าง ๆ เช่น วันเฉลิมพระชนมพรรษา วันรัฐธรรมนูญ วันปิยมหาราช เป็นต้น (ร้อยละ 36.06 ร้อยละ 22.81 และร้อยละ 13.93 ตามลำดับ)

ตารางที่ 2.9 แสดงค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะพิเศษของช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง

รายการ	ร้อยละ
ไม่ได้วางแผนอะไร	31.7322
ช่วงงานเทศกาล/วันหยุดตามเทศกาล	28.1550
ช่วงวันหยุดราชการ/มีวันหยุดราชการติดต่อกันหลาย ๆ วัน	13.7315
เป็นฤดูกาลที่เหมาะสมที่จะท่องเที่ยวสำหรับสถานที่ที่ต้องการไป	11.6828
ช่วงตนเอง/บุตรหลานเปิดเทอม	7.7770
เป็นช่วงที่ทำงานได้สะดวก	5.7996
ช่วงว่างและเป็นช่วงที่เหมาะสมที่จะท่องเที่ยวพอดี	0.2832
เมื่อเก็บเงินได้ตามกำหนด	0.2628
วันว่างทั่วไป	0.2568
ไม่แน่นอน แล้วแต่สะดวก	0.1375
ช่วงที่ไปทำงาน/ดูงาน/ศึกษาเพิ่มเติม	0.0641
แล้วแต่ทางโรงเรียนกำหนด	0.0521
เมื่อนักกลุ่มเพื่อน ๆ ได้พร้อมกันมากที่สุด	0.0271
ไม่เป็นช่วงเทศกาล	0.0271
เมื่อมีผู้จัดนำเที่ยว/บริษัททัวร์กำหนด	0.0037
วันพิเศษของบุตรหลาน	0.0037
ช่วงบุตรหลาน/ตนเองปิดเทอม และสามารถทำงานได้สะดวก	0.0037
รวม	100

ตารางที่ 2.10 แสดงค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามวันหยุดตามเทศกาลที่มักมีการท่องเที่ยวหรือเดินทางไปต่างจังหวัด

รายการ	ร้อยละ
สงกรานต์	36.04
ปีใหม่	22.81
วันหยุดราชการ เช่น วันเฉลิมฯ วันรัฐธรรมนูญ	13.93
เข้าพรรษา/ออกพรรษา	8.56
ไม่แน่นอนแล้วแต่ว่าง/สะดวก	7.43
ครูบจีน	5.21
ไปทุกเทศกาล	3.57
ลอยกระทง	0.83
ไปทุกเทศกาล ที่เป็นเทศกาลทางศาสนา/ประเพณี	0.81
ไปทุกเทศกาล แต่ต้องเป็นช่วงที่ว่างจากการเก็บเกี่ยวพืชผลฯ	0.38
ไปเฉพาะวันเทศกาลที่ตรงกับวันเสาร์-อาทิตย์	0.31
ไปเฉพาะวันเทศกาลที่สมาชิกในครอบครัวว่างพร้อม ๆ กัน	0.10
ไปทุกเทศกาล ที่ต้องมีการเดินทางไปทำงาน/ทำธุรกิจด้วย	0.01
รวม	100

2.3.1.5 ลักษณะการเดินทาง จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 12.70 ที่เดินทางกับบริษัทนำเที่ยวหรือมีกลุ่มเดินทางที่จัดขึ้นเพื่อการนั้น ๆ โดยเฉพาะ อาทิ กลุ่มทอดกฐิน-ผ้าป่า แล้วนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้นั้นเพียงเข้าร่วมกลุ่มหรือซื้อบริการสำเร็จรูป(Package) ดังกล่าว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวนมากที่ตอบว่าเดินทางด้วยตนเองนั้นสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 กลุ่มตามการใช้พาหนะเดินทางได้แก่ เดินทางเองโดยใช้พาหนะส่วนตัว (เช่น รถยนต์ส่วนตัว รถจักรยานยนต์ส่วนตัว) และเดินทางเองโดยไม่ได้ใช้พาหนะส่วนตัว (เช่น รถโดยสารประจำทาง เครื่องบิน เรือโดยสาร ซึ่งพบสัดส่วนทั้ง 2 เท่ากับร้อยละ 44.84 และร้อยละ 42.46 ตามลำดับ)

ตารางที่ 2.11 แสดงค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะของการเดินทาง

รายการ	ร้อยละ
เดินทางเอง โดยใช้พาหนะส่วนตัว	44.84
เดินทางเอง โดยไม่ได้ใช้พาหนะส่วนตัว	42.46
เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว/กลุ่มทัวร์	12.70
รวม	100

2.3.1.6 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว การใช้จ่ายในการท่องเที่ยวพิจารณา

จากการใช้จ่ายที่เกิดเนื่องจากการท่องเที่ยว 3 ส่วน คือ

1) ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในระหว่างการท่องเที่ยว ได้แก่ อาหาร/เครื่องดื่ม ค่าที่พัก ค่าซื้อของฝาก/ของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง (เช่น ค่าห้องคาราโอเกะ ค่าชมภาพยนตร์ เป็นต้น) ค่าเดินทาง/พาหนะ (หมายถึง ค่าโดยสารยานพาหนะ กรณีไม่มีพาหนะส่วนตัว และ/หรือค่าน้ำมัน กรณีใช้พาหนะส่วนตัวจากบ้านถึงยังสถานที่เป้าหมาย) ค่าบริการท่องเที่ยว (เช่น ค่าบัตรผ่านประตู ค่ามัคคุเทศก์/ผู้นำทาง เป็นต้น) และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด (หมายถึง ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่นอกเหนือจาก 6 รายการหลักข้างต้น) ค่าใช้จ่ายทั้ง 7 รายการหลักนี้จะเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือน

2) ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นก่อนและหลังจากการท่องเที่ยว หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวจะต้องเตรียมตัวของสัมภาระสำหรับการเดินทางไว้ล่วงหน้าเป็นการจับจ่ายอยู่ในพื้นที่ภูมิลำเนาของตัวเอง เมื่อเงินที่เกิดขึ้นก็จะหมุนเวียนอยู่ในพื้นที่ของตนเอง ค่าใช้จ่ายก่อนการเดินทาง เช่น ค่าตรวจสอบสภาพรถยนต์ก่อนเดินทางไกล ค่ายาสามัญประจำบ้าน ค่าเสื้อผ้า เป็นต้น ส่วนค่าใช้จ่ายหลังจากการเดินทาง เช่น ค่ารักษาพยาบาล ค่าล้าง-อัดภาพ เป็นต้น

3) การออมทรัพย์สำหรับเตรียมการท่องเที่ยว จะมีนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งที่มีการวางแผนออมทรัพย์หรือกันเงินไว้ส่วนหนึ่งสำหรับการเดินทางไว้ล่วงหน้า ซึ่งจะ เป็นงบประมาณที่มากขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย อาทิระดับรายได้และวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

ในการประมาณค่าใช้จ่ายดังกล่าว จะพิจารณาใน 2 กรณี คือ กรณีที่นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้พักแรม (ไม่ได้ค้างคืน) และกรณีที่นักท่องเที่ยวมีการพักแรม (ค้างคืน) โดยเฉลี่ยแล้วนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้พักแรม (ไม่ได้ค้างคืน) จะเสียค่าใช้จ่ายรวมอยู่ระหว่าง 500-1,000 บาท/คน/1 รอบการเดินทาง (หรือ 1 วัน) ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีการพักแรม (ค้างคืน) จะมีค่า

ใช้จ่ายรวมประมาณ 1,000-7,000 บาท/คน/1 รอบการเดินทาง โดยจะพบว่าค่าใช้จ่ายในส่วนของค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าเดินทาง เป็นค่าใช้จ่ายที่มีสัดส่วนสูงที่สุด ในขณะที่ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อค่าบริการจะมีค่าต่ำที่สุด

ตารางที่ 2.12 แสดงค่าใช้จ่าย 7 รายการหลักที่เกิดขึ้นใน 1 รอบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย
สำหรับผู้ที่ไม่ได้พักแรม

จำแนกตามภาคภูมิภานาของนักท่องเที่ยว

หน่วย : บาท/คน/1 รอบการเดินทาง (1 วัน)

รายการ	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ตะวันออก	ใต้	กรุงเทพฯ	รวม
ค่าที่พัก	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ค่าอาหาร	177.35	146.38	159.54	238.11	226.79	253.36	193.78
ค่าสินค้าและของที่ระลึก	492.00	134.55	139.38	267.79	259.75	214.43	253.32
ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง	6.49	8.17	1.45	3.12	16.94	9.43	7.29
ค่าเดินทาง	120.58	164.17	158.11	199.89	169.66	162.46	160.05
ค่าบริการท่องเที่ยว	51.20	5.53	9.39	14.05	5.45	2.62	6.05
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	18.40	62.56	46.79	81.23	291.05	73.81	88.63
ค่าใช้จ่ายรวม	866.03	521.36	514.66	804.19	969.65	716.11	719.11

ตารางที่ 2.13 แสดงค่าใช้จ่าย 7 รายการหลักที่เกิดขึ้นใน 1 รอบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย 1 คน
สำหรับผู้ที่มีการพักแรม

จำแนกตามภาคภูมิภานาของนักท่องเที่ยว

หน่วย : บาท/คน/1 รอบการเดินทาง (1 วัน)

รายการ	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ตะวันออก	ใต้	กรุงเทพฯ	รวม
ค่าที่พัก	1,147.56	679.17	127.38	242.80	819.66	779.24	636.81
ค่าอาหาร	1,979.14	1,306.34	422.04	315.88	771.28	1,237.75	1,040.14
ค่าสินค้าและของที่ระลึก	1,532.84	800.13	328.56	299.55	548.33	1,284.39	808.64
ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง	64.13	82.44	9.77	24.38	16.10	151.97	55.95
ค่าเดินทาง	1,617.74	1,359.72	383.71	375.28	483.46	1,543.54	977.96
ค่าบริการท่องเที่ยว	15.27	44.45	19.41	41.04	37.67	27.79	30.22
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	146.20	315.09	66.91	23.54	114.90	20.49	124.80
ค่าใช้จ่ายรวม	6,502.88	4,934.42	1,357.77	1,322.47	2,791.39	5,045.16	3,740.83

2.3.1.7 การใช้จ่ายเฉพาะการซื้อของฝาก/ของที่ระลึก เมื่อพิจารณาเฉพาะรายการของฝาก/ของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้ซื้อติดมือมาจากการท่องเที่ยว นั้น ๆ พบว่า โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายซื้อสินค้าหลายหลายประเภท เท่าที่พบในการศึกษาครั้งนี้มีถึง 15 รายการ

ตารางที่ 2.14 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสำหรับการซื้อของฝาก/ของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยในรอบการเดินทางสำหรับผู้ไม่มีการพักแรม

จแนกรายภาคภูมิภนาของนักท่องเที่ยว

หน่วย : บาท/คน

รายการ	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ตะวันออก	ใต้	กรุงเทพฯ	รวม
- เครื่องเรือน/เครื่องตกแต่ง สถานที่/เครื่องมือเครื่อง ใช้ในครัวเรือน	99.31	15.48	8.61	32.65	24.45	17.37	34.59
- อัญมณี/เครื่องประดับ	11.35	6.01	5.79	31.50	39.89	7.55	15.79
- เครื่องแต่งกาย	108.09	28.21	39.65	51.00	18.42	3.36	44.61
- สินค้าบริโภค	242.55	58.84	63.04	128.60	57.61	170.05	119.91
- เครื่องสำอาง/เครื่องใช้ ในการเสริมสวย	0.00	8.23	3.38	6.75	29.91	2.52	7.92
- ของเล่น	24.54	2.43	3.46	6.20	0.06	7.55	7.82
- ต้นไม้	4.47	0.33	3.97	0.49	1.53	6.04	2.79
- เครื่องใช้ไฟฟ้า	0.00	13.56	1.11	10.39	65.87	0.00	13.98
- หนังสือ/ตำรา	1.70	0.20	4.77	0.22	4.66	0.00	2.01
- วัตถุมงคล/พระ	0.00	1.27	4.93	0.00	17.34	0.00	3.75

ตารางที่ 2.15 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสำหรับการซื้อของฝากของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยในรอบการเดินทาง
ทางดำหรับผู้มีการพักผ่อน จำแนกรายภาคภูมิอำนาจของนักท่องเที่ยว

หน่วย : บาท/คน

รายการ	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ตะวันออก	ใต้	กรุงเทพฯ	รวม
- เครื่องเรือน/เครื่องตกแต่ง สถานที่/เครื่องมือเครื่อง ใช้ในครัวเรือน	164.53	72.02	10.74	25.22	80.14	155.64	83.89
- อัญมณี/เครื่องประดับ	63.85	46.00	30.90	39.04	124.09	146.21	70.25
- เครื่องแต่งกาย	366.80	139.10	85.91	70.91	100.06	115.50	155.07
- สินค้าบริโภค	659.76	267.38	148.93	145.16	183.44	760.76	356.51
- เครื่องสำอาง/เครื่องใช้ ในการเสริมสวย	124.56	20.13	6.97	7.64	18.08	28.21	37.08
- ของเล่น	68.61	12.10	8.62	5.20	24.02	23.77	24.08
- ต้นไม้	13.70	4.68	0.86	2.32	7.75	1.19	5.38
- เครื่องใช้ไฟฟ้า	63.82	5.88	27.96	3.59	6.99	48.34	26.93
- หนังสือ/ตำรา	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.07
- วัตถุมงคล/พระ	0.00	4.53	7.67	0.00	3.84	4.75	3.54
- ไปสการ์ด	0.00	0.00	0.00	0.00	0.05	0.00	0.01
- เทปเพลง	1.88	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.37
- สมุนไพร	5.33	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.05
- ประดับยนต์	0.00	0.00	0.00	0.00	0.19	0.00	0.0.

2.3.1.8 ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยว สำหรับการสอบถามถึงปัญหาและอุปสรรคที่นักท่องเที่ยวชาวไทยประสบในการท่องเที่ยวในรอบปี 2542 มากที่สุด 5 อันดับแรก พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกว่าครึ่ง (ร้อยละ 55.25) คิดว่าตนเองไม่ประสบปัญหาใด ๆ เลย เมื่อพิจารณาโดยรวม ปัญหาและอุปสรรคที่นักท่องเที่ยวพบทั้งที่เป็นปัญหาอันดับที่ 1, 2, 3, 4 หรือ 5 ก็ตาม พบว่าเป็นปัญหาในเรื่องราคาค่าอาหารแพง สุขภาพห้องอาบน้ำ เส้นทาง/สภาพภูมิประเทศ/ภูมิอากาศ ที่จอครด และค่าที่พักมีราคาแพง เป็นปัญหา 5 สิ่งแรกที่นักท่องเที่ยวคิดว่าเป็นปัญหาในการท่องเที่ยว

1) ปัญหาเรื่องราคาค่าอาหาร เส้นทาง/สภาพภูมิประเทศ/ภูมิอากาศ และปัญหาเรื่องที่จอครด เป็นปัญหาที่นักท่องเที่ยวลงคะแนนความคิดเห็นให้เป็นปัญหาใหญ่ที่สุดในการท่องเที่ยว เป็นปัญหาอันดับที่ 1

2) ปัญหาเรื่องราคาค่าอาหาร, สุขภาพห้องน้ำ และค่าที่พัก เป็นปัญหาที่นักท่องเที่ยวลงคะแนนความคิดเห็นให้เป็นปัญหาใหญ่ลำดับรองลงมาในการท่องเที่ยว เป็นปัญหาอันดับที่ 2

3) ปัญหาสุขภาพห้องน้ำ ราคาค่าอาหาร และค่าที่พัก เป็นปัญหาที่นักท่องเที่ยวลงคะแนนความคิดเห็นให้เป็นปัญหาใหญ่ลำดับที่ 3 ในการท่องเที่ยว เป็นปัญหาอันดับที่ 3

4) ปัญหาสุขภาพห้องน้ำ เส้นทาง/สภาพภูมิประเทศ/ภูมิอากาศและป้ายบอกเส้นทาง ไปยังแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัญหาที่นักท่องเที่ยวลงคะแนนความคิดเห็นให้เป็นปัญหาใหญ่ลำดับที่ 4 ในการท่องเที่ยว เป็นปัญหาอันดับที่ 4

5) ปัญหาเรื่องค่าบัตรผ่านประตู/ค่าเข้าชมในบางสถานที่ท่องเที่ยวสูงเกินไป เส้นทาง/สภาพภูมิประเทศ/ภูมิอากาศ และป้ายบอกเส้นทาง ไปยังแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัญหาที่นักท่องเที่ยวลงคะแนนความคิดเห็นให้เป็นปัญหาใหญ่ลำดับที่ 5 ในการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.16 แสดงค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามปัญหาและอุปสรรคที่พบ ในการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยรวม

รายการ	ร้อยละ
ราคาค่าอาหาร (ค่าอาหารแพง)	15.99
สุขา/ห้องอาบน้ำ	14.20
เส้นทาง/สภาพภูมิประเทศ/ภูมิอากาศ	11.69
ที่จอดรถ	7.41
ค่าที่พักแพง	6.73
ค่าพาหนะแพง (รถเช่า, รถรับจ้าง)	5.92
ป้ายบอกเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	4.60
ค่าบริการผ่านประตู/ค่าเข้าชมแพงเกินไป	3.87
โทรศัพท์	3.73
สถานที่พักไม่สะอาด/สบาย/หายาก	3.53
อื่น ๆ	22.33
รวม	100

ตารางที่ 2.17 แสดงค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1

รายการ	ร้อยละ
ไม่มีปัญหา	55.50
ราคาค่าอาหาร (ค่าอาหารแพง)	10.68
เส้นทาง/สภาพภูมิประเทศ/ภูมิอากาศ ที่จอดรถ	1.00
สุขา/ห้องอาบน้ำ	5.68
ค่าที่พักแพง	5.40
ค่าพาหนะแพง (รถเช่า, รถรับจ้าง)	2.65
โทรศัพท์	2.44
บริการข้อมูลข่าวสาร/ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	1.27
เครื่องหมายจราจรบนท้องถนน	0.90
ร้านอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย	0.81
ป้ายบอกเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	0.71
สถานที่พักไม่สะอาดสบาย /หายาก	0.70
ค่าบัตรผ่านประตู/ค่าเข้าชมแพงเกินไป	0.59
การดื่มคูนักท่องเที่ยว / โจรผู้ร้าย	0.58
อริยาศยของเจ้าของพื้นที่	0.49
สถานบริการน้ำมัน	0.40
ธนาคาร/ตู้ ATM	0.35
บริการนำเที่ยว / มัคคุเทศก์ / ผู้นำทาง	0.23
โทรศัพท์	0.22
ร้านอาหารเฉพาะ เช่น มุสลิม มังสะวิรัติ	0.20
สถานบันเทิงกลางคืน	0.11
ไฟฟ้า	0.05
รวม	100

2.3.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศครั้งล่าสุดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ศึกษาถึงวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางและกิจกรรมที่กระทำ ประเภทของผู้ร่วมเดินทาง รูปแบบการเดินทางและพักแรม พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ของฝากและสินค้าที่ระลึก

2.3.2.1 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง การพิจารณาถึงแบบแผนในการเดินทาง พิจารณาถึงวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง กิจกรรมหลักและกิจกรรมรองที่กระทำ และผู้ร่วมเดินทาง จากการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางภายในประเทศในรอบปี 2542 มีความหลากหลาย นักท่องเที่ยวกว่าครึ่ง คือ ร้อยละ 58.01 มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว/พักผ่อน รองลงมาคือ การไปเยี่ยมชมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน (ร้อยละ 20.29) และร่วมงานเทศกาล/ศาสนพิธี/นมัสการศาสนสถาน (ร้อยละ 11.36) ตามลำดับ ในขณะที่วัตถุประสงค์หลักอื่น ๆ มีสัดส่วนรวมเพียงร้อยละ 10.34 เท่านั้น

ตารางที่ 2.18 ร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง

รายการ	ร้อยละ
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	58.01
เยี่ยมชมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน	20.29
ร่วมงานเทศกาล/ศาสนพิธี/นมัสการศาสนสถาน	11.36
ประกอบธุรกิจ/ติดต่องาน/ขายสินค้า (กิจการส่วนตัว)	3.06
ทัศนศึกษา	3.04
ประชุม/สัมมนา	1.52
ซื้อสินค้า/ของใช้ (Shopping)	0.86
ปฏิบัติงาน/ปฏิบัติราชการ (เป็น จนท. หน่วยงาน)	0.62
สมัครงาน/หางานทำ/สอบ/สมัครสอบ	0.38
ร่วมงานมงคลสมรส/งานศพ/งานรับปริญญาบัตร	0.23
เช่าค่านักเรียน/เก็บค่านักกีฬา/เข้าร่วมกิจกรรมลูกเสือชาวบ้าน/รับน้อง	0.17
พบแพทย์	0.16
รับวุฒิบัตรการศึกษา/รับปริญญาบัตร	0.13
ทำธุระส่วนตัว	0.09
ไปแจกของผู้ประสบภัย/งานสังคมสงเคราะห์	0.06
รับ-ส่งบุตรหลานมาเรียนหนังสือ/ส่งเพื่อน ไปทำงาน/พาบุตรหลานไปแข่งขันกีฬา	0.03
รวม	100

กิจกรรมหลักหมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวควรกระทำเป็นหลักในการท่องเที่ยวในรอบการเดินทางนั้นๆ ซึ่งโดยปกติกิจกรรมหลักดังกล่าวก็จะแปรตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง

กิจกรรมรอง หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวควรกระทำที่นอกเหนือจากกิจกรรมที่กระทำตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ทั้งนี้ได้ศึกษาเปิดถึงกิจกรรมรอง 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวได้กระทำ (ถ้ามี) นอกจากนั้นยังได้ศึกษาจำแนกไปถึงกิจกรรมที่กระทำที่เข้าข่ายเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงผจญภัยอีกด้วย

จากข้างต้นที่พบว่านักท่องเที่ยว ชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางคือ การท่องเที่ยว/พักผ่อน ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมหลักที่กระทำก็พบว่าสอดคล้องกัน กล่าวคือ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กระทำ ได้แก่ ชมทิวทัศน์/นั่งเล่น พักผ่อนในที่พัก/บ้านญาติ ไม่ได้ทำอะไร และทำบุญ/นมัสการศาสนสถาน คือประมาณร้อยละ 28.71 ร้อยละ 20.24 และร้อยละ 15.13 ตามลำดับ

สำหรับในส่วนของกิจกรรมที่กระทำนอกเหนือจากกิจกรรมหลัก (กิจกรรมรอง) มีผู้ที่ชี้ชัดลงไปว่าคนไม่ว่ามีกิจกรรมอื่นใดนอกเหนือไปจากกิจกรรมหลักนั้น ๆ ประมาณร้อยละ 7.61 ในขณะที่การชมทิวทัศน์/นั่งเล่นพักผ่อนในที่พัก/บ้านญาติ (ไม่ได้ทำอะไร) และซื้อสินค้าของที่ระลึก เป็นกิจกรรมรองลำดับที่ 1 ที่นักท่องเที่ยวปฏิบัติมากที่สุด (ร้อยละ 29.51 ร้อยละ 10.46 และร้อยละ 9.52 ตามลำดับ) ส่วนกิจกรรมเชิงนิเวศที่ถูกปฏิบัติมากที่สุด คือ การศึกษาธรรมชาติ การเที่ยวถ้ำ/น้ำตก และการบันทึกภาพ/เสียง ตามลำดับ

ตารางที่ 2.19 แสดงค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามกิจกรรมหลักที่กระทำ
ในการท่องเที่ยว

รายการ	ร้อยละ
ชมทิวทัศน์/นั่งเล่น	27.7077
พักผ่อนในที่พัก/บ้านญาติ (ไม่ได้ทำอะไร)	20.2347
ทำบุญ/นมัสการศาสนสถาน	15.1258
ติดต่องาน/ทำงาน/ประชุม	5.4558
ศึกษารวมชาติ*	3.8696
เที่ยวถ้ำ/น้ำตก*	3.6843
ทัศนศึกษา/ร่วมกิจกรรมเพื่อการศึกษา/เข้าค่าย	3.0798
ชมความงาม ความเก่าแก่ของแหล่งประวัติศาสตร์***	2.9332
ชื่นชมความงามศิลปกรรมและวัฒนธรรม***	2.4753
ซื้อสินค้า/ของที่ระลึก	2.1601
ร่วมกิจกรรม/เรียนรู้พฤติกรรมของผู้คน***	1.5888
เดินป่า*	1.2888
ล่องแพ/ล่องแก่ง****	1.2225
ค่าน้ำดูปะการัง*	0.9271
ศึกษาประวัติ ความเป็นมาของแหล่งโบราณคดี/ประวัติศาสตร์ขข***	0.9203
ซื้อของใช้ตามศูนย์การค้า/แหล่งรวมสินค้า	0.7502
เล่นน้ำทะเล	0.7128
ส่องสัตว์/ดูนก*	0.6575
ตั้งแคมป์*	0.5861
เยี่ยมชมญาติ/บุตรหลาน	0.5764
เดินเล่นตามศูนย์การค้า/ตลาด (เช่น ตลาดนัดจตุจักร)	0.3824
ตกปลา****	0.2939
บันทึกภาพ/เสียง	0.2484
ร่วมงานบวช	0.1873
ปิ่น/ไต่เขา	0.1702
รับยา/พบแพทย์	0.1587
สอบ/สมัครสอบ	0.1526
ศึกษาเรียนรู้การผลิตของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมือง***	0.1436
รับวุฒิบัตรการศึกษา/รับปริญญา	0.1201
ทำธุระส่วนตัวกับหน่วยงานราชการ(โอนรถ)	0.1199
ศึกษาท้องฟ้า/ดูดาว**	0.1177

ตารางที่ 2.19 (ต่อ)

รายการ	ร้อยละ
ร่วมงานศพ/งานทำบุญบ้านใหม่	0.1124
ซื้อจักรยานท่องเที่ยว****	0.1011
สังสรรค์/กินเหล้า	0.0860
เยี่ยมญาติป่วย	0.0820
ร่วมงานรับปริญญา	0.0750
ส่งบุตรหลานไปเรียน/ส่งเพื่อนไปทำงาน	0.0728
ไปร่วมงานฉลองสมรส	0.0618
ซื้อสินค้ามาขาย	0.0572
พาบุตรหลานไปเล่นเครื่องเล่นต่าง ๆ (ในสวนสนุก)	0.0500
รับประทานอาหาร Fast Food	0.0449
บวชชี	0.0445
ชมการแสดงของสัตว์ต่าง ๆ	0.0375
พัฒนาพื้นที่/ออกค่ายพัฒนาชุมชน	0.0314
พายเรือ/กระดานโต้ลม	0.0211
ปฏิบัติธรรม	0.0206
นั่งรถยนต์ชมทิวทัศน์	0.0206
ชมบั้งไฟพญานาค	0.0206
ร่วมแข่งขันแรลลี่	0.0206
สมัครงาน	0.0123
เล่นเครื่องเล่นในสวนสนุก	0.0089
ชมภาพยนตร์	0.0074
แก๊บน	0.0070
เที่ยวสถานบันเทิงกลางคืน	0.0052
นั่งเรือหางยาวชมทิวทัศน์	0.0037
ชมงานแห่งมังกรนครสวรรค์	0.0037

หมายเหตุ

- * หมายถึง จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ในแหล่งธรรมชาติ
- ** หมายถึง จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์
- *** หมายถึง จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ส่วนกิจกรรมทางประวัติศาสตร์-วัฒนธรรม
- **** หมายถึง จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย

ตารางที่ 2.20 แสดงค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามกิจกรรมรองลำดับที่ 1

รายการ	ร้อยละ
ชมทิวทัศน์/นั่งเล่น	29.5096
พักผ่อนในที่พัก/บ้านญาติ (ไม่ได้ทำอะไร)	10.4625
ซื้อสินค้าของที่ระลึก	9.5151
ไม่มีกิจกรรมรอง	7.6075
ศึกษาธรรมชาติ	6.9636
ทำบุญ/นมัสการศาสนสถาน	5.5012
เที่ยวถ้ำ/น้ำตก*	4.4846
ทัศนศึกษา/ร่วมกิจกรรมเพื่อการศึกษา/เข้าค่าย	1.7135
ชมความงาม ความเก่าแก่ของแหล่งประวัติศาสตร์***	5.3771
ชื่นชมความงามศิลปกรรมและวัฒนธรรม***	2.8418
ร่วมกิจกรรม/เรียนรู้พฤติกรรมของผู้คน***	1.7147
เดินป่า*	1.1617
ล่องแพ/ล่องแก่ง***	0.3535
ดำน้ำดูปะการัง*	0.6364
ศึกษาประวัติ ความเป็นมาของแหล่งโบราณคดี/ประวัติศาสตร์ฯ***	1.8073
ซื้อของใช้ตามศูนย์การค้า/แหล่งรวมสินค้า	0.1159
เล่นน้ำทะเล	1.0414
ส่องสัตว์/ดูนก*	0.6829
ตั้งแคมป์*	0.4214
เยี่ยมชมวัด/บุตธสถาน	0.0644
เดินเล่นตามศูนย์การค้า/ตลาด (เช่น ตลาดนัดจตุจักร)	0.3813
ตกปลา***	0.6514
บันทึกภาพ/เสียง	3.2253
ติดต่อทำงานประชุม	0.5334
ปิ่น/ไต่เขา***	0.0465
ขี่จักรยานท่องเที่ยว***	0.4302
สังสรรค์/กินเหล้า	0.2592
รับประทานอาหาร	0.1998
ศึกษาเรียนรู้การผลิตของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมือง***	1.3911
ศึกษาท้องฟ้า/ดูดาว**	0.3050
พายเรือ/กระดานโต้ลม***	0.1851
นั่งรถยนต์ชมทิวทัศน์	0.0723

ตารางที่ 2.20 (ต่อ)

รายการ	ร้อยละ
เที่ยวสถานบันเทิงกลางคืน	0.0920
นั่งรถยนต์ชมทิวทัศน์	0.0723
ขี่ม้า/นั่งช้าง***	0.0512
ปีน/ไต่เขา****	0.0465
รับประทานอาหาร Fast Food	0.0259
ไปร่วมงานฉลองสมรส	0.0206
ชมการแสดงของสัตว์ต่าง ๆ	0.0206
นั่งรถม้าชมทิวทัศน์	0.0070
พัฒนาพื้นที่/ออกค่ายพัฒนาชุมชน	0.0037
กระโดดหอ/ชมค่ายทหาร	0.0037
เล่นเครื่องเล่นในสวนสนุก	0.0037
รวม	100

หมายเหตุ

- * หมายถึง จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ในแหล่งธรรมชาติ
- ** หมายถึง จัดเป็นการท่องเที่ยวกึ่งนิเวศน์
- *** หมายถึง จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์
ในส่วนกิจกรรมทางประวัติศาสตร์-วัฒนธรรม
- ****หมายถึง จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย

2.3.2.2 ประเภทของผู้ร่วมเดินทาง ทั้งนี้ในการเดินทางครั้งล่าสุด นักท่องเที่ยวชาวไทยมีผู้ร่วมเดินทางหรือบุคคลที่ท่องเที่ยวด้วยแตกต่างกันออกไป ได้แก่ ร้อยละ 52.31 ของนักท่องเที่ยวจะเป็นการเดินทางกับครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 29.93 เดินทางเป็นกลุ่มทัวร์/คณะเดินทาง/คณะทำงาน (เดินทางไปทำงานภาคสนาม) ร้อยละ 10.90 เป็นการเดินทางกับเพื่อน/คู่รัก และอันดับสุดท้ายร้อยละ 6.86 เป็นการเดินทางคนเดียว

ตารางที่ 2.21 แสดงค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประเภทของผู้ร่วมเดินทาง

รายการ	ร้อยละ
ครอบครัว/ญาติ	52.31
กลุ่มทัวร์/คณะเดินทาง/คณะทำงาน	29.93
เพื่อน/คู่รัก	10.90
เดินทางคนเดียว	6.86
รวม	100

2.3.2.3 รูปแบบการเดินทางและแบบแผนพักผ่อน แบบแผนการพักผ่อนที่นักท่องเที่ยวใช้บริการในการเดินทางครั้งล่าสุด พบว่ามีนักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 63.67 ที่มีการเดินทางค้างคืน เป็นที่สังเกตว่าในรอบปี 2542 นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมที่จะพักในสถานที่ที่ไม่มีค่าใช้จ่าย (ฟรี) เสียเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ สถานที่พักผ่อนที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมใช้พักผ่อนมากที่สุด ได้แก่ บ้านญาติ/บ้านเพื่อนถึงร้อยละ 58.51 ในขณะที่เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ทได้รับความนิยมน้อยลง ร้อยละ 12.66 และโรงแรมร้อยละ 11.07 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.22 แสดงค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามแบบแผนการพักผ่อน

รายการ	ร้อยละ
การพักผ่อน	
ไม่มีการพักผ่อน (ไม่ค้าง)	3.33
มีการพักผ่อน (ค้างคืน)	63.67
รวม	100
สถานที่พักผ่อน	
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน*	58.51
เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท	12.66
โรงแรม	11.07
วัด/ศาสนสถานต่าง ๆ	4.69
บ้านพักในอุทยานแห่งชาติ	3.18
บ้านพักรับรอง	2.81
กางเต็นท์*	2.63
แพ	2.04
อพาร์ทเมนต์/ห้องเช่า/บ้านเช่า/หอพัก/หอพักเช่ารายวัน	1.15
นอนในรถ*	0.97
ที่พัก/บ้านของตนเอง (หลังที่ 2)*	0.15
สถานศึกษา*	0.06
พักในบ้านชาวบ้านในท้องถิ่น เช่น บ้านชาวเขา*	0.05
นอนริมชายหาด/ริมแม่น้ำ (ไม่กางเต็นท์)*	0.05
รวม	100

2.3.2.4 พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง พาหนะหลักที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทาง จากภูมิลำเนาไปยังสถานที่เป้าหมายพบสัดส่วนใน 11 ประเภท โดยมีการใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางสูงที่สุด คือร้อยละ 47.96 นอกจากนั้น ในบางกรณีสถานที่เป้าหมายที่ต้องการเดินทางไปนั้นอาจไม่สามารถเดินทางไปได้โดยการใช้พาหนะหลักดังกล่าวข้างต้นได้โดยตลอดอาจต้องมีการใช้พาหนะอีกประเภทหนึ่งในการเดินทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่เป้าหมาย อาทิ ใช้รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 48.14 รถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 16.44 และรถยนต์เช่า/รถตู้เช่า ร้อยละ 16.43 เป็นต้น นอกจากนั้นยังพบอีกว่ามีส่วนหนึ่งที่ใช้หรือขอยืมพาหนะของญาติ/พี่น้องหรือเพื่อนที่มีบ้านพักอาศัยอยู่ในพื้นที่ที่เป็นเป้าหมายในการเดินทางแทน ทั้งนี้ น่าจะเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับสถานที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวผู้นั้นเป็นส่วนใหญ่ด้วย

ตารางที่ 2.23 แสดงค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทาง

รายการ	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	47.96
รถ บ.ข.ส./รถโดยสารประจำทาง	21.84
รถยนต์เช่า/รถตู้เช่า	15.66
รถนำเที่ยว/บริษัททัวร์	8.45
รถจักรยานยนต์ส่วนตัว	2.98
รถไฟ	1.65
รถบริษัท/รถราชการ/รถสมาคม/รถโรงเรียน	1.04
เครื่องบิน	0.39
รถตู้โดยสารประจำทาง	0.02
เรือเช่า (เหมาลำ)	0.01
รถจักรยานยนต์เช่า	0.01
รวม	100

ตารางที่ 2.24 แสดงค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว

รายการ	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	48.14
รถโดยสารประจำทาง	16.44
รถยนต์เช่า/รถตู้เช่า	16.43
รถนำเที่ยว/บริษัททัวร์	7.45
รถจักรยานยนต์ส่วนตัว	4.02

2.3.2.5 ของฝากและสินค้าที่ระลึก รายการของฝากและสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชาวไทยซื้อคิดมีมาจากการท่องเที่ยว มีหลายประเภท ทั้งสินค้าอุปโภค บริโภค เครื่องประดับ เครื่องสำอาง ต้นไม้ รวมถึงสิ่งของเพื่อการบันเทิง โดยสินค้าจำพวกของบริโภค เครื่องแต่งกายและ อัญมณี เครื่องประดับ เป็นสิ่งที่ถูกซื้อมากที่สุด คือร้อยละ 40.70 ร้อยละ 15.19 และร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.25 แสดงค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการฝาก ของฝาก/สินค้าที่ระลึกที่มักซื้อมาจากการท่องเที่ยว

รายการ	ร้อยละ
สินค้าบริโภค	40.70
เครื่องแต่งกาย	15.19
อัญมณี/เครื่องประดับ	10.75
เครื่องเรือน/เครื่องตกแต่งสถานที่/เครื่องมือเครื่องใช้ในครัวเรือน	9.55
ของเล่น	6.15
เครื่องสำอาง/เครื่องใช้ในการเสริมสวย	5.76
ต้นไม้	2.99
เครื่องใช้ไฟฟ้า	2.49
วัตถุมงคล/พระ	2.07
หนังสือ/ตำรา	1.56
สมุนไพร	0.59
เครื่องเขียน	0.57
โปสการ์ด	0.54
ประดับยนต์	0.54
เทพเพลง	0.54
รวม	100

2.4 องค์ประกอบของศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว

การให้บริการข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยว นับเป็นการอำนวยความสะดวกที่สำคัญอย่างหนึ่งแก่นักท่องเที่ยว และยังเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนทางด้านการตลาดของการท่องเที่ยว ซึ่งสินค้าหัตถกรรมของท้องถิ่นต่างๆ เกือบทุกภูมิภาคถือได้ว่าเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง หากได้รับการสนับสนุนให้ข้อมูลก็จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจในแต่ละท้องถิ่นในทางที่ดีขึ้นด้วย

จากโครงการศึกษาแนวทางการจัดตั้งและออกแบบรายละเอียด อาคาร ศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เสนอแนะการจัดตั้งและข้อคำนึงทั่วไปในการจัดสร้างศูนย์เพื่อให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ดังต่อไปนี้คือ

1. การเลือกสถานที่ตั้งศูนย์ฯ ควรจะต้องอยู่ในบริเวณที่มีการสัญจรมากพอสมควรและควรเป็นพื้นที่ที่มีความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวตลอดเวลา
2. ศูนย์ให้บริการข่าวสารท่องเที่ยว ควรจะมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน
3. ศูนย์ให้บริการข่าวสารท่องเที่ยว ควรจะมีอุปกรณ์ในการให้บริการข่าวสารที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเป็นที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน
4. ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญ ควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างถาวร เช่น ป้ายแสดงที่ถาวร, สิ่งพิมพ์ หรือสื่อต่างๆ เช่น วิทยุทัศน์ เพื่อสร้างความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวในการใช้บริการนี้
5. ศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวควรมีถึงอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ที่สามารถบริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น โทรศัพท์ โทรสาร ห้องน้ำ ชาย หญิง ที่นั่งพักคอย เป็นต้น
6. บุคลากร หรือเจ้าหน้าที่ควรมีความรู้และความเข้าใจกับการให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง

2.4.1 องค์ประกอบพื้นที่ใช้สอยที่สำคัญของศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว มีอยู่ 3 ส่วน คือ

2.4.1.1. ส่วนให้บริการข่าวสาร องค์ประกอบนี้จัดเป็นส่วนที่มีความสำคัญมากที่สุด ลักษณะของพื้นที่ใช้สอยจะสัมพันธ์กับวิธีการที่ให้บริการข่าวสารเป็นส่วนสำคัญ กล่าวคือ

วิธีการให้ข่าวสารโดยบุคคล อาจจะโดยที่นักท่องเที่ยวเข้ามาติดต่อภายในศูนย์ให้บริการข่าวสาร หรือ สอบถามอยู่ภายนอก จะประกอบด้วยเคาน์เตอร์ติดต่อสอบถาม และให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ชั้นวางหรือใส่เอกสารข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว บอร์ดข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

วิธีการให้ข่าวสารโดยอัตโนมัติ เป็นวิธีการให้ข่าวสารที่สะดวก รวดเร็ว และให้บริการได้ตลอดเวลา ข้อมูลที่ได้รับเป็นข้อมูลที่จับและกระชับอุปกรณ์ที่ใช้จะ ประกอบด้วย เครื่องให้ข่าวสารอัตโนมัติ คอมพิวเตอร์ระบบจอสัมผัส (TOUCH SCREEN)

ตารางที่ 2.26 แสดงขนาดมาตรฐานส่วนให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว

องค์ประกอบ	จำนวนคน	ขนาด	พื้นที่(ตารางเมตร)
1.เคาน์เตอร์ติดต่อสอบถาม	1	1.20 x 1.20	1.44
แบบ WALK - IN	1	1.20x1.20	1.44
แบบ WALK - UP	1	0.90x0.90	0.81
2. หิ้งหรือชั้นใส่เอกสาร			
ชั้นวางพื้น 2 ข้าง	-	1.20x2.50	3.00
ชั้นวางพื้นติดผนัง	-	0.60x2.50	15.0
ชั้นวางตั้งบนโต๊ะ	-	0.60x0.60	0.36
3. บอร์ดประกาศข่าวสาร	-	1.20x0.90	1.08

2.4.1.2. ส่วนสำนักงานเจ้าหน้าที่ เป็นองค์ประกอบเสริมการให้บริการข่าวสาร การท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย พื้นที่ปฏิบัติงาน พื้นที่เก็บเอกสารและเก็บของใช้สำนักงาน พื้นที่ ห้องน้ำ สำหรับเจ้าหน้าที่ และพื้นที่เตรียมอาหารและเครื่องดื่ม

ตารางที่ 2.27 แสดงขนาดมาตรฐานส่วนสำนักงานเจ้าหน้าที่

องค์ประกอบ	จำนวนคน	ขนาด	พื้นที่ตารางเมตร
1. พื้นที่ปฏิบัติงาน -เจ้าหน้าที่ทั่วไป	1	3.00x1.80	5.40
-เจ้าหน้าที่บริหาร	1		6.45
2. พื้นที่เตรียมอาหารว่างเครื่องดื่ม	-	3.00x2.15	
3. พื้นที่ประชุมภายใน			
โต๊ะกลุ่ม	1		12.57
โต๊ะสี่เหลี่ยมจตุรัส	1	3.00x3.30	10.89
4. พื้นที่เก็บของ			
ลิ้นชักเกอร์	1	0.60x0.90	0.54
เก็บของสำนักงาน		10%	
สัญจรและบริการ		30%	VARIES

2.4.1.3. ส่วนให้บริการนักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบให้บริการของศูนย์ฯ เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างครบวงจรสมบูรณ์แบบประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ คือพื้นที่พักผ่อน พื้นที่ขายของที่ระลึก พื้นที่ห้องน้ำ พื้นที่ห้องบรรยายพื้นที่รับฝากสิ่งของ และพื้นที่จอดรถ

ตารางที่ 2.28 แสดงขนาดพื้นที่ใช้สอยส่วนให้บริการนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบ	จำนวนคน	ขนาด	พื้นที่ตารางเมตร
1 พื้นที่พักผ่อน	1	1	
2. พื้นที่ขายของที่ระลึก			
3. พื้นที่ห้องบรรยาย	1		
4. ห้องน้ำ	1		
5. พื้นที่รับฝากสิ่งของ		0.30x0.30	0.9
6. พื้นที่จอดรถ			
รถบัส	1	3x12	36
รถตู้	1	2.5x6	15
รถเก๋ง	1	2.5x6	15
รถจักรยานยนต์	1	1.5x2.5	3.75
รถจักรยาน	1	1x2	2
7. พื้นที่สัญจรและบริการ		30 %	

2.4.2. รูปแบบและขนาดของศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว

แนวทางปฏิบัติในการจัดตั้งศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว จากการศึกษา และสรุปผลการศึกษา โครงการศึกษาแนวทางการจัดตั้งศูนย์ได้เสนอรูปแบบและขนาดของศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวไว้ 5 ลักษณะที่มีความเหมาะสมและสามารถปรับประยุกต์ใช้ได้กับทุกพื้นที่ทั้งนี้เพื่อให้มีความเหมาะสมในการจัดตั้งศูนย์ลักษณะต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างกันจึงได้กำหนดคุณลักษณะเพื่อใช้ในการพิจารณาหน่วยงานที่มีความต้องการเป็นตัวแทนศูนย์ฯ โดยสรุปเป็นข้อกำหนดของศูนย์แต่ละประเภทดังนี้

2.4.2.1. ศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ (LARGE WALK – IN TOURIST INFORMATION CENTER) รูปแบบการบริการ กิจกรรม และวิธีการให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับศูนย์ขนาดใหญ่นี้สามารถสรุปจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบจากหน่วยงานการท่องเที่ยวในประเทศไทยในต่างประเทศ และครอบครัวของนักท่องเที่ยว

ที่ตั้งศูนย์ ฯ จะต้องอยู่ในเมืองบนถนนสายหลักใกล้ทางการขนส่ง โดยสารต่าง ๆ เช่น จุฬจจรด โดยสารทางเรือหรือสายการบิน โดยอยู่ในบริเวณที่นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อสอบถามได้สะดวก

จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการจะต้องไม่ต่ำกว่า 60 คนต่อวันขึ้นไป (พนักงาน 1 คน) สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ 32 คน / วัน โดยการประมาณจากข้อมูลจากแบบสอบถามว่านักท่องเที่ยว 1 คนใช้เวลาในการติดต่อซักถาม 5 นาที ทั้งนี้ให้มีความเพียงพอในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวตามพื้นที่ต่าง ๆ ได้ โดยคำนวณเพิ่มขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยวตามสัดส่วน 1 / 32) เช่น หากพื้นที่บริการนั้นมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการมากถึง 96 คน / วัน แล้วต้องเพิ่มบุคลากรอีก 1 คน บุคลากรต้องสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้หรือภาษาอื่นได้ มีบุคลิกภาพที่ดี

อุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้การให้บริการมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีโทรศัพท์ โทรสาร คอมพิวเตอร์ เครื่องฉายสไลด์สิ่งอำนวยความสะดวกจำเป็นต้องมีห้องสุขาไว้บริการ มีพื้นที่ขายของที่ระลึกที่จจรด และมีพื้นที่นั่งพักสำหรับวางแผนการเดินทางและมีพื้นที่จำหน่ายอาหารว่างและเครื่องดื่ม บอร์ดคิดประกาศ และโทรศัพท์สาธารณะ รูปแบบการบริการประเภทข้อมูล จะต้องต้องมีข้อมูลและครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้ แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร เส้นทางการเดินทางสถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึก สภาพภูมิอากาศ และรายละเอียดการนำเที่ยวต่าง ๆ

ลักษณะการบริการ มีเอกสารตีพิมพ์แจกฟรี ให้สอบถามปัญหาการท่องเที่ยวได้โดยตรงจากเจ้าหน้าที่มีบอร์ดคิดประกาศข้อมูลต่างๆ มีบริการสอบถามทางโทรศัพท์และโทรสาร จดหมาย มีการจัดนิทรรศการให้ความรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสำคัญๆ รูปแบบเอกสารประกอบด้วย แผนที่ แผ่นพับ เอกสารเล่มเล็ก ตารางเวลาเดินทาง รถไฟ สายการบิน และแผ่นใบปลิว ภาษาที่ใช้ในเอกสารจะต้องมีภาษาต่างชาติอย่างน้อย 1 - 2 ภาค นอกเหนือจากภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ทั้งนี้กำหนดได้จากการสังเกตจากหน่วยงานนั้น ๆ เองว่า ภาษาอื่นนอกเหนือจากภาษาไทยและภาษาอังกฤษอีก 2 ภาษา ที่มีนักท่องเที่ยวใช้เป็นจำนวนมาก เพื่อให้สื่อสารได้ดีและเข้าใจมากยิ่งขึ้น

2.4.2.2. ศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวขนาดเล็ก (SMALL WALK - UP TOURIST INFORMATION CENTER) โดยมีรูปแบบ แนวความคิดในการกำหนดคุณสมบัติของศูนย์ ฯ ขนาดเล็ก คือ ที่ตั้งของศูนย์จะต้องตั้งอยู่บนเส้นทางสัญจรหนาแน่น หรือ ทางผ่านที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาก คือ ต้องไม่ต่ำกว่า 47 คน ต่อวัน รูปแบบการบริการและกิจกรรมมีจำนวนบุคลากรมี 1 คนขึ้นไป ซึ่งเจ้าหน้าที่ 1 คน สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ 68 คน / วัน โดยประมาณเวลาจากข้อมูลแบบสอบถามว่านักท่องเที่ยว 1 คน ใช้เวลาซักถามข้อมูลการท่องเที่ยว 7 นาที และสามารถเตรียมจำนวนเจ้าหน้าที่เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่สูงขึ้นได้ตามสัดส่วน

1/68 เช่น หากในพื้นที่นั้นมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงเกินกว่า 68 คน ถึง 136 คน / วัน แล้วจะต้องเพิ่มบุคลากรเพื่อสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง อุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกได้แก่ โทรศัพท์ โทรสาร โทรทัศน์ โดยจัดให้มีพื้นที่ย่อยสำหรับนั่งวางแผนการเดินทาง บอร์ดประกาศ การให้บริการจะให้บริการด้านข้อมูล แหล่งท่องเที่ยว เส้นทางการเดินทาง ที่พัก อาหาร สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึกลักษณะการบริการเป็นคำบอกเล่า, เอกสารตีพิมพ์, แผนที่, เอกสารเล่มเล็ก แผ่นพับ แผ่นปลิว

2.4.2.3. ศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวขนาดเล็กแบบ KIOSK

(AUTOMATION INFORMATION KIOSK) หลักเกณฑ์กำหนดสำหรับศูนย์ฯ ขนาดเล็กแบบ KIOSK มีดังนี้

ที่ตั้งต้องอยู่บนเส้นทางสัญจร แคนซัดและมีรูปแบบสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ รวมถึงมีป้ายบอกชัดเจน มีพื้นที่อย่างน้อย 1 ตารางเมตร จำนวนนักท่องเที่ยวไม่กำหนดจำนวน ไม่มีอุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกลักษณะการบริการเป็นระบบ AUTOMATION TOUCHSCREEN ด้วยคอมพิวเตอร์และสามารถพิมพ์ข้อมูลออกจาก PRINTER ได้เอกสารตีพิมพ์จัดวางไว้บนชั้นวาง และมีบอร์ดติดประกาศขนาดเล็ก เวลาให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

2.4.2.4 ศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวที่เคลื่อนที่ได้ (MOBILE TOURIST INFORMATION) ลักษณะของศูนย์ฯ แบบนี้ เป็นแนวทางนำเสนอโดยได้แนวคิดจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นการให้บริการที่เหมาะสมในเชิงรุก (ACTIVE) และสามารถเข้าถึงได้มากกว่า โดยมีที่ตั้งไม่แน่นอน เคลื่อนที่ไปตามแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญ ๆ อุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกคือรถตู้บริการ ผู้ตั้งชั่วคราว โทรศัพท์ โทรทัศน์ และวีดิทัศน์ โดยมีลักษณะการบริการโดยถาม - ตอบ ให้ข้อมูล แหล่งท่องเที่ยว เอกสารตีพิมพ์ TOUCH SCREEN โดยใช้ระบบเดียวกัน ศูนย์ฯ ประเภทอัตโนมัติ (AUTOMATED INFORMATION KIOSK) และเอกสารที่พิมพ์ออกจาก PRINTER

2.4.2.5 ป้ายข้อมูลการท่องเที่ยวและบอกเส้นทาง (INFORMATION TOURIST DISPLAY) เป็นการสื่อสารความหมายด้วยป้ายบริการข้อมูลในบริเวณนั้น ๆ และสามารถบอกเส้นทางไปยังศูนย์ที่ใกล้เคียงเพื่อให้ความสะดวกมากขึ้นจะต้องอยู่ในเส้นทางสัญจรที่เหมาะสม การจัด การจะมีเพียงผู้ดูแลและบำรุงป้ายเท่านั้น ไม่ต้องอาศัยอุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งเจ้าหน้าที่ แต่จะมีเอกสารให้สามารถหยิบไปได้ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการท่องเที่ยวและติดต่อกับศูนย์ฯ ในละแวกใกล้เคียง

2.5 การจัดนิทรรศการ

เป็รื่อง กุมุท (2526 : 7) ได้อธิบายความหมายของนิทรรศการ ในเชิงพฤติกรรมมนุษย์อย่างกว้างขวาง และชัดเจนว่า นิทรรศการเป็นเครื่องมือสื่อสารที่มีบทบาท และอิทธิพลมากขึ้นทุกขณะ ทั้งด้านการศึกษาวิทยาศาสตร์ ธุรกิจ สังคม การเมือง การอุตสาหกรรม และอื่นๆ นอกจากนี้เป็รื่อง กุมุทยังได้ให้ความหมายของนิทรรศการในทัศนะคติของผู้จัดว่าเป็นวิธีอันทรงประสิทธิภาพ ในการกระตุ้นให้ผู้คนสนใจในวัตถุ และแนวความคิดอ่านเป็นวิธีการที่มักเข้าถึงประชาชน ได้เมื่อวิธีการอื่น ๆ ไม่สามารถทำได้เพราะความหมายในทัศนะของผู้ชมหรือประชาชนนิทรรศการย่อหมายถึงโอกาสของการเห็น การชื่นชม และการเรียนรู้บางอย่างที่เกินปกติวิสัยจะได้มีโอกาสเช่นนั้น เสน่ห์ของนิทรรศการอยู่ที่ความพิเศษ หรือโอกาสที่หายาก หรือจะหามาได้เป็นบางครั้งคราวเท่านั้น

วิฉนะ จูชะวิภาด (2528 : 7) ได้อธิบายความหมายของนิทรรศการในแง่ของการจัดแสดงนิทรรศการว่า นิทรรศการ คือ การให้การศึกษาย่างหนึ่งด้วยการแสดงงานให้ชม อาจจะมีผู้บรรยายให้ฟังหรือไม่ก็ได้ การแสดงอาจจะแสดงนอก หรือในอาคารก็ได้ ซึ่งจะประกอบด้วยของจริง สิ่งจำลอง ภาพถ่าย และแผนภูมิสิ่งของต่าง ๆ ที่จะนำออกมาแสดง แต่ในการจัดเตรียมจะต้องจัดอย่างมีระเบียบเรียบร้อย ง่าย และคำนึงถึงความชัดเจน รวมทั้งก่อให้เกิดความรู้ ช่วยให้ผูู้มีความเข้าใจข้อมูล โดยใช้ข้อความสั้น ๆ อธิบายประกอบ ซึ่งควรจะมีควมน่าดูน่าชมด้วย

ชม ภูมินาค (ม.ป.ป. : 243) อธิบายความหมายในเชิงของนิทรรศการเพื่อการศึกษาว่า หมายถึง การนำเอาทัศนวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวกับการเรียนการสอน เช่น แผนภาพ แผนภูมิ รูปภาพ กราฟ วัสดุสามมิติ ของจริง และของตัวอย่าง เป็นต้น มาจัดแสดงเพื่อเป็นการสื่อสารทางความคิด และความรู้ให้กับบุคคลระดับต่าง ๆ เช่น ครู นักเรียน นักศึกษา ฯลฯ ตามโครงการเรื่องที่วางไว้

สำหรับวัตถุประสงค์ในการจัดนิทรรศการนั้น วิฉนะ จูชะวิภาด (2542 : 5) ได้แสดงความเห็นว่าโดยทั่วไปแล้วสามารถแบ่งวัตถุประสงค์ในการจัดแสดงนิทรรศการออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

- เพื่อการศึกษาในด้านต่าง ๆ แก่กลุ่มประชาชนที่เป็นเป้าหมาย
- เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารเหตุการณ์ต่าง ๆ และประชาสัมพันธ์กิจกรรมของสถาบันให้กลุ่มเป้าหมายรู้

- เพื่อกระตุ้น เร่งเร้ากลุ่มเป้าหมาย ให้ร่วมมือกับสถาบันหรือเปลี่ยนทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสถาบัน ไปในทางที่พึงประสงค์

- เพื่อสร้างความบันเทิงสนุกสนาน ความพึงพอใจ แก่กลุ่มเป้าหมาย

จากคำนิยามความหมายและวัตถุประสงค์ของนิทรรศการในแง่มุมต่าง ๆ ในข้างต้นนั้น จึงสรุปได้ว่า นิทรรศการหมายถึง การวางแผน การถ่ายทอด การเรียนรู้ โดยอาจจะใช้ทัศนวัสดุ เครื่องมือ โสตทัศนศึกษา และกิจกรรมโสตทัศนศึกษา อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือผสมผสานกันอย่งมีระบบ เพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนมุ่งชักจูงความคิด ความสนใจ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ผู้จัดกำหนดไว้ (ธีรศักดิ์ อัครบวร. 2542 : 9)

2.5.1 หลักการในการจัดแสดงนิทรรศการ

จิรา จงกต (2523 : 25) ได้กล่าวถึงปรัชญาการจัดแสดงนิทรรศการของพิพิธภัณฑ์สถานสมัยใหม่ ถือเป็นหลักกว่านิทรรศการจะต้องเร้าหรือส่งเสริมให้เกิดผลในทางสังคม ส่งเสริมทัศนคติที่ดี เกิดความเข้าใจ เห็นคุณค่า เกิดความรู้ตึกนึกคิดจินตนาการที่ชีวิตชีวา เพลิดเพลิน พิพิธภัณฑ์สถานแต่ละประเภทอาจใช้เทคนิคการจัดแสดงที่แตกต่างกัน แต่โดยหลักการพื้นฐานแล้วมีหลักการเดียวกันดังนี้ คือ

1. ความสำคัญของการจัดแสดงนิทรรศการอยู่ที่วัตถุ นิทรรศการของพิพิธภัณฑ์สถานต่างกับนิทรรศการทั่วไปก็คือ ต้องเน้นความสำคัญที่วัตถุ ส่วนคำบรรยายหรือส่วนประกอบอย่างอื่นเป็นเพียงองค์ประกอบที่ช่วยให้วัตถุที่จัดแสดงมีความหมายสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์การจัดแสดง การเน้นที่องค์ประกอบหรือเทคนิคต่าง ๆ จนมากเกินไปนั้น จะทำให้ลดความสำคัญของวัตถุที่จัดแสดง เนื่องจากศิลปวัตถุที่มีความงามในตัว ยังมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องเน้นให้ศิลปวัตถุเด่น องค์ประกอบจะมีเพียงฉากหลัง สีและแสงที่เสริมความงามให้เป็นจุดเด่น และเกิดความประทับใจมากที่สุด

การจัดแสดงนิทรรศการพิพิธภัณฑ์สถาน เป็นการนำวัตถุที่สำคัญออกแสดง ไม่ว่าจะเป็พิพิธภัณฑ์สถานประเภทใด ความสำคัญมากที่สุดอยู่ที่วัตถุ

2. การให้เรื่องราว ความรู้เกี่ยวกับวัตถุที่จัดแสดงนิทรรศการ องค์ประกอบที่จะทำให้อวัตถุมีความหมาย ความสำคัญ จะต้องมีการบรรยายและการจะให้คำบรรยายอย่างไร การใช้เทคนิคอะไรนั้น อยู่ที่ความเหมาะสมและเรื่องที่จัดแสดง พิพิธภัณฑ์สถานประเภทวิทยาศาสตร์ ธรรมชาติวิทยา จะต้องใช้องค์ประกอบ เช่น ตัวหนังสือบรรยาย แผนที่ และอื่น ๆ เพื่อให้เรื่องราวเกี่ยวกับวัตถุที่จัดแสดง

3. การจัดแสดงนิทรรศการวัตถุประสงค์จะต้องมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกัน ให้เรื่องราวขั้นตอนไปตามลำดับ จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ให้ผู้ชมเข้าใจเรื่องราวติดต่อกัน ฉะนั้นในการจัดแสดงจึงต้องมีหัวเรื่องเป็นหัวเรื่องใหญ่ หัวเรื่องย่อย ซึ่งมีความสัมพันธ์ประสานรับกันเป็นลำดับ

4. ให้ความประทับใจ เพลิดเพลิน ความชื่นชม เห็นความสำคัญและคุณค่าของวัตถุ ให้ผู้ชมได้ยอมรับว่าที่พิพิธภัณฑ์สถานได้รวบรวม สงวนรักษา และจัดแสดงนิทรรศการไว้ นั้น มีคุณค่าสูง ควรแก่การคุ้มครองให้คงอยู่ตลอดไป

5. การจัดแสดงนิทรรศการ ต้องถือหลักจัดอย่างง่าย ๆ คือไม่จัดแสดงให้ดูซับซ้อน พิสดาร สับสน แต่จะต้องวางแผนออกแบบให้พอเหมาะพอดี ไม่มากไม่น้อย ถ้าหากจัดกะกะ รก ไม่เป็นระเบียบ หรือดูซับซ้อน จะทำให้ขาดความสำคัญ คนดูจะเบื่อหน่าย ขาดความสนใจ และไม่เกิดความประทับใจ การใช้หลักการจัดอย่างง่าย ๆ แต่คูมีความสำคัญ จะทำให้เกิดความประทับใจ ให้ความรู้ตึกเห็นคุณค่า และไม่เบื่อหน่าย แม้จะเข้าชมอีกหลาย ๆ ครั้ง

6. ให้ความปลอดภัยแก่วัตถุ จะใช้วิธีการหรือเทคนิคใดก็ตาม จะต้องพิจารณาว่า การจัดแสดงนิทรรศการนั้นจะทำให้วัตถุเสียหายหรือไม่ และปลอดภัยจากโจรกรรมหรือไม่ หน้าที่ของพิพิธภัณฑสถานจะต้องคุ้มครองสงวนรักษาวัตถุให้คงอยู่ตลอดไป ไม่ให้เกิดความเสื่อมสภาพเสียหายแตกหัก ไม่ให้ถูกโจรกรรม การจัดแสดงนิทรรศการ จะต้องระมัดระวังเรื่อง อุณหภูมิ ความร้อน ความเย็น ฝุ่นละออง ความชื้น แสงสว่างซึ่งจะทำให้วัตถุเสียหาย เสื่อมสภาพได้ นอกจากนั้น การใช้เทคนิคจัด เช่น ติควัตถุไว้บนผนังตู้ จะต้องระมัดระวังว่าจะใช้วัตถุอะไร ทำอย่างไรวัตถุจึงไม่เสียหาย เช่น ศิลปวัตถุ เป็นงานชิ้นเล็ก ใช้กาวทาติดผนังตู้ก็อาจทำความเสียหายแก่วัตถุ จัดแสดงผ้าใช้เข็มหมุดหรือคลิปโลหะ ก็จะทำให้เกิดเป็นสนิม ผ้าเสียหาย ใช้แสงไฟฟ้จัด ก็อาจจะทำให้ผ้าเสียหาย สีซีด เป็นต้น สิ่งของมีค่าเครื่องเพชรทองซึ่งเป็นของล่อใจการโจรกรรม ในสมัยก่อนการจัดแสดงนิทรรศการจะอยู่ในห้องมั่นคง ห้องลูกกรงเหล็ก ซึ่งไม่น่าสนใจ แต่ในปัจจุบันมีวัสดุอุปกรณ์สมัยใหม่ที่จะจัดทำตู้ใส่ได้อย่างปลอดภัย สวยงาม เช่น ตู้กระจกปลอดภัย กระสุน เป็นต้น และยังมีระบบสัญญาณภัยช่วยอีกด้วย การจัดแสดงนิทรรศการสมัยใหม่จึงสวยงามน่าชม

นอกจากนี้ กชพร หัสดิน (2543 : 1-2) ได้กล่าวถึงแนวคิดและหน้าที่ของการจัดนิทรรศการของพิพิธภัณฑสถานว่า “นิทรรศการ” คือสื่อประเภทหนึ่งที่มีความคล้ายคลึงกับหนังสือ หรือภาพยนตร์ นั่นก็คือการนำผู้ชมไปสู่โลกอีกโลกหนึ่ง ซึ่งมีความแตกต่างไปจากโลกในชีวิตประจำวันหากแต่เป็นโลกแห่งความฝันและจินตนาการที่ผู้ชมแต่ละคนจะสามารถวาดฝันของตนได้อย่างอิสระ พร้อมกับมีการเรียนรู้เนื้อหาทางวิชาการประกอบไปในเวลาเดียวกันด้วย การจัดแสดงที่ดี จะให้ประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกับการได้อ่านหนังสือที่ดี การได้ชมภาพยนตร์ที่สนุกสนาน หรือการได้ไปเที่ยวสวนสนุก จะแตกต่างกันบ้างก็ตรงที่ การเข้าชมนิทรรศการเป็นสิ่งที่ผู้ชมสามารถมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันในสิ่งหนึ่งได้ เป็นการใช้เวลาว่างร่วมกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในสิ่งที่ตนมีความสนใจเป็นการเรียนรู้ด้วย “ความรู้สึกรู้สึก” “ความสนใจ” และด้วย “ความสนุกสนานเพลิดเพลิน” ดังนั้นบทบาทและหน้าที่ของการจัดแสดงนิทรรศการ ในพิพิธภัณฑสถานอาจแบ่งได้ 3 ประการ มีดังนี้ คือ

1. เพื่อจัดแสดงสิ่งของ พิพิธภัณฑที่ปราศจากการจัดแสดงนิทรรศการก็เปรียบเสมือนห้องเก็บของที่หาประโยชน์อันใดมิได้ การจัดแสดงนิทรรศการคือการสร้างสภาพแวดล้อมที่มีลักษณะเป็นสามมิติเพื่อเอื้อต่อการจัดแสดงสิ่งของซึ่งมีลักษณะเป็นสามมิติ จึงเป็นการปรับเปลี่ยนและแปลความหมายจากข้อมูลทางวิชาการให้มีลักษณะเป็นบรรยากาศที่สามารถแตะต้อง และสัมผัสได้ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการจัดแสดง ซึ่งหากเนื้อหาที่จะนำมาจัดแสดงไม่สามารถที่จะปรับให้เป็นสภาพแวดล้อมสามมิติได้ หรือทำได้แต่จำเป็นต้องใช้คำบรรยายประกอบเป็นจำนวนมาก ก็แสดงว่าเรื่องนี้ไม่เหมาะสมต่อการนำมาจัดทำเป็นนิทรรศการ

2. เพื่อเป็นการสื่อสารข้อมูล การสื่อสารจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อ ข้อมูลที่ผู้ชมได้รับ เป็นสิ่งเดียวกันกับข้อมูลที่พหิพริภณัฑ์ต้องการจะนำเสนอ ดังนั้น เพื่อให้เป็นที่ แน่ใจว่าการสื่อสารในนิทรรศการจะเป็นผล พหิพริภณัฑ์ในอเมริกาจะใช้แบบสอบถาม เพื่อประเมิน ความต้องการ และความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อการจัดแสดงในระหว่างขั้นตอนของการออกแบบ การจัดแสดง เพื่อเป็นการรับประกันว่าเมื่อมีการจัดนิทรรศการนั้น ๆ ขึ้น จะมีผู้ชมสนใจที่จะเข้าชม เป็นที่แน่นอน รวมทั้งผู้ชมจะมีความเข้าใจในเนื้อหาที่ทางพหิพริภณัฑ์ต้องการที่จะนำเสนอด้วย

3. เพื่อเป็นการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์ การเรียนรู้ในการจัดแสดงคือ การเรียนรู้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส พหิพริภณัฑ์ในอเมริกาจะให้ความสำคัญต่อสื่อที่นำมาใช้ในการจัดแสดง ซึ่งจะมีหลากหลายและไม่จำกัดอยู่แค่เพียงตาเห็น หรือสื่อ ชนิดใดชนิดหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการสร้างบรรยากาศ และสภาพแวดล้อมห่อหุ้มทั้งหมด สามารถที่จะสัมผัสหรือแตะต้องได้ผ่านประสาทสัมผัสอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างภายใน เวลาเดียวกัน เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ในขณะที่ได้รับความเพลิดเพลินไปในเวลาเดียวกันด้วย

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า หลักการสำคัญในการจัดแสดงนิทรรศการนอกเหนือไป จากการจัดแสดงวัตถุแล้วยังต้องถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับวัตถุแสดงโดยผ่านสื่อที่มีรูปแบบที่ ดอบสนอง และกระตุ้นให้เกิดความเพลิดเพลิน จะสามารถนำไปสู่เป้าประสงค์ที่วางไว้

2.5.2 ประเภทของการจัดแสดงนิทรรศการ

การจัดแสดงนิทรรศการอาจแบ่งแยกได้ 3 ประเภทตามลักษณะการจัดแสดง ได้แก่

2.5.2.1 การจัดแสดงนิทรรศการถาวร เป็นการจัดแบบตายตัวแน่นอน สำหรับ ห้องทั่วไปของพหิพริภณัฑ์ เป็นการจัดแสดงหลักประจำสถานที่นั้น ๆ จึงจัดทำอย่างเต็มที่สมบูรณ์ และสวยงาม ใช้วัสดุดี ราคาแพง มีความประณีตเป็นพิเศษ เนื่องจากการจัดที่ยาวนานประมาณ 5-10 ปีหรือนานกว่านี้ตามความเหมาะสมและจำเป็นจึงจะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสักครั้งหนึ่ง

2.5.2.2 การจัดแสดงนิทรรศการกึ่งถาวร เป็นการจัดแสดงแบบหมุนเวียนหรือ เหยแพร่ หรือกระตุ้นเกิดบรรยากาศทางสร้างสรรค์ความรู้ เป็นเทคนิคทางการจัดแสดงที่ทำให้เกิด ความสด ความใหม่อยู่เสมอ เป็นที่สนใจของประชาชน การจัดโดยทั่วไปคล้ายกับการจัดแสดง แบบถาวร แต่มีระยะเวลาสั้นกว่า คือ จัดแสดงเป็นเวลาเพียง 1-2 ปี หรืออาจจะสั้นหรือยาวกว่านี้ เล็กน้อยก็ได้

2.5.2.3 การจัดแสดงนิทรรศการชั่วคราว เป็นการจัดแสดงที่ใช้ระยะเวลาสั้น ๆ เช่น 15 วัน หรือ 30 วัน หรือ 2-3 เดือน หรือนานกว่านี้เล็กน้อยก็ได้ วิธีการจัดจึงต้องให้เหมาะสมทั้งในแง่งบประมาณ ความประณีตสวยงาม และผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

2.5.3 สื่อในการจัดแสดง

สื่อที่ใช้ในการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์สถาน มีความหลากหลายตามความเจริญของกิจกรรมมนุษย์ การนำเสนอขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายของการจัดแสดง ได้แก่

2.5.3.1 การใช้วัตถุ คือการนำวัตถุ หรือสิ่งของที่มีความสำคัญมาเป็นสื่อในการจัดแสดง ได้แก่

- วัตถุจริง (ORIGINAL ART OBJECT)
- วัตถุทำเลียนแบบวัตถุจริง (ART OBJECT IMITATION)
- หุ่นจำลอง (MODEL)
- ของเลียนแบบ (MOCK-UP REPICA)
- ตัวอย่าง (SAMPLE)

ตารางที่ 2.29 แสดงข้อดีและข้อเสียของการใช้สื่อที่เป็นวัตถุในการจัดแสดง

การใช้วัตถุ	ข้อดี	ข้อเสีย
วัตถุจริง	ประจักษ์ชัดและรับรู้ถึงคุณค่าได้โดยตรง	วัตถุจริงบางชิ้นไม่สามารถนำมาจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ได้เนื่องจากมีขนาดใหญ่เกินไป หรือเป็นส่วนหนึ่งของงานสถาปัตยกรรม หรือเป็นสมบัติของท้องถิ่น เป็นต้น
วัตถุทำเลียนแบบวัตถุจริง	ใช้แก้ปัญหาในกรณีที่วัตถุจริงเป็นส่วนหนึ่งของงานสถาปัตยกรรม หรือเป็นสมบัติของท้องถิ่น โดยการถอดพิมพ์หรือทำขึ้นใหม่	
หุ่นจำลอง	ใช้แก้ปัญหาในกรณีที่วัตถุจริงมีขนาดใหญ่เกินไป โดยย่อขนาดลงตามอัตราส่วน	
ของเลียนแบบ	ใช้แก้ปัญหาในกรณีที่ไม่ต้องการความละเอียดเที่ยงตรงของวัตถุมาก และสามารถจับต้องสัมผัสได้	
ตัวอย่าง	เป็นการนำตัวอย่างวัตถุบางส่วนมาจัดแสดง (ไม่ต้องนำมาทั้งหมด)	

2.5.3.2 **อัตรทัศน์ (DIORAMA)** เป็นสื่อในการจัดแสดงโดยการนำวัตถุ หรือหุ่นจำลองขนาดเล็กมาประกอบกับฉากหลัง เพื่อใช้จำลองให้เห็นบรรยากาศโดยมีความลึก มีธรรมชาติใกล้เคียงความจริงมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ การจัดแสดงอาจมีขนาดเล็กได้แก่จัดแสดงภายในตู้ ไปจนมีขนาดใหญ่ จัดแสดงเป็นห้องได้ บางครั้งอาจใช้เทคนิค กลไก เช่น การใช้แสง สี เสียง ร่วมในการจัดแสดงได้ด้วย

2.5.3.3 **คำบรรยายประกอบวัตถุ** เป็นการใช้คำบรรยายประกอบวัตถุเพื่อความเข้าใจของผู้ชม การใช้คำบรรยายส่วนใหญ่เป็นคำบรรยายสั้นสลับกับภาพประกอบหรือสื่ออื่น ๆ เนื่องจากการมีคำบรรยายจำนวนมาก จะทำให้ผู้ชมต้องใช้เวลาในการอ่านมาก และเกิดความเหนื่อยล้าได้เร็ว ทำให้ขาดความน่าสนใจ ดังนั้นคำบรรยายประกอบวัตถุ ควรใช้ด้วยขนาดและจำนวนที่เหมาะสม

2.5.3.4 **แผ่นข้อมูล (BOARD,PANEL)** มีลักษณะเป็นแผ่นระนาบ 2 มิติ ให้ข้อมูลโดยการอ่านคำบรรยาย การดูภาพประกอบ หรือการสัมผัสพื้นผิว การจัดแสดงอาจใช้ติดผนังหรือประกอบเป็นรูปทรงลอยตัว แผ่นข้อมูลมีหลายประเภท ดังตารางที่ 2.30

ตารางที่ 2.30 แสดงประเภทของแผ่นข้อมูล

แผ่นข้อมูล	ลักษณะ
บอร์ดทั่วไป	ใช้แสดงข้อมูล 2 มิติโดยทั่วไป ประกอบด้วยคำบรรยายและภาพประกอบ
ภาพโปร่งแสง	ใช้แสดงภาพที่ต้องการความเด่นชัด โดยนำภาพถ่ายจัดลงบนวัสดุโปร่งแสง และใช้แสงส่องด้านหลัง
ภาพ (IMAGE)	เป็นภาพที่สร้างขึ้นในกรณีที่ไม่สามารถจัดหาภาพได้ โดยการเขียนเป็นภาพวาด ภาพร่าง ภาพพิมพ์ เป็นต้น
ภาพจากแสงและสี	เป็นภาพที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่
แผ่นภูมิ	ใช้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณและปัจจัยอื่น ๆ
แผนที่และลูกโลก	เป็นสัญลักษณ์และข้อมูลต่าง ๆ ที่แสดงตำแหน่งที่ตั้ง
แผนภาพ ตาราง	แสดงข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ ปริมาณ และพัฒนาการ

2.5.3.5 **อุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์** ปัจจุบันวิทยาการทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีก้าวหน้ามาก สามารถนำมาใช้ประกอบการจัดแสดงได้หลายรูปแบบ ทำให้เพิ่มความน่าสนใจและตื่นตื้น การใช้อุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ในการจัดแสดงนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์สถาน จำต้องพิจารณาถึงคุณลักษณะ และการใช้งาน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.31 แสดงลักษณะของอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์

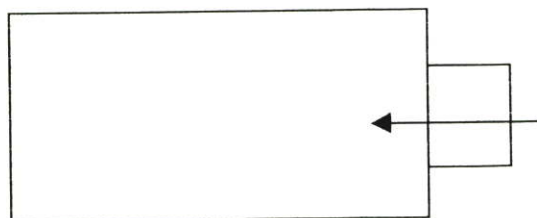
อุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์	ลักษณะและการใช้งาน
แถบบันทึกเสียง (TAPE) แผ่นเสียง (C.D.)	ใช้สำหรับบันทึกเสียงต่าง ๆ ได้แก่ เสียงคำบรรยาย เสียงดนตรี เป็นต้น โดยใช้ร่วมกับอุปกรณ์อื่น ๆ ทำงานโดยระบบอัตโนมัติ หรือระบบคอมพิวเตอร์
สไลด์ (SLIDE) ฟิล์มสตริป (FILMSTRIP)	เป็นการลำดับภาพนิ่งไปเรียงกัน จะมีเรื่องราวติดต่อกันไป จะเป็นการฉายเพียงภาพเดียวหรือภาพเป็นชุดก็ได้ แต่การฉายนั้นจะเลื่อนได้ทีละภาพ โดยเครื่องฉายภาพนิ่ง
ภาพยนตร์	เป็นการฉายภาพนิ่งหลายภาพติดต่อกันในอัตราเร็ว ทำให้ภาพที่ปรากฏนั้นเคลื่อนไหวได้ ระบบในการฉายนั้นได้แก่ ขนาดฟิล์ม 8, 16, 35, 70 มม.
วีดิทัศน์	คุณสมบัติเหมือนภาพยนตร์ และเลือกฉายได้ขนาดต่าง ๆ ตามขนาดจอภาพ อาจใช้เป็นส่วนหนึ่งของนิทรรศการ โดยให้ดูรวมในห้องบรรยาย หรือแยกดูเฉพาะบุคคล
VIDEO WALL	เป็นการใช้จอภาพจำนวนมากเรียงกันเป็นแผง แสดงภาพให้เรื่องราวที่ต่อเนื่องไปที่ละจอภาพ หรือหลายจอภาพรวมเป็นภาพเดียวกัน โดยใช้เครื่องควบคุมเพียงเครื่องเดียว (ใช้จอภาพทางตั้งอย่างน้อย 3 ตัว ทางนอนอย่างน้อย 4 ตัว)
คอมพิวเตอร์	ให้ข้อมูลได้ทั้งภาพและเสียง แสดงภาพได้ทั้งภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว โดยระบบสัมผัสบนจอภาพ

2.5.4 การวางผังห้องจัดแสดงนิทรรศการและทางสัญจร ผังห้องจัดแสดงมีความสัมพันธ์ทางสัญจรของผู้ชม เป็นปัจจัยสำคัญในการนำผู้ชมไปสู่ส่วนต่าง ๆ ที่จัดแสดง และเป็นการลำดับเรื่องราวตั้งแต่เริ่มต้น ไปจนจบ ผังของห้องจัดแสดงแบ่งออกได้หลายลักษณะขึ้นอยู่กับขนาดและโครงสร้างของอาคารที่จัดแสดง

Mathews (1991 : 21-22) (อ้างถึงใน อาทิตยา จันทะวงษ์, 2540 : 106) ได้แบ่งห้องจัดแสดงของหอศิลป์ออกเป็น 6 ลักษณะ ดังนี้

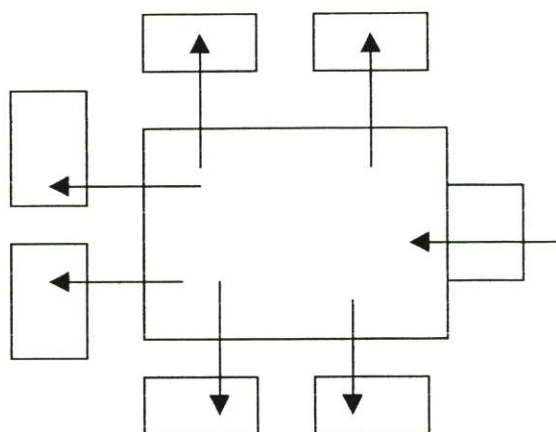
1. ผังแบบ **Open Plan** ได้แก่ ผังที่มีลักษณะเป็นห้องกว้าง มีทิศทางการเดินชมแบบอิสระ (Free Circulation) มีทางเข้าและทางออกเป็นทางเดียวกัน ผังแบบ Open plan เป็นผังที่เหมาะสมสำหรับการจัดแสดงในลักษณะทั่วไป

รูปที่ 2.1 แสดงผังห้องจัดแสดงนิทรรศการแบบ Open Plan



2. **ผังแบบ Core and Satellites / Enfilade** ได้แก่ ผังห้องที่มีห้องหลักอยู่ตรงกลาง และมีห้องย่อย ๆ หลายห้องรายล้อม และเชื่อมต่อกับห้องหลัก มีทิศทางการเดินชมแบบอิสระ (Free Circulation) และแบบเดินชมจากห้องหลักแล้วแยกไปยังห้องย่อยแต่ละห้อง (Circulation Control Core to Specific Satellites) มีทางเข้าและทางออกเป็นทางเดียวกัน

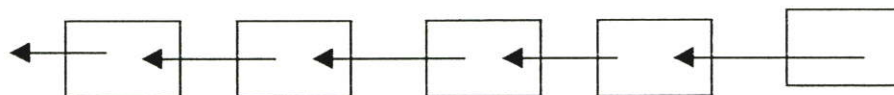
ผังแบบ Core and Satellites เป็นผังที่เหมาะสมสำหรับการจัดแสดงนิทรรศการหลักในห้องกลาง และการจัดนิทรรศการหมุนเวียน หรือนิทรรศการพิเศษในห้องย่อยต่าง ๆ



รูปที่ 2.2 แสดงผังห้องจัดแสดงนิทรรศการแบบ Core and Satellites / Enfilade

3. **ผังแบบ Linear Procession** ได้แก่ ผังที่มีห้องหลายห้องเรียงราย และเชื่อมต่อกัน มีทิศทางการเดินชมแบบกำหนดได้ (Controlled Circulation) คือการเดินชมจากห้องแรกไปยังห้องสุดท้าย มีทางเข้าและทางออกเป็นคนละทาง

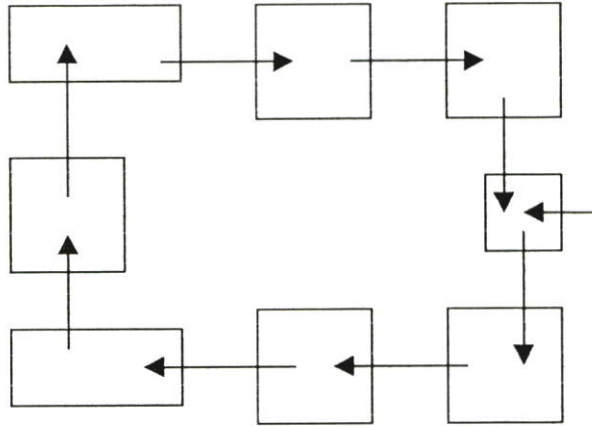
ผังแบบ Linear Procession เป็นผังที่เหมาะสมสำหรับการจัดแสดงผลงานตามลำดับ หรือตามหัวข้อ เช่น ยุคสมัยของศิลปะ หรืองานศิลปะประเภทต่าง ๆ เป็นต้น



รูปที่ 2.3 แสดงผังห้องจัดแสดงนิทรรศการแบบ Linear Procession

4. ผังแบบ Loop ได้แก่ ผังที่มีห้องเรียงรายต่อกันเป็นกลุ่ม มีทิศทางการเดินทางจากห้องหนึ่ง ไปยังอีกห้องหนึ่งจนครบ (Circulation Returns to Entrance) มีทางเข้าและทางออกเป็นทางเดียวกัน

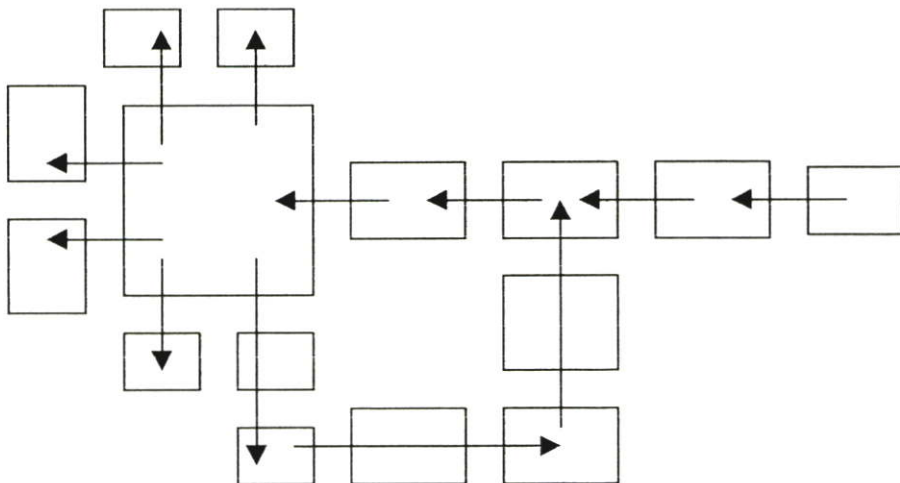
ผังแบบ Loop เป็นผังที่เหมาะสมสำหรับการจัดกิจกรรมแบบรวมศูนย์ และแบบการกระจายไปยังห้องต่าง ๆ



รูปที่ 2.4 แสดงผังห้องจัดแสดงนิทรรศการแบบ Loop

5. ผังแบบ Complex ได้แก่ ผังที่มีห้องหลายห้องเรียงราย และเชื่อมต่อกันในหลายลักษณะ มีทิศทางการเดินทาง ขึ้นอยู่กับความต่อเนื่องของห้องต่าง ๆ มีทางเข้าและทางออกเป็นทางเดียวกัน

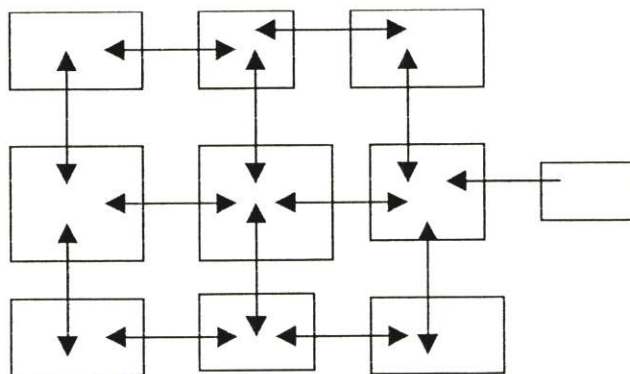
ผังแบบ Complex เป็นผังที่เหมาะสมสำหรับการจัดแสดงที่มีความซับซ้อน หรือมีการจัดแสดงหลายหัวข้อ



รูปที่ 2.5 แสดงผังห้องจัดแสดงนิทรรศการแบบ Complex

6. ผังแบบ Labyrinth ได้แก่ ผังที่มีห้องเรียงรายต่อกันเป็นกลุ่ม และมีห้องอยู่ตรงกลาง มีทิศทางการเดินชมแบบอิสระ (Free Circulation) มีทางเข้าและทางออกเป็นทางเดียวกัน

ผังแบบ Labyrinth เป็นผังที่เหมาะสมสำหรับการจัดแสดงที่เน้นความสัมพันธ์ของเรื่องราวกับผลงานทั้งหมดที่จัดแสดง



รูปที่ 2.6 แสดงผังห้องจัดแสดงนิทรรศการแบบ Labyrinth

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

วัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการออกแบบสภาพแวดล้อมภายใน โดยเฉพาะในเรื่องการจัดแบ่งพื้นที่ใช้สอยภายในเพื่อที่จะใช้เป็นต้นแบบของศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสาน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริม และจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสาน ในเขตพื้นที่ 7 จังหวัดทางภาคอีสานตอนบน วิธีการและขั้นตอนการดำเนินงานได้แบ่งเป็นขั้นตอนต่างๆ เพื่อความสะดวกในการทำความเข้าใจและสามารถทำงานได้ตรงตามวัตถุประสงค์ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนดังนี้

3.1 การศึกษารวบรวมข้อมูลเบื้องต้น

ประกอบด้วย

3.1.1 การศึกษาข้อมูลภาคเอกสาร เกี่ยวกับสินค้าพื้นเมืองอีสาน เพื่อทราบถึงความเป็นมาและปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในเบื้องต้น

3.1.2 การสำรวจเก็บข้อมูลเบื้องต้น โดยการสำรวจภาคสนาม และศึกษาสภาพทั่วไปของสถานที่ต่าง ๆ ที่จำหน่าย สินค้าพื้นเมืองอีสาน โดยการสังเกต บันทึกภาพ และสัมภาษณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้อง

3.2 การศึกษาทฤษฎีแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยการศึกษาทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสภาพแวดล้อมภายใน การจำหน่ายสินค้า ได้แก่ การกำหนดหน้าที่ใช้สอย การจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้า อุปกรณ์เครื่องเรือนและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ศึกษาแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับสินค้าหัตถกรรมอีสาน แนวทางการส่งเสริมสินค้าหัตถกรรมอีสานและแนวทางการศึกษาศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน

3.3 การออกแบบการวิจัยและการดำเนินงานวิจัย

จากที่ได้ทำการศึกษารวบรวมข้อมูลเบื้องต้น เพื่อใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ แล้วทำการเก็บข้อมูลโดยการสำรวจภาคสนามซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากกรณีศึกษาตัวอย่าง สถานที่จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสานในเขตพื้นที่อีสานตอนบน

3.3.1 พื้นที่ศึกษาวิจัย

เนื่องจากภาคอีสานประกอบด้วยจังหวัดต่าง ๆ ทั้งหมด 19 จังหวัด ซึ่งแต่ละจังหวัดจะมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นของตนเอง จึงทำให้รูปแบบของสินค้าหัตถกรรมอีสาน

แตกต่างกันไป แต่ก็ยังสามารถจัดให้อยู่ในประเภทต่าง ๆ ได้ ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะจังหวัดในเขตอีสานตอนบน โดยใช้กฎเกณฑ์ในการแบ่งภูมิภาคอีสานที่กำหนด โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและการกระจุกตัวของทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นพื้นฐาน โดยแบ่งเป็นเขตดังนี้

เขต 1 อีสานตอนล่าง ประกอบด้วย นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ชัยภูมิ

เขต 2 อีสานตอนล่าง ประกอบด้วย อุบลราชธานี อำนาจเจริญ ยโสธร

เขต 3 อีสานตอนบน ประกอบด้วย ขอนแก่น ร้อยเอ็ด มหาสารคาม

กาฬสินธุ์ ศรีสะเกษ

เขต 4 อีสานตอนบน ประกอบด้วย นครพนม สกลนคร มุกดาหาร

เขต 5 อีสานตอนบน ประกอบด้วย อุดรธานี หนองบัวลำภู เลย หนองคาย

3.3.2 เหตุผลในการเลือกพื้นที่ศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้เลือกทำการศึกษาจังหวัดในเขตอีสานตอนบนคือ เขต 4 และเขต 5 เนื่องจากภาคอีสานมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายกระจุกกระจายอยู่ทั่วไปทั้งตอนบนและตอนล่าง หากแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องก็จะทำให้ภูมิภาคนี้ ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น THE NETHERLANDS INSTITUTE OF TOURISM DEVELOPMENTS CONSULTANTS ได้เสนอ เมื่อ พ.ศ. 2519 ให้มีการรวมกลุ่ม 6 จังหวัด ในเขตอีสานตอนบน ซึ่งได้แก่ จังหวัด ขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย สกลนคร และนครพนม ไว้เป็นกลุ่มที่ควรจะได้รับพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ด้วยเหตุผลคือ ประการแรก จังหวัด ดังกล่าวได้มีการเชื่อมโยงเข้าด้วยกันด้วยระบบทางหลวงที่ทันสมัย ตลอดจนเส้นทางการบินและทางรถไฟ ประการที่สอง แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของภาคอีสานส่วนใหญ่ได้รวมตัวกันอยู่ใน 6 จังหวัดนี้ และเนื่องจากขนบธรรมเนียมประเพณีของประชาชนในภาคอีสานส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกัน จึงถือได้ว่าจังหวัดเหล่านี้ น่าจะเป็นตัวแทนในเรื่องขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของภาคอีสานได้เป็นอย่างดี ประการสุดท้าย จังหวัดต่าง ๆ ดังกล่าวในเขตอีสานตอนบนนี้ ก็มีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการการท่องเที่ยวที่เพียงพอ

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ทำการเก็บข้อมูล 2 ส่วน คือ การศึกษาข้อมูลจากภาคเอกสาร และการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยเริ่มต้นจากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา

3.4.1 การเก็บข้อมูลภาคสนาม

โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการของสถานประกอบการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสาน เพื่อต้องการทราบความต้องการต่าง ๆ เกี่ยวกับการจัดสภาพแวดล้อมกายภาพของสถานที่ดังกล่าว และพฤติกรรมของผู้ให้บริการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม

3.4.2 การสังเกตและบันทึกสภาพแวดล้อมกายภาพภายใน

โดย การจัดแบ่งพื้นที่ การใช้พื้นที่ ขนาดพื้นที่ อุปกรณ์ ต่าง ๆ จาก กรณีศึกษาตัวอย่าง สถานประกอบการที่จำหน่าย สินค้าหัตถกรรมอีสานในเขตอีสานตอนบน

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

หลังจากที่ได้ทำการเก็บข้อมูลภาคสนาม ได้นำเอาข้อมูลที่ได้ มาวิเคราะห์เป็นคำร้อยละ และการหาค่าเฉลี่ยกลาง ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ สรุปลงเป็นข้อมูลเชิงบรรยาย ส่วนข้อมูลจากการสังเกตและบันทึกจากกรณีศึกษาตัวอย่าง ได้นำไปปรับใช้ในการสรุปผลการวิจัยต่อไป

การนำเสนอข้อมูล ที่เป็นเชิงข้อมูลคุณภาพที่ได้จาก การสังเกตและบันทึกจากกรณีศึกษาตัวอย่าง ได้แสดงเป็นภาพถ่าย แผนผังภายใน ซึ่งประกอบด้วยขนาดการใช้พื้นที่ส่วนต่าง ๆ การจัดวางตำแหน่งสินค้า ลักษณะสภาพแวดล้อมกายภาพภายใน

3.6 การสรุปผลและข้อเสนอแนะ

ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนต่าง ๆ โดยทำการวิเคราะห์และเปรียบเทียบ หาความสัมพันธ์ว่าเกี่ยวข้องกันอย่างไร พร้อมทั้งได้อ้างอิงกับทฤษฎีแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำเสนอเป็นต้นแบบ ศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสานและได้เสนอแนะลักษณะเบื้องต้นของการออกแบบ เช่น การจัดผังภายใน เพื่อเป็นตัวอย่างประกอบที่แสดงให้เห็นเชิงรูปธรรม ซึ่งสามารถที่จะนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้

เกณฑ์ในการออกแบบในเบื้องต้นที่จะนำไปใช้เป็นตัวแบบจะประกอบด้วย

- องค์ประกอบการใช้พื้นที่
- ขนาดของพื้นที่ใช้สอยส่วนต่าง ๆ
- การจัดวางผังภายในเบื้องต้น

บทที่ 4

การศึกษาลักษณะและสภาพทั่วไปของการจำหน่ายสินค้า หัตถกรรม

ในบทนี้ ได้ศึกษาและเก็บข้อมูลจากกรณีศึกษาตัวอย่างที่มีการดำเนินการจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสาน จากจังหวัดต่างๆ ในเขตอีสานตอนบน ประกอบด้วยจังหวัดอุดรธานี, หนองบัวลำภู, สกลนคร, หนองคาย, นครพนม และมุกดาหาร โดยเลือกตามความสะดวกในการเก็บข้อมูลและได้ศึกษาในประเด็นต่าง ๆ เพื่อที่จะนำมาวิเคราะห์ เพื่อสรุปเป็นแนวทางที่เหมาะสมในการเสนอต้นแบบศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสาน จากขอบเขตในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางเกี่ยวกับการส่งเสริมสินค้าพื้นเมืองอีสาน โดยการเน้นในด้านการให้ข้อมูลของ แหล่งผลิตสินค้าตามหมู่บ้านต่าง ๆ ในชนบทซึ่งถือได้ว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญอันหนึ่ง ดังนั้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าพื้นเมือง จึงถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมสินค้าพื้นเมืองอีสานทางหนึ่ง โดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว จากโครงการศึกษาแนวทางการจัดตั้ง และออกแบบรายละเอียดอาคารศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการศึกษาแล้วมาเป็นแนวทาง ส่วนการศึกษาเกี่ยวกับจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสานยังไม่มีการศึกษาหรือสรุปผลการศึกษาเสนอเป็นแนวทางที่ชัดเจน ดังนั้นในส่วนการจำหน่ายสินค้าผู้วิจัย จึงได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบและวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษาตัวอย่างจากร้านค้า และศูนย์รวมและจำหน่ายสินค้าทั่วไปในเขตอีสานตอนบน เพื่อเสนอแนวทางในการจัดแบ่งพื้นที่จำหน่ายสินค้าให้เหมาะสมกับสภาพตลาดการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสานโดยเฉพาะพื้นที่อีสานตอนบน โดยมีรายละเอียดการศึกษา ดังนี้คือ

4.1 ลักษณะและสภาพทั่วไปของกรณีศึกษาตัวอย่างที่จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสาน

กรณีตัวอย่างสถานประกอบการจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง โดยส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตอำเภอเมืองหรือตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ ที่ได้รับความนิยมในการเดินทางไปของนักท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดในเขตอีสานตอนบน ขอบเขตของการศึกษาได้แบ่งกลุ่มสินค้าเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ผ้าทอ หัตถกรรมโลหะ, เครื่องปั้นดินเผา และเครื่องจักสาน นอกจากนี้ยังได้สำรวจศูนย์จำหน่ายสินค้าพื้นเมืองจากแหล่งอื่นๆเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามสภาพการตลาดในปัจจุบันมากที่สุด โดยแยกเป็นกรณีศึกษาตัวอย่างของสินค้ากลุ่มต่าง ๆ คือ

กรณีศึกษาตัวอย่างการจำหน่าย ผ้าทอ และเครื่องเงิน ได้แก่

- | | |
|----------------------|------------|
| 1. ร้านแดงโม | จ.มุกดาหาร |
| 2. ร้านอมามา | จ.นครพนม |
| 3. ร้านมูมเงินไหมไทย | จ.หนองคาย |
| 4. ร้านอัญชี่ | จ.นครพนม |
| 5. ร้านลูกเกด | จ.นครพนม |

กรณีศึกษาตัวอย่างการจำหน่าย เครื่องปั้นดินเผา ได้แก่

- | | |
|---|---------------|
| 6. ร้านบ้านเชียง 5,000 ปี | จ.อุดรธานี |
| 7. ร้านหม้อทอง | จ.อุดรธานี |
| 8. ร้านเล็กเจริญ ไทลาย | จ.อุดรธานี |
| 9. กลุ่มพัฒนาอาชีพเครื่องปั้นดินเผา บ้านโค้งสวรรค์ | จ.หนองบัวลำภู |
| 10. กลุ่มพัฒนาอาชีพเครื่องปั้นดินเผา บ้านเชียงเครือ | จ.สกลนคร |

กรณีศึกษาตัวอย่างการจำหน่ายเครื่องจักสาน ได้แก่

- | | |
|---|------------|
| 11. ร้านสามแยก จักสาน | จ.หนองคาย |
| 12. ร้านอุดรจักสาน | จ.อุดรธานี |
| 13. กลุ่มพัฒนาอาชีพเครื่องจักสาน | จ.มุกดาหาร |
| 14. กลุ่มพัฒนาอาชีพเครื่องจักสาน แก่งกระเบา | จ.มุกดาหาร |
| 15. ร้านนามพองจักสาน | จ.นครพนม |

กรณีศึกษาตัวอย่างศูนย์จำหน่ายสินค้าหัตถกรรม

- | | |
|---------------------------------|---------------|
| 16. ศูนย์สิ่งทอพระธรรมนันต์ | จ.ขอนแก่น |
| 17. ศูนย์รวมและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ | จ.สกลนคร |
| 18. ศูนย์เศรษฐกิจชุมชน | จ.อุบลราชธานี |

ลักษณะและรูปแบบการดำเนินการของสถานประกอบส่วนใหญ่จะเป็นการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมโดยเอกชนหรือพ่อค้าในท้องถิ่นลงทุนเอง แต่ก็มีบางส่วนของสถานประกอบได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานของทางราชการ โดยมีการจัดตั้งเป็นศูนย์ต่าง ๆ มีการรวบรวมผลิตภัณฑ์หรือสินค้าหัตถกรรมจากแหล่งต่าง ๆ ในพื้นที่รับผิดชอบแต่ละจังหวัดมาจำหน่าย ซึ่งหน่วยงานราชการที่ให้การสนับสนุน ทั้งทางด้านนโยบายและแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่ที่รับผิดชอบ โดยแต่ละหน่วยงานจะมีแนวนโยบายแตกต่างกันไปแต่จะมีวัตถุประสงค์ที่ใกล้เคียงกันคือมีความต้องการที่จะส่งเสริมสินค้าพื้นเมืองแต่ละท้องถิ่น โดยการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสาน ตัวอย่างจากแหล่งผลิตต่าง ๆ และเน้นการนำเสนอเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการที่จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสาน การส่งเสริมจากทางการส่วนมากจะเป็นการให้การสนับสนุนทางด้านนโยบาย และแนวทางการดำเนินงานมากกว่าการปฏิบัติงานจริงหรือจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม ส่วนการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมในเขตพื้นที่อีสานตอนบน ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับสินค้าหัตถกรรมอีสานซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความนิยมสินค้าหัตถกรรมอีสานแต่ละประเภท ซึ่งจากการแบ่งประเภทสินค้าหัตถกรรมอีสานเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ผ้าไหม เครื่องเงิน เครื่องปั้นดินเผา และเครื่องจักสาน สินค้าหัตถกรรมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ผ้าไหม เครื่องเงิน เครื่องปั้นดินเผา เครื่องจักสาน โดยในสินค้าแต่ละประเภททั้ง 4 ดังกล่าว ยังมีรายละเอียดของความนิยมและต้องการสินค้าแตกต่างกันไปคือ

สินค้าประเภทผ้าไหมที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยเฉพาะเครื่องแต่งกายที่เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป รองลงมาคือ ผ้าไหมที่เป็นผ้าชิ้นมีลวดลายต่าง ๆ ผ้าสีพื้นได้รับความนิยมน้อยกว่า ส่วนสินค้าอื่น ๆ ที่เป็นผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม เช่น ของตกแต่งบ้าน เครื่องใช้ และของที่ระลึก ไม่ค่อยได้รับความนิยมเท่าไรนัก

สินค้าประเภทเครื่องเงินที่ได้รับความนิยม ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่เป็นเครื่องประดับเงินมากที่สุด ของใช้ในครัวเรือนของตกแต่งบ้าน และของที่ระลึก ไม่ค่อยได้รับความนิยมจากผู้ให้บริการเลยซึ่งจากการสังเกตและสอบถามเจ้าของร้านค้าต่าง ๆ ไม่ค่อยจะนำเอาสินค้าประเภทดังกล่าวมาจำหน่ายมากนัก

สินค้าประเภทเครื่องปั้นดินเผามี 4 ชนิด คือเครื่องใช้ในครัวเรือนของตกแต่งบ้านและของที่ระลึกและเครื่องประดับที่ทำจากดินเผา ผู้ใช้บริการส่วนมากนิยมซื้อเป็นประเภทของที่ระลึก โดยเฉพาะที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากที่อื่น ที่ไม่ได้อยู่ในภาคอีสานแต่ถ้าเป็นผู้ที่เดินทางมาจากจังหวัดต่าง ๆ ในเขตภาคอีสานจะนิยมซื้อสินค้าเครื่องปั้นดินเผาประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือน เช่น หม้อ, ไห และของตกแต่งบ้านเพราะสะดวกในการขนส่งและเดินทางระยะทางใกล้กว่ากันส่วนมาก

เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้บริการเหล่านี้มีรถยนต์ส่วนตัวมาเองซึ่งต่างจากกลุ่มผู้เดินทางจากภูมิภาคอื่น ซึ่งเดินทางมาเป็นกลุ่มหรือรถโดยสาร, รถตู้

สินค้าประเภทเครื่องจักรสถานได้แก่ เครื่องใช้ในครัวเรือน ของตกแต่งบ้าน เครื่องเรือน และของที่ระลึกเป็นประเภทสินค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยเฉพาะกลุ่มผู้มาจากภูมิภาคอื่น นอกจากภาคอีสาน เนื่องจากความสะดวกในการขนส่งการเดินทาง ส่วนประเภทอื่น ๆ เช่น เครื่องใช้ครัวเรือนของตกแต่งบ้านจะได้รับความนิยมรองลงมาจากกลุ่มผู้ที่อยู่ในภาคอีสาน

นอกเหนือจากความนิยมและต้องการสินค้าหัตถกรรมอีสานประเภทต่างๆ กัน ร้านค้าส่วนมากจะมีช่วงเวลาในการจำหน่ายสินค้าแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา ในแต่ละวัน

- ช่วงเวลาเช้า 8.00 – 12.00 น.
- ช่วงเวลากลางวัน 12.00 – 16.00 น.
- ช่วงเวลาเย็น 16.00 – 18.00 น.

ส่วนช่วงเวลาตลอดทั้งปี สามารถแบ่งเป็นช่วงต่าง ๆ คือ ช่วงเวลาปกติ คือ ไม่มีงานเทศกาลและช่วงเวลายังงานเทศกาลต่าง ๆ ได้แก่ เทศกาลปีใหม่ สงกรานต์เข้าพรรษา ออกพรรษา และลอยกระทงซึ่งในช่วงเวลาเทศกาลดังกล่าว จะมีผู้เดินทางและซื้อสินค้าจากร้านมากกว่าเวลาปกติ ประมาณ 1.5 เท่า

กลุ่มผู้ใช้บริการในช่วงเวลาปกติคือ ไม่มีงานเทศกาล จะมีผู้มาซื้อสินค้าในร้านค้า ประมาณไม่เกิน 50 คน / วัน ส่วนช่วงเวลาที่มียังงานเทศกาลจะมีผู้มาซื้อสินค้าในร้านค้าประมาณ 60 – 100 คน / วัน แต่หากจะคิดประมาณการจำหน่ายสินค้า ช่วงเวลาปกติที่ไม่มีงานเทศกาลมีปริมาณการจำหน่ายสินค้ามากกว่าช่วงเวลาเทศกาล เนื่องจากในเวลาตลอดทั้งปีมีช่วงเวลาเทศกาลเพียง 10 กว่าวัน แต่ตรงกันข้ามช่วงเวลาคงคมีระยะเวลาหลายวันกว่า จึงทำให้เวลาปกติจำหน่ายสินค้าได้ปริมาณการขายมากกว่า

ข้อมูลที่เป็นรายละเอียด เกี่ยวกับพื้นที่ใช้สอยภายในร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสานเนื่องจากสถานประกอบการส่วนใหญ่เป็นอาคารพาณิชย์หรือมีลักษณะใกล้เคียง การจัดพื้นที่ใช้สอยจึงต้องจัดตามรูปแบบผังพื้นที่ภายใน และเพื่อให้ได้พื้นที่ขายและจัดวางสินค้าให้มากที่สุด จึงมีผลทำให้รูปแบบการจัดร้านค้าไม่ดึงดูด และน่าสนใจอีกทั้งเจ้าของกิจการหรือร้านค้าไม่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะในการออกแบบร้านค้าให้น่าสนใจดึงดูดผู้ใช้บริการ จึงถือได้ว่าปัญหาสำคัญอันหนึ่งของผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการดูแลจัดสถานที่พื้นที่ขายสินค้า รวมทั้งการจัดวางสินค้าส่วนมากต้องการให้ภายในร้านมีพื้นที่จัดวางสินค้ามากที่สุด โดยไม่ค่อยให้ความสนใจกับความสะอาด และการสัญจรภายในร้านค้านัก ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดพื้นที่ภายในร้านได้แก่ เงินทุนในการทำการค้า โดยจะเป็นไปตามความเป็นไปได้ในการลงทุน ส่วนแนวความคิดในการออกแบบหรือสร้างสรรค์ผู้ประกอบการไม่มีความชำนาญและการจัดร้านไม่มีลักษณะแปลกใหม่ ดังนั้นการจัดร้านส่วนมากจะจัดให้เข้ากันและสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่

เนื่องจากหากการจัดร้านมีความแตกต่างจากสภาพแวดล้อมมากเกินไปเช่นมีความหรูหรามากเกินไป จะเป็นการเจาะจงเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงมากเกินไปทำให้กลุ่มลูกค้าระดับปานกลางลงมาไม่ค่อยให้ความสนใจ เพราะเกรงว่าราคาสินค้าจะแพงเกินไป

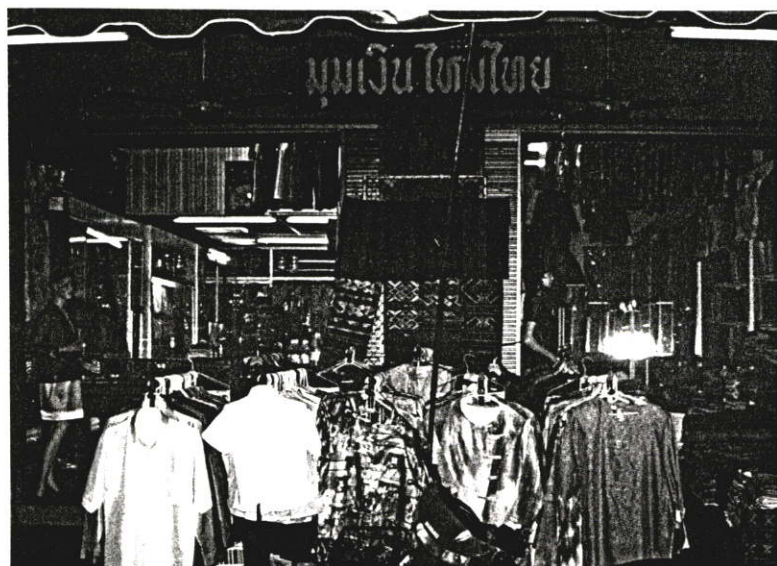
จากการสำรวจกรณีตัวอย่างการกำหนดพื้นที่ขายสินค้าหัตถกรรมอีสาน แต่ละประเภท ยังไม่มีการกำหนดเป็นกฎเกณฑ์แน่นอน เนื่องจากการดำเนินการธุรกิจเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสานมีความหลากหลายของประเภทสินค้า อีกทั้งขึ้นกับความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าแต่ละอย่าง เงินลงทุนก็เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะมีผลต่อจำนวนและปริมาณสินค้าที่จะนำมาจำหน่าย ในการศึกษาวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณสินค้าโดยการคาดคะเนและประมาณจากพื้นที่ขายสินค้าของแต่ละสถานประกอบการที่มีการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสานทั้ง 4 กลุ่มใหญ่ คือ ผ้าไทย เครื่องเงิน เครื่องปั้นดินเผา และเครื่องจักสาน ซึ่งสินค้าทั้ง 4 กลุ่มใหญ่ ดังกล่าวยังมีรายละเอียดแยกเป็นประเภทต่าง ๆ อีก ตามวัตถุประสงค์การใช้งานก็สามารถแบ่งได้เป็น ประเภท ได้แก่ เครื่องแต่งกาย เครื่องใช้ส่วนตัวของที่ระลึกและตกแต่งบ้าน เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องประดับ การจัดพื้นที่ขายสินค้าแต่ละกลุ่มสินค้าของแต่ละร้านค้ำจึงมีส่วนแตกต่างกันเนื่องจากปัจจัยดังกล่าว ดังนั้นในกำหนดสัดส่วนพื้นที่ขายสินค้าจึงทำโดยการนำข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ขายสินค้าของร้านค้ำ และศูนย์จำหน่ายสินค้าในเขตพื้นที่วิจัยมาหาค่าเฉลี่ยของพื้นที่ขายสินค้าและเทียบเป็นค่าร้อยละ เพื่อใช้เป็นแนวทางเบื้องต้น ในการกำหนดพื้นที่ขายสินค้าแต่ละกลุ่มสินค้า จากการสำรวจพื้นที่ใช้สอยภายในร้านค้ำต่าง ๆ จะประกอบด้วยพื้นที่ส่วนต่าง ๆ คือ

-ส่วนขายสินค้า พื้นที่ส่วนนี้จะเป็นที่สำหรับการจัดวางสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้าโดยจะจัดวางแสดงสินค้าไว้ในตู้หรือการใช้อุปกรณ์อื่นประกอบเพื่อให้สินค้าดูน่าสนใจและดึงดูดสายตาลูกค้า การจัดวางแสดงสินค้าแต่ละประเภทจึง ขึ้นอยู่กับวิธีการและเทคนิคของแต่ละร้านค้ำ

-ส่วนเก็บสินค้าสำรอง เนื่องจากร้านค้ำที่ทำการศึกษาส่วนใหญ่มีพื้นที่ไม่มากนัก การจัดเก็บสินค้าสำรองจึงจะ ไม่มีพื้นที่เก็บสำรองโดยเฉพาะแค่เป็นการเก็บรวมกันในพื้นที่ขายสินค้าเลยซึ่งทำให้พื้นที่ขายสินค้าคับแคบ และไม่สะดวกในการเดินเลือกชมสินค้าของลูกค้า

ส่วนบริการลูกค้า ร้านค้ำส่วนมากยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับพื้นที่ส่วนนี้อย่างชัดเจน นอกเหนือจากมีพื้นที่ขายสินค้าเหลือพอจึงจะจัดพื้นที่ส่วนนี้ไว้สำหรับบริการลูกค้า

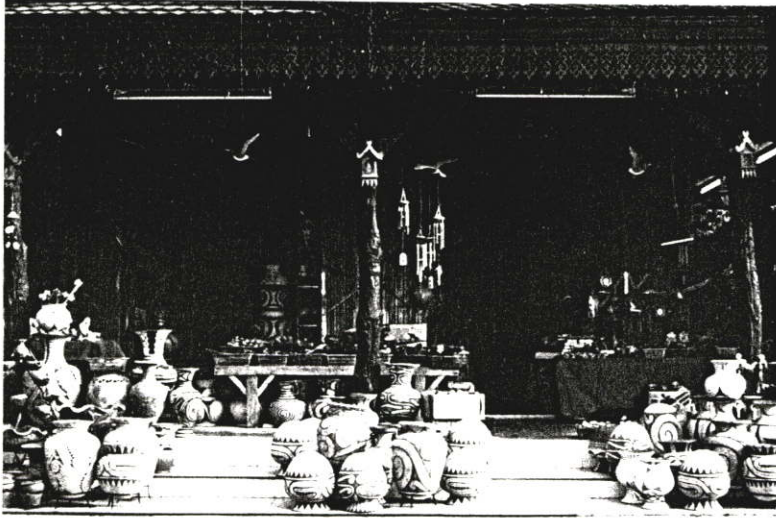
ส่วนชำระเงินและทำงาน โดยทั่วไปเจ้าของกิจการจะใช้พื้นที่ส่วนนี้ทำงานและเก็บเงิน ตรวจเช็คเอกสารต่าง ๆ ระหว่างรอลูกค้าเข้าร้าน



รูปที่ 4.1 แสดงลักษณะและสภาพทั่วไปของร้านจำหน่ายสินค้าผ้าไหมและเครื่องเงิน



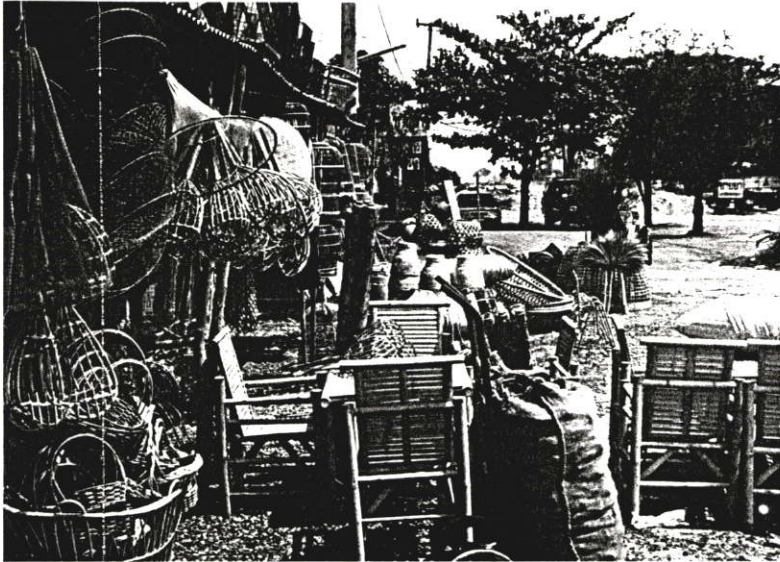
รูปที่ 4.2 แสดงสภาพแวดล้อมภายในของร้านจำหน่ายสินค้าผ้าไหมและเครื่องเงิน



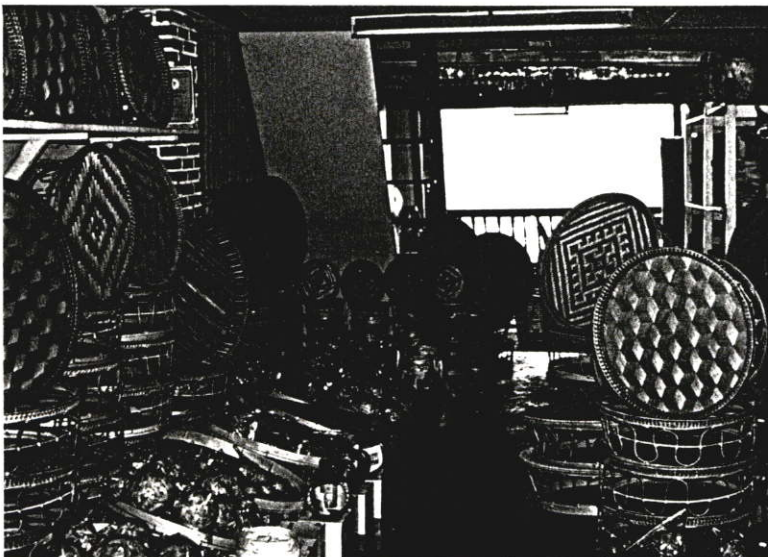
รูปที่ 4.3 แสดงลักษณะและสภาพทั่วไปของร้านจำหน่ายสินค้าเครื่องปั้นดินเผา



รูปที่ 4.4 แสดงสภาพแวดล้อมภายในของร้านจำหน่ายสินค้าเครื่องปั้นดินเผา



รูปที่ 4.5 แสดงลักษณะและสภาพทั่วไปของร้านจำหน่ายสินค้าเครื่องจักสาน



รูปที่ 4.6 แสดงสภาพแวดล้อมภายในของร้านจำหน่ายสินค้าเครื่องจักสาน



รูปที่ 4.7 แสดงสภาพด้านหน้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพของราษฎร จ.ขอนแก่น



รูปที่ 4.8 แสดงพื้นที่ขายภายในศูนย์ส่งเสริมอาชีพของราษฎร จ.ขอนแก่น



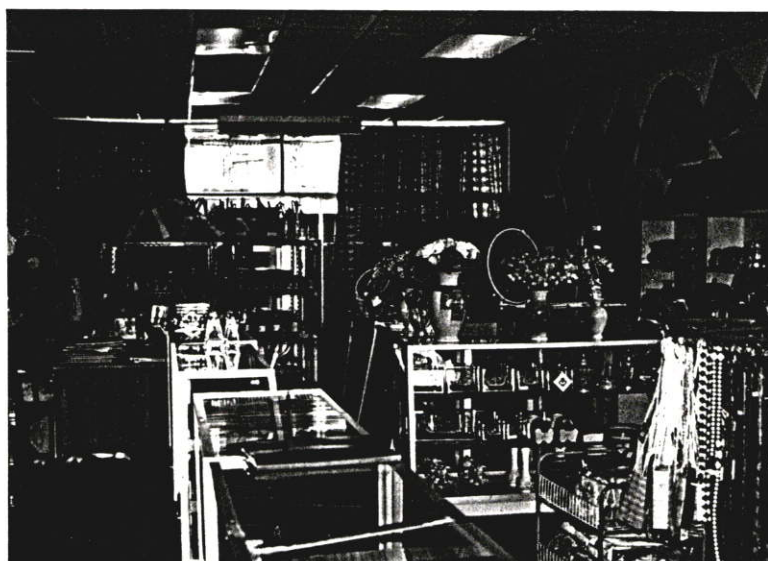
รูปที่ 4.9 แสดงสภาพด้านหน้าศูนย์เศรษฐกิจชุมชน จ.อุบลราชธานี



รูปที่ 4.10 แสดงพื้นที่จำหน่ายภายในศูนย์เศรษฐกิจชุมชน จ.อุบลราชธานี



รูปที่ 4.11 แสดงสภาพด้านหน้าศูนย์รวมและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จ.สกลนคร



รูปที่ 4.12 แสดงพื้นที่ขายภายในศูนย์รวมและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จ.สกลนคร

4.1.1. พื้นที่ขายสินค้าของกรณีศึกษาตัวอย่างร้านค้า

4.1.1.1. พื้นที่ขายสินค้ากลุ่มสินค้าผ้าไหม ที่ได้จากการสำรวจจากร้านค้าที่จำหน่ายผ้าไหมในเขตอีสานตอนบน ได้ค่าเฉลี่ยพื้นที่ขายสินค้าผ้าไหม 30.1 ตารางเมตร โดยแบ่งเป็นพื้นที่ขายสินค้าไหมประเภทเครื่องแต่งกาย 21.05 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 69.93 พื้นที่ขายสินค้าไหมประเภทเครื่องใช้ 4.70 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 15.61 พื้นที่ขายสินค้าไหมประเภทของตกแต่งบ้านและของที่ระลึก 4.48 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 14.88 ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงพื้นที่ขายกลุ่มสินค้าผ้าไหมของกรณีศึกษาร้านค้า

สินค้า	ขนาดพื้นที่ขายสินค้ากรณีศึกษา					ค่าเฉลี่ย	ค่าร้อยละ
	แดงโม	อมดา	มูมเงิน	อัญชี่	ลูกเกต		
ผ้าไหม	22.75	31.5	44.25	27.5	24.5	30.1	100
เครื่องแต่งกาย	15.9	22.05	30.9	19.25	17.17	21.05	69.93
เครื่องใช้	3.21	4.74	4.69	7.21	3.68	4.7	15.61
ของที่ระลึกและตกแต่ง	3.8	4.27	6.63	4.12	3.6	4.48	14.88

4.1.1.2. พื้นที่ขายสินค้ากลุ่มสินค้าเครื่องเงินที่ได้จากการสำรวจจากร้านค้าที่จำหน่ายผ้าไหมซึ่งจากการสำรวจพบว่า สินค้าเครื่องเงิน จะจำหน่ายร่วมกันในร้านค้าที่จำหน่ายผ้าไหม โดยมีการแบ่งพื้นที่ขายคือ ค่าเฉลี่ยพื้นที่ขายสินค้าเครื่องเงิน 7 ตารางเมตร เป็นสินค้าเครื่องเงินประเภทเครื่องใช้ครัวเรือน 2.45 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 35 สินค้าเครื่องเงินประเภทเครื่องประดับ 4.55 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 65 ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงพื้นที่ขายกลุ่มสินค้าเครื่องเงินของกรณีศึกษาร้านค้า

สินค้า	ขนาดพื้นที่ขายสินค้ากรณีศึกษา					ค่าเฉลี่ย	ค่าร้อยละ
	แดงโม	อมดา	มูมเงิน	อัญชี่	ลูกเกต		
เครื่องเงิน	8.5	6	7	6.25	7.25	7	100
เครื่องใช้ในครัวเรือน	2.98	2.10	2.45	2.18	2.54	2.45	35
เครื่องประดับ	5.53	3.9	4.55	4.06	4.72	4.55	65

4.1.1.3. พื้นที่ขายสินค้ากลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผาที่ได้จากการสำรวจจากร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาได้ค่าเฉลี่ยพื้นที่ขายสินค้าเครื่องปั้นดินเผา 50.97 ตารางเมตร แบ่งเป็นพื้นที่ขายสินค้าเครื่องปั้นดินเผาประเภท เครื่องใช้ครัวเรือน 15.87 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 31.13 สินค้าเครื่องปั้นดินเผาประเภทของที่ระลึกและของตกแต่งบ้าน 35.13 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 68.92 ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงพื้นที่ขายกลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผาของกรณีศึกษาร้านค้า

สินค้า	ขนาดพื้นที่ขายสินค้ากรณีศึกษา					ค่าเฉลี่ย	ค่าร้อยละ
	บ้านเชียง	หม้อทอง	บ้านเชียงเครือ	บ้านโด้งสวรรค์	เล็กเจริญ		
เครื่องปั้นดินเผา	61.87	64.25	49.25	34.75	44.75	50.97	100
เครื่องใช้ครัวเรือน	18.56	19.28	13.58	12.43	15.43	15.87	31.13
ของที่ระลึกและตกแต่ง	43.31	44.98	31.68	24.33	31.33	35.13	68.92

4.1.1.4 พื้นที่ขายสินค้ากลุ่มสินค้าเครื่องจักรสานที่ได้จากการสำรวจจากร้านค้าที่จำหน่าย เครื่องจักรสาน ได้ค่าเฉลี่ยพื้นที่ขายสินค้าเครื่องจักรสาน 44.56 ตารางเมตร แบ่งเป็นพื้นที่ขายสินค้าเครื่องจักรสานประเภท เครื่องใช้ครัวเรือน 33.56 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 75.31 พื้นที่ขายสินค้าเครื่องจักรสานประเภทของที่ระลึกและตกแต่งบ้าน 11.15 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 24.65 ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงพื้นที่ขายกลุ่มสินค้าเครื่องจักรสานของกรณีศึกษาร้านค้า

สินค้า	ขนาดพื้นที่ขายสินค้ากรณีศึกษา					ค่าเฉลี่ย	ค่าร้อยละ
	สามแยก	อุดร จักสาน	จังหวัด มุกดาหาร	แก่ง ประเบา	นาม พอง		
เครื่องจักร สาน	70	32.25	50.55	39	31	44.56	100
เครื่องใช้ ครัวเรือน	52.5	24.18	37.92	29.25	23.95	33.56	75.31
ของที่ระลึก และ ตกแต่งบ้าน	17.5	8.06	12.68	9.75	7.75	11.15	24.65

4.1.2 พื้นที่ขายสินค้าของกรณีศึกษาตัวอย่างศูนย์รวมสินค้า

4.1.2.1. พื้นที่ขายสินค้ากลุ่มสินค้ากลุ่มผ้าไหม ที่ได้จากการสำรวจจากศูนย์รวมสินค้าที่จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสาน ซึ่งมีการแบ่งพื้นที่ขายสินค้าทั้ง 4 กลุ่ม โดยได้ค่าเฉลี่ยพื้นที่ขายสินค้ากลุ่มผ้าไหมเป็น 33.08 ตารางเมตร แบ่งเป็นพื้นที่ขายสินค้าผ้าไหมประเภทเครื่องแต่งกาย 21.30 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 64.39 พื้นที่ขายสินค้าผ้าไหมประเภทเครื่องใช้ 6.61 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 19.96 และพื้นที่ขายสินค้าผ้าไหมประเภทของที่ระลึก และของตกแต่งบ้าน 4.9 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 14.79 ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงพื้นที่ขายกลุ่มสินค้าผ้าไหมของกรณีศึกษาศูนย์จำหน่ายสินค้า

สินค้า	ขนาดพื้นที่ขายสินค้ากรณีศึกษา			ค่าเฉลี่ย	ค่าร้อยละ
	พระธรรมขันต์	อุบล	สกลนคร		
ผ้าไหม	55.25	21.5	22.5	33.08	100
แต่งกาย	35.91	13.38	14.63	21.30	64.39
เครื่องใช้	11.05	4.3	4.5	6.61	19.96
ของที่ระลึกและ ตกแต่งบ้าน	8.25	3.23	3.38	4.9	14.79

4.1.2.2. พื้นที่ขายสินค้ากลุ่มสินค้าเครื่องเงินที่ได้จากการสำรวจจากศูนย์รวมสินค้าที่จำหน่าย สินค้าหัตถกรรมอีสาน ซึ่งมีการแบ่งพื้นที่ขายสินค้าทั้ง 4 กลุ่ม โดยได้ค่าเฉลี่ยพื้นที่ขายสินค้ากลุ่มเครื่องเงินเป็น 7.25 ตารางเมตร แบ่งเป็นพื้นที่ขายสินค้าเครื่องเงินประเภทเครื่องใช้ครัวเรือน 2.9 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 39.99 พื้นที่ขายสินค้าเครื่องเงินประเภทเครื่องประดับ 4.34 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 59.86 ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงพื้นที่ขายกลุ่มสินค้าเครื่องเงินของกรณีสีกษาศูนย์จำหน่ายสินค้า

สินค้า	ขนาดพื้นที่ขายสินค้ากรณีสีกษา			ค่าเฉลี่ย	ค่าร้อยละ
	พระธรรมขันต์	อุบล	สกลนคร		
เครื่องเงิน	7.25	8	6.5	7.25	100
เครื่องใช้ ครัวเรือน	2.9	3.2	2.6	2.9	39.99
เครื่องประดับ	4.32	4.8	3.9	4.34	59.86

4.1.2.3. พื้นที่ขายสินค้ากลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผา ที่ได้จากการสำรวจชุมชน
สินค้าที่จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสานซึ่งมีการแบ่งพื้นที่ขายสินค้าทั้ง 4 กลุ่ม โดยได้ค่าเฉลี่ย
พื้นที่ขายสินค้ากลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเป็น 23 ตารางเมตร แบ่งเป็นพื้นที่ขายสินค้าเครื่องปั้นดิน
เผาประเภทเครื่องใช้ครัวเรือน 5.73 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 24.9 พื้นที่ขายสินค้าเครื่องปั้นดิน
เผาประเภทของที่ระลึกและของตกแต่งบ้าน 17.25 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 75 ดังแสดงใน
ตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงพื้นที่ขายกลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผาของกรณีสักขาศูนย์จำหน่ายสินค้า

สินค้า	ขนาดพื้นที่ขายสินค้ากรณีสักขาศูนย์จำหน่ายสินค้า			ค่าเฉลี่ย	ค่าร้อยละ
	พระธรรมขันต์	อุบล	สกลนคร		
เครื่องปั้นดินเผา	57	9.75	2.25	23	100
เครื่องใช้ ครัวเรือน	14.25	2.4	0.56	5.73	24.9
ของที่ระลึกและ ตกแต่งบ้าน	42.75	7.31	1.68	17.25	75

4.1.2.4. พื้นที่ขายสินค้ากลุ่มสินค้าเครื่องจักสาน_ที่ได้จากการเก็บข้อมูลโดยการสำรวจจากศูนย์รวมสินค้าที่จำหน่าย สินค้าหัตถกรรมอีสาน ซึ่งมีการแบ่งพื้นที่ขายสินค้าทั้ง 4 กลุ่ม โดยได้ค่าเฉลี่ยพื้นที่ขายสินค้ากลุ่มสินค้าเครื่องจักสานเป็น 22 ตารางเมตร แบ่งเป็นพื้นที่ขายสินค้าเครื่องจักสานประเภทเครื่องใช้ครัวเรือน 15.4 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 70 พื้นที่ขายสินค้าเครื่องจักสานประเภทของที่ระลึกและตกแต่งบ้าน 6.6 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 30 ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 พื้นที่ขายกลุ่มสินค้าเครื่องจักสานของกรณีศึกษาศูนย์จำหน่ายสินค้า

สินค้า	ขนาดพื้นที่ขายสินค้ากรณีศึกษา			ค่าเฉลี่ย	ค่าร้อยละ
	พระธรรมขันต์	อุบล	สกลนคร		
เครื่องจักสาน	32	18	16	22	100
เครื่องใช้ครัวเรือน	22.4	12.6	11.2	15.4	70
ของที่ระลึกและตกแต่งบ้าน	9.6	5.4	4.8	6.6	30

4.1.3 สัดส่วนของพื้นที่ขายสินค้า

ได้จากการนำข้อมูลของพื้นที่ขายสินค้าที่ได้จากกรณีศึกษาร้านค้าและศูนย์รวมสินค้า มาหาค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดสัดส่วนพื้นที่ขายสินค้าแต่ละประเภท ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.9 แสดงสัดส่วนพื้นที่ขายสินค้า

สินค้า	พื้นที่ขายสินค้า		ค่าเฉลี่ย	ค่าร้อยละ
	ร้านค้า	ศูนย์รวมสินค้า		
1. ผ้าไหม	30.01	33.08	31.59	29.06
- เครื่องแต่งกาย	21.05	27.30	21.17	19.48
- เครื่องใช้	4.70	6.61	5.65	5.20
- ของที่ระลึก	4.48	4.90	4.69	4.31
2. เครื่องเงิน	7.00	7.25	7.125	6.40
- เครื่องใช้ในครัวเรือน	2.45	2.90	2.67	2.40
- เครื่องประดับ	4.55	4.34	4.44	3.99
3. เครื่องปั้นดินเผา	50.97	23.00	36.98	33.37
- เครื่องใช้ในครัวเรือน	15.87	5.73	10.80	9.72
- ของที่ระลึกและตกแต่ง	35.13	17.25	26.19	23.57
4. เครื่องจักสาน	44.56	22.00	33.28	30.61
- เครื่องใช้ในครัวเรือน	33.56	15.40	24.48	22.52
- ของที่ระลึกและตกแต่ง	11.15	6.60	8.87	8.16

4.2 สินค้าหัตถกรรมในเขตอีสานตอนบน

สินค้าหัตถกรรมอีสานที่มีการจำหน่ายทั่วไปในเขตพื้นที่อีสานตอนบน จากการสำรวจกรณีศึกษาตัวอย่างที่เป็นร้านค้าและศูนย์รวมสินค้าหัตถกรรมอีสานที่มีการนำเอาสินค้าจากแหล่งผลิตต่างๆ ในเขตอีสานตอนบนมาจำหน่าย แบ่งสินค้าเป็นประเภทต่างๆ ตามวัสดุและกรรมวิธีการผลิต ได้คือ

1. ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1. ประเภทเครื่องแต่งกาย

1. ผ้าทอสีพื้น
2. ผ้าทอมีลวดลาย
3. เสื้อผ้าสำเร็จรูป
4. กระโปรง
5. ผ้าพันคอ
6. หมวก
7. เนคไท์
8. ผ้าเช็ดหน้า

3. ประเภทของที่ระลึกและของตกแต่งบ้าน

1. หมอนจิด
2. ผ้าปูโต๊ะ
3. ผ้าคลุมเตียง
4. หมอนอิง
5. ชุดรองจาน
6. ปลอกหมอน
7. หมอนรองนั่ง
8. กรอบรูป

2. ประเภทเครื่องใช้

1. กระจ่าถัก
2. กระจ่าตดางค์
3. ยาม
4. ก่องใส่กระดาษทิชชู
5. ของใส่แว่นตา
6. พัด
7. เป้
8. ก่องใส่ของสะสม

2. หัตถกรรมโลหะ, เครื่องเงิน แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. ประเภทเครื่องใช้ครัวเรือน

1. ถาดใส่ของ
2. ชันน้ำ
3. พาน
4. ช้อนส้อม
5. ทัพพี
6. ปิ่นโต
7. กระจาดเงิน

2. ประเภทเครื่องประดับ

1. แหวน, ต่างหู
2. ปิ่นปักผม
3. กำไล
4. สร้อยคอ
5. สร้อยข้อมือ
6. เข็มขัดเงิน
7. จี้, เข็มกลัด

3. เครื่องปั้นดินเผา แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. ประเภทของใช้ครัวเรือน

1. โอ่งน้ำ
2. หม้อดิน
3. ถ้วยกาแฟ
4. ชาม
5. ครกดินเผา
6. เตาหุงต้ม
7. กาน้ำ

2. ประเภทของที่ระลึกและตกแต่งบ้าน

1. แจกัน
2. โคมไฟ
3. ตะเกียง
4. โมบายดินเผา
5. กรอบรูป
6. ที่เขี่ยบุหรี่
7. กระจ่างดินเผา

4. เครื่องจักสาน แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. ประเภทของใช้ในครัวเรือน

1. ตะกร้า
2. กระติบ
3. กระจาด
4. ฟ่าชี
5. กระด้ง
6. หวดนึ่งข้าว

2. ประเภทของที่ระลึกและตกแต่งบ้าน

1. กรอบรูป
2. ก่อ่งใส่กระดาษทิชชู
3. กรงนก
4. โคมไฟ
5. กระเช้าใส่ดอกไม้
6. พวงกุญแจ
7. ที่ใส่จดหมาย

ตารางที่ 4.10 แสดงขนาดสินค้าแต่ละประเภทโดยประมาณ

ประเภทสินค้าแบ่งตาม ลักษณะการใช้สอย	ขนาดสินค้าโดยประมาณ			
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	ใหญ่มาก
	0.05-0.5 ม.	0.15-0.30 ม.	0.30-0.50 ม.	0.50 ม. UP
1. เครื่องแต่งกาย	●	●	●	●
2. เครื่องใช้	●	●		
3. ของตกแต่งบ้านและของที่ ระลึก	●	●	●	●
4. เครื่องใช้ครัวเรือน	●	●	●	
5. เครื่องประดับ	●	●		

4.2.1 ลักษณะของสินค้าและการจัดวางของสินค้า

ลักษณะของสินค้าหัตถกรรมอีสานประเภทต่าง ๆ ที่มีการจำหน่ายในร้านค้าและศูนย์รวมสินค้าที่มีจัดวางสินค้าตามคุณลักษณะของสินค้าได้ดังนี้

4.2.1.1 สินค้าประเภทของตกแต่งบ้านและของที่ระลึก เป็นสินค้าที่ไม่มีราคาแพงมาก การเลือกซื้อสินค้าสามารถทำได้โดยไม่ต้องอาศัยคำแนะนำจากพนักงานขาย สินค้ามีขนาดเล็กและขนาดกลาง เช่น ตุ๊กตา พวงกุญแจ แจกันขนาดเล็ก กรอบรูปเล็ก การจัดวางสินค้าสามารถทำได้โดยใช้โต๊ะหรือแท่นวางสินค้าชั้นวางสินค้าตู้วางสินค้าชนิดเป็นตู้ลอยมีกระจกใสและตู้วางสินค้าแบบติดผนัง สินค้าประเภทของตกแต่งบ้าน และของที่ระลึกส่วนมากเป็นสินค้าที่ไม่ต้องใช้การพิจารณาเลือกซื้อมากนักสามารถจัดวางสินค้าในลักษณะเปิดได้เพื่อความสะดวกในการขายสินค้า ส่วนสินค้าประเภทของตกแต่งบ้านที่มีขนาดใหญ่ก็สามารถจัดวางโดยการใช้นั่งราวสินค้าและตู้ราวสินค้าแบบเปิดโล่งได้เช่นกัน

4.2.1.2 สินค้าประเภทเครื่องใช้ครัวเรือน เป็นสินค้าที่มีขนาดกลางและขนาดใหญ่ราคาสินค้าไม่แพงมาก การเลือกซื้อสินค้าก็สามารถทำได้และสามารถหยิบเลือกสินค้าได้เอง การจัดวางสินค้าประเภทเครื่องใช้ครัวเรือนซึ่งส่วนมากจะเป็นสินค้าประเภท เครื่องจักสานและเครื่องปั้นดินเผา สามารถทำได้โดยจัดราวสินค้าบนโต๊ะหรือแท่นราวสินค้า จัดวางบนชั้นราวสินค้า ตู้วางสินค้าแบบเปิดโล่ง ทั้งเป็นติดผนังและแบบลอยตัว

4.2.1.3 สินค้าประเภทเครื่องประดับและเครื่องใช้ เป็นสินค้าที่มีขนาดเล็ก และขนาดกลางสินค้าประเภทเครื่องประดับเป็นสินค้าที่ต้องอาศัยการพิจารณาสินค้า ต้องการคำแนะนำของพนักงานขาย มีราคาแพง และต้องเก็บราคาสินค้าเป็นอย่างดี ดังนั้น การจัดราวสินค้าสามารถทำได้โดย การจัดราวสินค้าในตู้กระจก แบบเป็นเคาน์เตอร์ขลอยตัวและตู้กระจกแบบติดผนัง อาจจะมีตู้วางสินค้าที่มีเก้าอี้ผู้นั่งด้านนอกเพื่อการนั่งเลือกซื้อสินค้า ส่วนสินค้าประเภทเครื่องใช้ เช่น กระจ่างโต๊ะ กระจ่างตวงค์ สามารถหยิบเลือกสินค้าได้ การจัดวางสินค้าทำได้โดยใช้นั่งราวสินค้า ตู้ราวสินค้าแบบมีกระจกใส และตู้ราวสินค้าแบบเปิดโล่ง

4.2.1.4 สินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย เป็นสินค้าที่มีลักษณะการจัดวางสินค้าที่เป็นรูปแบบเฉพาะได้แก่ สินค้าประเภทผ้าไหมเนื้อสำเร็จรูป มีหลายชนิดและมีประโยชน์ใช้สอยที่แตกต่างกัน การจัดวางสินค้าที่เป็นผ้าไหมพื้น จัดวางสินค้าโดยพับวางเรียงกันบนโต๊ะวางสินค้าพับวางเรียงกันในตู้วางสินค้าแบบมีกระจกและเปิดโล่ง ส่วนผ้าไหมที่มีลวดลายลักษณะการจัดวางสินค้าจะแตกต่างกันผ้าสีพื้นคือ จะต้องจัดวางสินค้าโดยการแขวนเพื่อให้เห็นลวดลายของผ้า ชัดเจน สินค้าผ้าไหมที่เป็นเนื้อสำเร็จรูปการจัดวางสินค้าโดยการแขวนกับไม้แขวนเสื้อบนราวแขวนแบบลอยตัวหรือแขวนบนราวแขวนที่เป็นตู้ติดผนัง พับเสื้อวางเรียบซ้อนกันในตู้วางสินค้าแบบมีกระจกใสและแบบเปิดโล่งนอกจากนี้การจัดวางสินค้าเครื่องแต่งกายสามารถจัดสินค้ากับหุ่นแสดง

แบบเสื้อผ้า และมีการใช้เครื่องประดับประกอบด้วยซึ่งเป็นการจัดวางสินค้าประเภทสินค้าที่มีความสอดคล้องกัน และประโยชน์ใช้สอยคล้ายคลึงกัน

ลักษณะของสินค้าและวิธีการจัดวางสินค้าประเภทของตกแต่งบ้านและของที่ระลึก

ชนิดสินค้า

วิธีการจัดวางสินค้า

ลักษณะเฉพาะของสินค้า



รูปที่ 4.13 ของที่ระลึกเครื่องปั้นดินเผา

สินค้าประเภทของตกแต่งบ้านมีความน่าสนใจอยู่แต่การจัดวางต้องแสดงให้เห็นถึงลักษณะการนำไปใช้หรือการตกแต่งจริงๆ

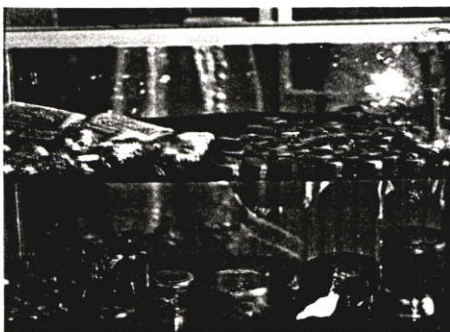
วิธีการ

1. จัดวางบนโต๊ะวางสินค้า
2. จัดวางบนชั้นวางสินค้า
3. จัดวางตามลักษณะการใช้สอย
4. จัดวางในตู้วางสินค้า



รูปที่ 4.14 ของแต่งบ้านจากผ้าทอ

สินค้าประเภทของตกแต่งบ้านบางชนิดสามารถจัดวางประกอบกับสถานที่ได้ เช่น รูปภาพ กรอบรูป โคมไฟ หมอนรอง ที่รองจาน



รูปที่ 4.15 ของที่ระลึกเครื่องเงิน

สินค้าประเภทของตกแต่งบ้านที่มีขนาดเล็กๆ สามารถจัดวาง แขนง หรือตกแต่งตามลักษณะการใช้สอยจริงหรือจัดวางแบบสินค้าประเภทอื่นได้

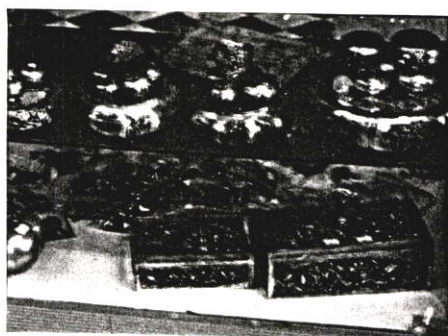
ลักษณะของสินค้าและวิธีการจัดวางสินค้าประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือน

ชนิดสินค้า

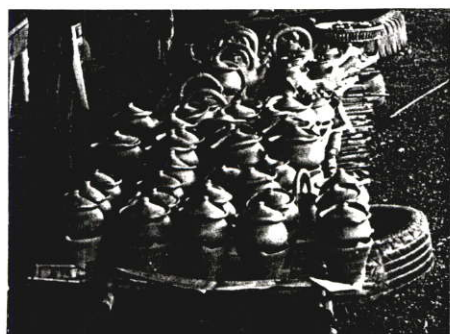
ลักษณะเฉพาะของสินค้า



รูปที่ 4.16 เครื่องใช้ครัวเรือนจักสาน



รูปที่ 4.17 เครื่องใช้ครัวเรือนที่เป็นเครื่องเงิน



รูปที่ 4.18 เครื่องใช้ครัวเรือนดินเผา

วิธีการจัดวางสินค้า

เครื่องใช้ในครัวเรือนขนาดใหญ่ผลิตขึ้นเพื่อการใช้สอยในบ้าน เช่น ตระกร้า กระจาด เป็นสินค้าประเภทเครื่องเงิน เครื่องดินเผา และ เครื่องจักสาน

วิธีการ

1. จัดวางบนโต๊ะวางสินค้า
2. จัดวางบนชั้นวางสินค้า
3. จัดวางตามลักษณะการใช้สอย

สินค้าประเภทเครื่องใช้ครัวเรือนที่เป็นสินค้าที่มีราคาสูงการจัดวางสินค้าต้องเก็บสินค้าได้อย่างดีและปลอดภัย

วิธีการ

1. จัดวางบนโต๊ะวางสินค้าแบบปิด
2. จัดวางบนชั้นวางสินค้า
3. จัดวางในตู้วางสินค้าติดผนัง

เครื่องใช้ครัวเรือนที่เป็นเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องจักสานเป็นสินค้าที่สามารถหยิบเลือกได้สะดวก ไม่ต้องการเก็บรักษามากนัก

วิธีการ

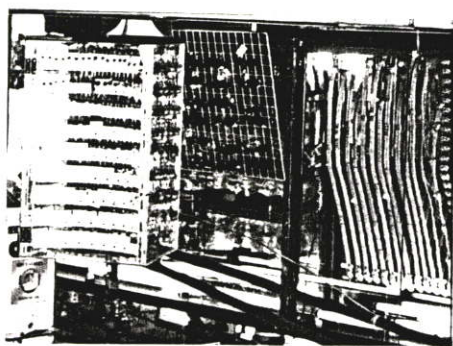
1. จัดวางบนโต๊ะวางสินค้าแบบปิด
2. จัดวางบนชั้นวางสินค้า
3. จัดวางในตู้วางสินค้าติดผนัง

ลักษณะของสินค้าและวิธีการจัดวางสินค้าประเภทเครื่องประดับ

ชนิดสินค้า

วิธีการจัดวางสินค้า

ลักษณะเฉพาะของสินค้า



รูปที่ 4.19 เครื่องประดับต่างหู เข็มขัด



รูปที่ 4.20 เครื่องประดับเงิน สร้อยคอ



รูปที่ 4.21 เครื่องประดับดินเผา

สินค้าประเภทเครื่องประดับเป็นสินค้าที่ต้องการใช้การพิจารณาเลือกสินค้าอย่างละเอียด และใช้เวลานาน

วิธีการ

1. จัดวางบนโต๊ะวางสินค้า
2. จัดวางบนชั้นวางสินค้า
3. จัดวางในตู้สินค้าติดผนัง
4. แหวนใส่ตู้วางสินค้าและเก้าอี้นั่ง

สินค้าประเภทเครื่องประดับส่วนมากมีขนาดเล็ก ราคาสูง ใช้พื้นที่ในการจัดวางสินค้าไม่มาก แต่ต้องเป็นการจัดวางที่สามารถรักษาได้อย่างปลอดภัย

สินค้าประเภทเครื่องประดับนอกจากจะมีความละเอียดและงดงามในตัวอยู่แล้ว หากมีการใช้อุปกรณ์ช่วย เช่น ไฟ จะทำให้เพิ่มความงดงามของสินค้ามากขึ้น

ลักษณะของสินค้าและวิธีการจัดวางสินค้าประเภทเครื่องใช้

ชนิดสินค้า

ลักษณะเฉพาะของสินค้า



รูปที่ 4.22 เครื่องใช้จากผ้าไหม เนคไท ผ้าเช็ดหน้า



รูปที่ 4.23 เครื่องใช้จากผ้าไหม กระเป๋าตังค์



รูปที่ 4.24 เครื่องใช้จากผ้าไหม กระเป๋าถือ

วิธีการจัดวางสินค้า

สินค้านี้มีขนาดเล็กมีสีล้วนหลาย สามารถพับหรือแขวนได้แต่การพับใส่กล่องวางซ้อนกันจะสะดวก ในการจัดวางสินค้ามากกว่า

วิธีการ

1. พับวางซ้อนกันบนโต๊ะวางสินค้า
2. พับวางซ้อนบนชั้นวางสินค้า
3. พับใส่ตู้วางสินค้า

เป็นสินค้าเครื่องใช้ส่วนตัว การเลือกสินค้าต้องสามารถหยิบจับได้โดยสะดวกและเก็บที่เดิมได้ สินค้ามีขนาดปานกลาง สามารถวางและแขวนได้

วิธีการ

1. จัดวางบนโต๊ะ
2. จัดวางเรียงบนชั้นวางสินค้า
3. จัดวางเรียงในตู้วางสินค้า
4. วางเรียงใส่ตู้ติดผนัง
5. แขวนบนราว

สินค้านี้ขนาดเล็ก สามารถวางเรียงหรือซ้อนกันได้ การเลือกสินค้าต้องสามารถหยิบและเก็บได้สะดวก มองเห็นชัดเจน

วิธีการ

1. จัดวางเรียงซ้อนบนโต๊ะ
2. จัดวางเรียงบนชั้นวางสินค้า
3. จัดวางเรียงซ้อนใส่ตู้วางสินค้า
4. วางใส่ตู้สินค้าติดผนัง

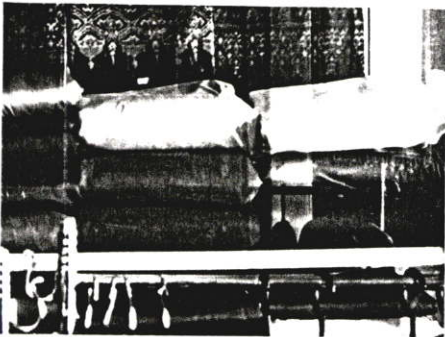
ลักษณะของสินค้าและวิธีการจัดวางสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย

ชนิดสินค้า

ลักษณะเฉพาะของสินค้า



รูปที่ 4.25 เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไหม



รูปที่ 4.26 ผ้าทอสีพื้น



รูปที่ 4.27 ผ้าทอมีลวดลาย

วิธีการจัดวางสินค้า

เป็นเสื้อผ้า กระโปรงสำเร็จรูป ที่ตัดเย็บลวดลายงดงามน่าสนใจ จำเป็นต้องแขวนเพื่อให้เกิดรอยยับ

วิธีการ

1. แขวนบนราว
2. แขวนในตู้
3. แขวนบนผนัง

เป็นผ้าทอจากไหมสีเดียวตลอดพื้น หยิบจับได้โดยสะดวกและเก็บที่เดิมได้ สินค้ามีขนาดปานกลาง สามารถวางและแขวนได้

วิธีการ

1. พับวางบนโต๊ะ
2. พับวางบนชั้นวางสินค้า
3. พับวางใส่ตู้วางสินค้า
4. พับใส่ตู้ติดผนัง

เป็นผ้าทอจากไหมมีลวดลายน่าสนใจกว่าผ้าสีพื้น การจัดแสดงสินค้าต้องการให้เห็นลวดลาย การแขวนจะดีกว่าการพับ

วิธีการ

1. พับวางบนโต๊ะ
2. พับวางบนชั้นวางสินค้า
3. พับใส่ตู้วางสินค้า
4. แขวนใส่ตู้
5. แขวนบนผนัง

4.2.2 การจัดวางตำแหน่งสินค้า

สินค้าหัตถกรรมอีสานแต่ละประเภทหากแบ่งตามหลักจิตวิทยาของผู้ซื้อสินค้า สามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ

- สินค้าฟุ่มเฟือย (Impulse Goods) เป็นสินค้าที่มีลักษณะหุหุระเกินความจำเป็น หรือเป็นสินค้าที่ไม่มีความจำเป็นที่ต้องซื้อ ดังนั้นการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทนี้ จึงมักเป็นการตัดสินใจในช่วงเวลาที่เกิดจากสิ่งเร้าและแรงกระตุ้นต่างๆทางการค้า เช่นรูปแบบสินค้าน่าสนใจ สีลันของสินค้า จากการศึกษากรณีตัวอย่าง สินค้าหัตถกรรมอีสานที่ถือว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าประเภท ของที่ระลึกและของแต่งบ้าน สินค้าประเภทเครื่องประดับ

- สินค้าจำเป็น (Demand Goods) เป็นสินค้าที่จำเป็นจะต้องใช้ในชีวิตประจำวัน สินค้าหัตถกรรมอีสาน ที่จัดได้ว่าเป็นสินค้าจำเป็น คือ สินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย ซึ่งผลิตจากผ้าไหม เครื่องใช้ต่างๆ เช่น กระจเป่าถือ เป้ ย่าม และสินค้าประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือน ที่เป็นเครื่องจักสานและเครื่องปั้นดินเผา

การจัดวางตำแหน่งสินค้าหัตถกรรมอีสาน ผู้วิจัยได้สำรวจจากกรณีศึกษาร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าเฉพาะแต่ละกลุ่ม และศูนย์จำหน่ายสินค้า ซึ่งพื้นที่ขายสินค้าของกรณีศึกษาตัวอย่าง แบ่งได้เป็น 3 ส่วนคือ

-พื้นที่บริเวณด้านหน้า ซึ่งอยู่ใกล้กับทางเข้าเป็นพื้นที่ส่วนแรกๆที่ผู้ซื้อสินค้าเดินเข้าสู่ภายในเป็นลำดับแรก สามารถมองเห็นสินค้าต่างๆ ที่จัดวางไว้ได้อย่างชัดเจนจากภายนอกและเมื่อจะเดินออกจากร้านก็จะต้องผ่านส่วนนี้อีกครั้ง

-พื้นที่บริเวณส่วนกลาง เป็นพื้นที่ส่วนที่ถัดเข้ามาภายในร้านจากด้านหน้าร้าน เป็นส่วนเชื่อมระหว่างพื้นที่ด้านหน้ากับพื้นที่ด้านหลังร้าน

-พื้นที่บริเวณด้านหลังหรือด้านในสุด เป็นพื้นที่ที่อยู่ลึกที่สุดของร้าน โดยผู้ซื้อสินค้าจะเดินเข้าสู่พื้นที่ส่วนนี้เป็นลำดับสุดท้ายก่อนที่จะเดินกลับออกไป

โดยทั่วไปพื้นที่ส่วนต่างๆ ภายในร้านค้าดังกล่าวข้างต้นจะมีคุณค่าและศักยภาพของพื้นที่แตกต่างกัน อีกทั้งยังต้องสัมพันธ์กับการจัดวางตำแหน่งสินค้าแต่ละประเภทด้วย ดังนั้นในการจัดพื้นที่ใช้สอยภายในโดยเฉพาะส่วนที่เป็นพื้นที่ขายสินค้าจึงจำเป็นต้องจัดวางตำแหน่งของสินค้าแต่ละประเภทให้สอดคล้องกับรสนิยมและความต้องการของผู้ซื้อสินค้า การศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวกับการจัดวางตำแหน่งของสินค้าจากกรณีตัวอย่างร้านค้าและศูนย์จำหน่ายสินค้าน่าจะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการจัดวางตำแหน่งสินค้าได้ โดยได้แบ่งเป็นกลุ่มสินค้าและสินค้าประเภทต่างๆ คือ

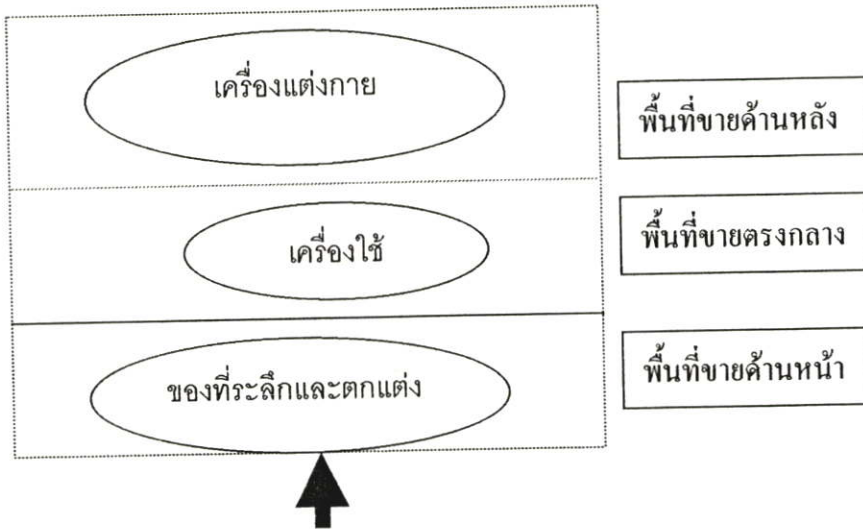
4.2.2.1 การจัดวางตำแหน่งสินค้าของกรณีศึกษาร้านค้า

1). กลุ่มสินค้าผ้าไหม จากการสำรวจร้านค้ากลุ่มสินค้าผ้าไหม สินค้าได้แบ่งเป็นประเภทสินค้าต่างๆ เป็น 3 ประเภทคือ เครื่องแต่งกาย เครื่องใช้ ของที่ระลึกและตกแต่ง ซึ่งหากจัดประเภทสินค้าตามความต้องการและหลักจิตวิทยาของผู้ซื้อ สินค้าประเภทเครื่องแต่งกายถือได้ว่าเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นและผู้ซื้อต้องการซื้อมากที่สุด (Demand Goods) การจัดวางตำแหน่งสินค้าประเภทนี้ของร้านค้า ส่วนมากจะจัดสินค้าไว้ด้านในหรือด้านหลังของร้าน ส่วนสินค้าประเภทเครื่องใช้จะจัดสินค้าไว้ส่วนกลางก่อนมาทางด้านหน้าร้าน และ สินค้าประเภทของที่ระลึกและตกแต่งจะนำมาจัดไว้ด้านหน้าร้าน ซึ่งสินค้าทั้งสองประเภทนี้อาจถือได้ว่าเป็นสินค้าที่ผู้ซื้อมีความต้องการซื้อน้อยกว่าสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย กล่าวคือ จัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย (Impulse Goods) ได้ การจัดวางตำแหน่งสินค้าแต่ละประเภทของกรณีศึกษาร้านค้าจากการสำรวจได้นำเสนอดังตารางที่ 4.11 และ รูปที่ 4.39 ให้เห็นความสัมพันธ์ของประเภทสินค้ากับตำแหน่งการวางสินค้าภายในร้าน

ตารางที่ 4.11 แสดงตำแหน่งสินค้าผ้าไหมแต่ละประเภทในร้านค้า

ประเภทสินค้า	กรณีศึกษาร้านค้า	ตำแหน่งสินค้าภายในร้าน		
		หน้า	กลาง	หลัง
เครื่องแต่งกาย	1. แดงโม 2. อมาดา 3. มุมเงิน 4. อัญชลี 5. ลูกเกด		● ● ●	● ●
เครื่องใช้	1. แดงโม 2. อมาดา 3. มุมเงิน 4. อัญชลี 5. ลูกเกด	● ● ●	● ●	
ของที่ระลึกและตกแต่ง	1. แดงโม 2. อมาดา 3. มุมเงิน 4. อัญชลี 5. ลูกเกด	● ● ●	● ●	

1). กลุ่มสินค้าผ้าไหม



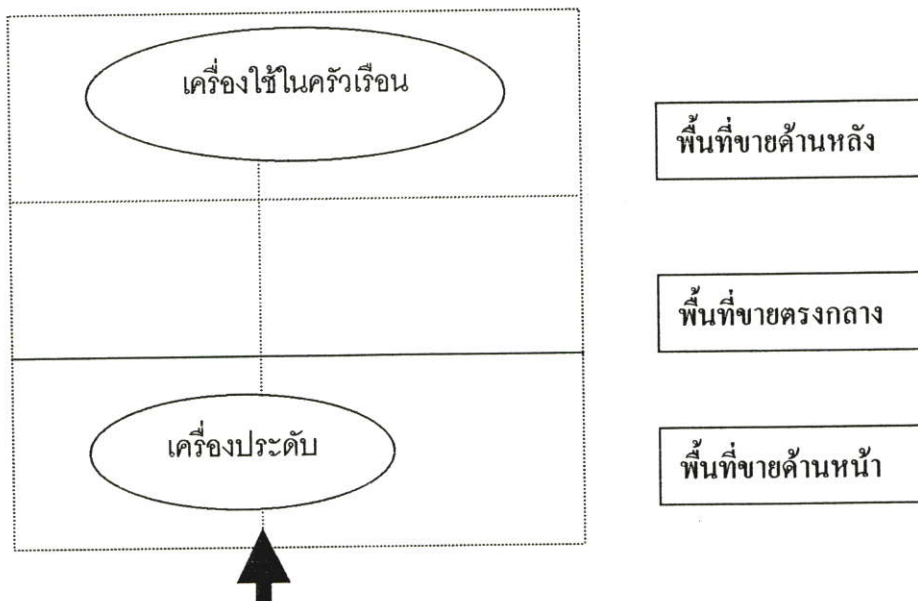
รูปที่ 4.28 แสดงตำแหน่งสินค้าประเภทต่างๆ ของกลุ่มสินค้าผ้าไหม

2). กลุ่มสินค้าเครื่องเงิน จากการสำรวจร้านค้ากลุ่มสินค้าเครื่องเงินสินค้าได้แบ่งเป็นประเภทสินค้าต่างๆ อีก 2 ประเภท คือ เครื่องใช้ในครัวเรือน และเครื่องประดับ ซึ่งหากจัดประเภทสินค้ากลุ่มเครื่องเงินดังกล่าวตามความต้องการและหลักจิตวิทยาของผู้ซื้อ สินค้าประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนถือได้ว่าสินค้าที่มีความจำเป็นและผู้ซื้อต้องการการซื้อมากกว่าสินค้าเครื่องเงินประเภทเครื่องประดับ การจัดสินค้าของร้านค้าจึงนิยมเอาเครื่องใช้ในครัวเรือนไว้ด้านในหรือพื้นที่ขายสินค้าส่วนด้านหลัง ส่วนสินค้าเครื่องประดับเงินจะจัดสินค้าไว้ในพื้นที่ขายส่วนด้านหน้าเพื่อดึงดูดความสนใจและสศุดตาผู้ซื้อ ซึ่งสินค้าประเภทเครื่องประดับถือได้ว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย (Impulse Goods) การจัดวางตำแหน่งสินค้าแต่ละประเภทของกรณีสักยาร้านค้าจากการสำรวจได้นำเสนอให้เห็นความสัมพันธ์ของประเภทสินค้ากับตำแหน่งการวางสินค้าภายในร้าน ดังตารางที่ 4.12 และรูปที่ 4.29

ตารางที่ 4.12 แสดงตำแหน่งสินค้าเครื่องเงินแต่ละประเภทในร้านค้า

ประเภทสินค้า	กรณีศึกษาร้านค้า	ตำแหน่งสินค้าภายในร้าน		
		หน้า	กลาง	หลัง
เครื่องใช้ในครัวเรือน	1. แดงโม 2. อมาดา 3. มุมเงิน 4. อัญชลี 5. ลูกเกด	●	● ● ●	
เครื่องประดับ	1. แดงโม 2. อมาดา 3. มุมเงิน 4. อัญชลี 5. ลูกเกด	● ● ● ●	●	

2). กลุ่มสินค้าเครื่องเงิน



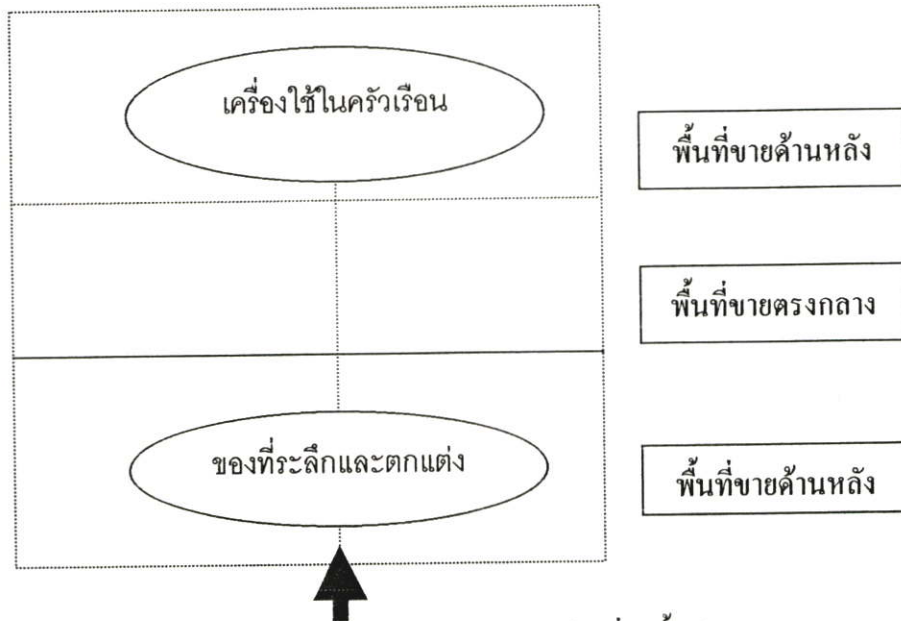
รูปที่ 4.29 แสดงตำแหน่งสินค้าประเภทต่างๆ ของกลุ่มสินค้าเครื่องเงิน

3). กลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผา จากการสำรวจร้านค้ากลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผา สินค้าได้แบ่งเป็นประเภทสินค้าต่างๆ อีก 2 ประเภทคือ เครื่องใช้ในครัวเรือนและสินค้าประเภทของที่ระลึกและตกแต่ง ซึ่งหากจัดประเภทสินค้ากลุ่มเครื่องปั้นดินเผาดังกล่าวตามความต้องการและหลักจิตวิทยาของผู้ซื้อ สินค้าประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนถือได้ว่าเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นและผู้ซื้อต้องการซื้อมากกว่าสินค้าเครื่องปั้นดินเผาประเภทของที่ระลึกและตกแต่ง การจัดสินค้าของร้านค้าจึงนิยมเอา เครื่องใช้ในครัวเรือนไว้ด้านในหรือพื้นที่ขายสินค้าส่วนด้านหลัง ส่วนสินค้าประเภทของที่ระลึกและตกแต่งจะจัดสินค้าไว้ในพื้นที่ขายส่วนด้านหน้า เพื่อดึงดูดความสนใจและสะดวกผู้ซื้อ ซึ่งสินค้าประเภทของที่ระลึกและตกแต่งถือได้ว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย (Impulse Goods) การจัดวางตำแหน่งสินค้าแต่ละประเภทของกรณีศึกษาร้านค้า จากการสำรวจได้นำเสนอให้เห็นความสัมพันธ์ของสินค้ากับตำแหน่งการวางสินค้าภายในร้านดังตารางที่ 4.13 และ รูปที่ 4.41

ตารางที่ 4.13 แสดงตำแหน่งสินค้าเครื่องปั้นดินเผาแต่ละประเภทในร้านค้า

ประเภทสินค้า	กรณีศึกษาร้านค้า	ตำแหน่งสินค้าภายในร้าน		
		หน้า	กลาง	หลัง
เครื่องใช้ในครัวเรือน	1. บ้านเชิง 5000 ปี 2. หม้อทอง 3. เล็กเจริญ ไหลาย 4. บ้านโค้งสวรรค์ 5. บ้านเชิงเครือ		•	• • •
ของที่ระลึกและตกแต่ง	1. บ้านเชิง 5000 ปี 2. หม้อทอง 3. เล็กเจริญ ไหลาย 4. บ้านโค้งสวรรค์ 5. บ้านเชิงเครือ	• • • •	• •	

3). กลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผา

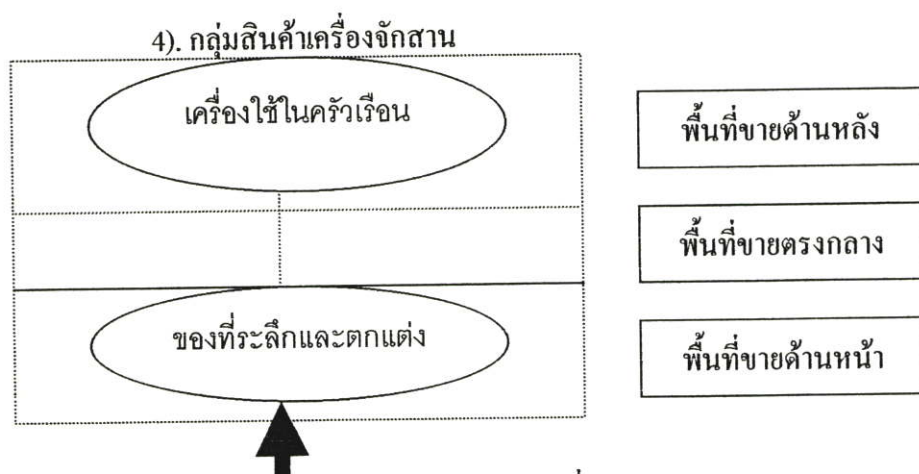


รูปที่ 4.30 แสดงตำแหน่งสินค้าประเภทต่างๆ ของกลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผา

4) กลุ่มสินค้าเครื่องจักสาน จากการสำรวจร้านค้ากลุ่มสินค้าเครื่องจักสาน สินค้าได้แบ่งเป็นประเภทสินค้าต่างๆ อีก 2 ประเภทคือ เครื่องใช้ในครัวเรือนและสินค้าประเภทของที่ระลึกและตกแต่ง ซึ่งหากจัดประเภทสินค้ากลุ่มเครื่องจักสานดังกล่าวตามความต้องการและหลักจิตวิทยาของผู้ซื้อ สินค้าประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนถือได้ว่าเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นและผู้ซื้อต้องการซื้อมากกว่าสินค้าเครื่องปั้นดินเผาประเภทของที่ระลึกและตกแต่ง การจัดสินค้าของร้านค้าจึงนิยมเอา เครื่องใช้ในครัวเรือนไว้ด้านในหรือพื้นที่ขายสินค้าส่วนด้านหลัง ส่วนสินค้าประเภทของที่ระลึกและตกแต่งจะจัดสินค้าไว้ในพื้นที่ขายส่วนด้านหน้า เพื่อดึงดูดความสนใจและสศุดตาผู้ซื้อ ซึ่งสินค้าประเภทของที่ระลึกและตกแต่งถือได้ว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย (Impulse Goods) การจัดวางตำแหน่งสินค้าแต่ละประเภทของกรณีศึกษาร้านค้า จากการสำรวจได้นำเสนอให้เห็นความสัมพันธ์ของสินค้ากับตำแหน่งการวางสินค้าภายในร้านดังตารางที่ 4.14 และ รูปที่ 4.42

ตารางที่ 4.14 แสดงตำแหน่งสินค้าเครื่องจักสานแต่ละประเภทในร้านค้า

ประเภทสินค้า	กรณีศึกษาร้านค้า	ตำแหน่งสินค้าภายในร้าน		
		หน้า	กลาง	หลัง
เครื่องใช้ในครัวเรือน	1. สามแยก 2. อูร์จักสาน 3. มุกดาหาร 4. แก่งกระเบา 5. นามพอง		• •	 • • •
ของที่ระลึกและตกแต่ง	1. สามแยก 2. อูร์จักสาน 3. มุกดาหาร 4. แก่งกระเบา 5. นามพอง	• • • •		•



รูปที่ 4.31 แสดงตำแหน่งสินค้าประเภทต่างๆ ของกลุ่มสินค้าเครื่องจักสาน

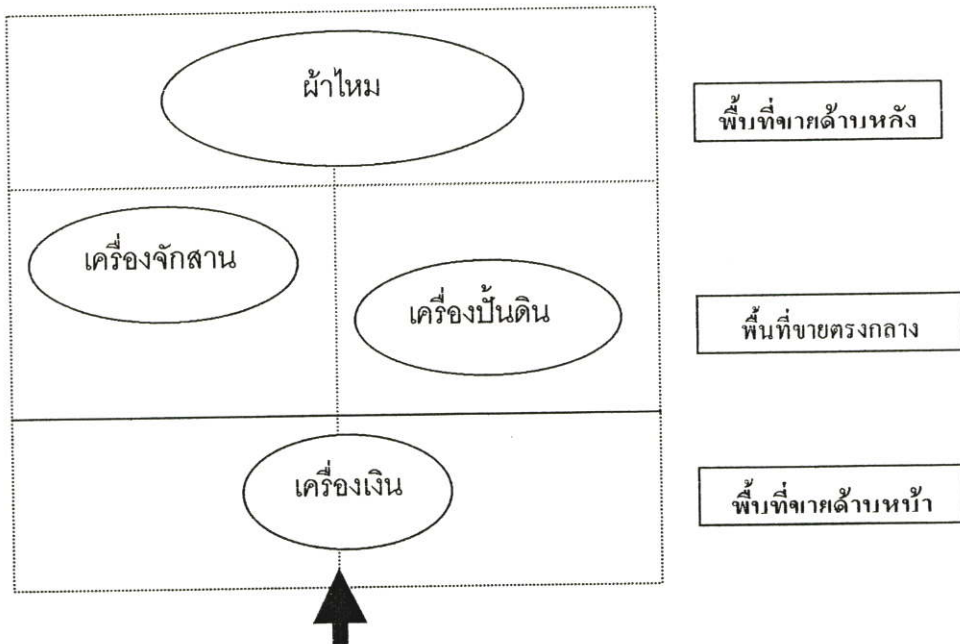
จากลักษณะการจัดวางตำแหน่งสินค้าประเภทต่างๆ ของกรณีศึกษาตัวอย่างร้านค้า ตำแหน่งของกลุ่มสินค้าผ้าไหม จะจัดวางสินค้าประเภทของที่ระลึกและของตกแต่งไว้ด้านหน้าร้าน ถัดมาจะเป็นสินค้าประเภทเครื่องใช้และเครื่องแต่งกาย ตามลำดับ ตำแหน่งของกลุ่มสินค้าเครื่องเงิน จะจัดวางสินค้าเครื่องเงินที่เป็นเครื่องประดับไว้ด้านหน้าก่อนจะถึงสินค้าเครื่องเงินที่เป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน ส่วนตำแหน่งของกลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องจักสาน จะจัดวางตำแหน่ง สินค้าประเภทของที่ระลึกและของตกแต่งไว้ด้านหน้า สินค้าประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนไว้ด้านในถัดเข้าไป

4.2.2.2 การจัดวางตำแหน่งกลุ่มสินค้าของกรณีศึกษาศูนย์จำหน่ายสินค้าฯ

จากการศึกษาดัชนีและการจัดวางตำแหน่งกลุ่มสินค้าทั้ง 4 กลุ่มคือ กลุ่มสินค้าผ้าไหม เครื่องเงิน เครื่องปั้นดินเผา และเครื่องจักสาน ของกรณีศึกษา ศูนย์จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสาน กลุ่มสินค้าเครื่องเงินซึ่งส่วนมากเป็นสินค้าเครื่องประดับ จะถูกวางไว้ด้านหน้าใกล้กับทางเข้า ต่อมาเป็นกลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องจักสาน ส่วนกลุ่มสินค้าผ้าไหม จะอยู่ตำแหน่งด้านหลังสุด ของพื้นที่ภายในศูนย์ ซึ่งหากจัดกลุ่มสินค้าทั้ง 4 กลุ่มตามความต้องการและหลักจิตวิทยาของผู้ซื้อ ถือว่าเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นและผู้ซื้อต้องการซื้อมากที่สุด (Demand Goods) สินค้ากลุ่มเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องจักสานส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนมีความจำเป็นและผู้ซื้อต้องการซื้อใกล้เคียงกันและเป็นอันดับรองจากกลุ่มสินค้าผ้าไหม ส่วนสินค้ากลุ่มเครื่องเงินจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย มีความจำเป็นและผู้ซื้อต้องการซื้อน้อย จากการสำรวจการจัดวางตำแหน่งสินค้าของศูนย์จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสาน ได้นำเสนอให้เห็นความสัมพันธ์ของกลุ่มสินค้ากับตำแหน่งการวางสินค้าแต่ละกลุ่มดังตารางที่ 4.15 และรูปที่ 4.32

ตารางที่ 4.15 แสดงตำแหน่งของกลุ่มสินค้าภายในศูนย์จำหน่ายสินค้า

ประเภทสินค้า	กรณีศึกษาร้านค้า	ตำแหน่งสินค้าภายในศูนย์		
		หน้า	กลาง	หลัง
ผ้าไหม	1. ศูนย์พระธรรม จันต์ 2. ศูนย์อุบล 3. ศูนย์สกลนคร		•	• •
เครื่องเงิน	1. ศูนย์พระธรรม จันต์ 2. ศูนย์อุบล 3. ศูนย์สกลนคร	• • •		
เครื่องปั้นดินเผา	1. ศูนย์พระธรรม จันต์ 2. ศูนย์อุบล 3. ศูนย์สกลนคร		• •	•
เครื่องจักสาน	1. ศูนย์พระธรรม จันต์ 2. ศูนย์อุบล 3. ศูนย์สกลนคร	• •	•	



รูปที่ 4.32 แสดงตำแหน่งกลุ่มสินค้าภายในศูนย์จำหน่ายสินค้า

บทที่ 5

การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล

จากสภาพปัญหาต่างๆ ในเบื้องต้นเกี่ยวกับสินค้าหัตถกรรมอีสาน ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลภาคเอกสาร โดยการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและสภาพทั่วไปของการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสาน ในบทนี้จะนำเอาข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อกำหนดพื้นที่ใช้สอยและเสนอแนวทางการจัดพื้นที่ใช้สอยภายใน เบื้องต้น โดยทำการวิเคราะห์ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

5.1 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและจำนวนผู้ใช้

ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายจากการสังเกตและสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสานในพื้นที่ศึกษาวิจัยคือนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่เดินทางมาเยือนจังหวัดนั้นๆ ซึ่งอาจจะมีจุดประสงค์ในการเดินทางมาแตกต่างกันไปและเดินทางมาจากที่ต่างกัน แต่มีความต้องการซื้อสินค้าที่ระลึก โดยเฉพาะสินค้าที่เป็นสินค้าพื้นเมืองของแต่ละท้องถิ่น

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในภาคอีสานมักมีแรงจูงใจจากเทศกาลประเพณีประจำปี สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ศาสนาและศิลปวัฒนธรรม (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2536 : 49) ช่วงเวลาของการท่องเที่ยวทุกเดือนตลอดทั้งปีจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาแตกต่างกันไป ช่วงเดือนที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมามากคือช่วงเดือนธันวาคมถึงมกราคมซึ่งเป็นช่วงเทศกาลปีใหม่ เดือนเมษายน, พฤษภาคม เป็นเดือนที่นักท่องเที่ยวเดินทางมามากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากเป็นช่วงฤดูร้อน มีเทศกาลวันสงกรานต์และเป็นช่วงปิดเทอมส่วนช่องเดือนตุลาคมและพฤศจิกายนเป็นช่วงเทศกาลออกพรรษา นักท่องเที่ยวก็นิยมเดินทางมาเหมือนกัน แหล่งท่องเที่ยวในภาคอีสานแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศาสนาสถาน และศิลปวัฒนธรรม ซึ่งจากการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายในประเทศไทยโดยรวม พ.ศ. 2542 พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากภูมิภาคอื่นนิยมไปแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศาสนา คิดเป็นร้อยละ 16.34 ไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 64.79 และนิยมไปแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมงานเทศกาลต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 9.51 จากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวนิยมซื้อสินค้าที่ระลึกกลับไปด้วย เพื่อเป็นของฝากแก่แหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึกส่วนมากมีเวลาในการแวะตามสถานที่ต่าง ๆ น้อย

แต่ก็ยังมีความต้องการซื้อสินค้าของที่ระลึกที่เป็นสินค้าพื้นเมือง ซึ่งสินค้าพื้นเมืองเหล่านี้มีบางส่วนเป็นสินค้าที่ผลิตจากงานศิลปหัตถกรรมมีแหล่งผลิตอยู่ตามหมู่บ้านต่าง ๆ ในชนบท และถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมอันหนึ่ง

ในการคาดคะเนจำนวนผู้ที่จะมาแวะซื้อสินค้าและขอข้อมูล ได้อ้างอิงจากการสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และสถิติจำนวนผู้ที่มาเยี่ยมเยือนจังหวัดในเขตอีสานตอนบน ระหว่างปี 2540 - 2545 จากตารางที่ 2.26 สามารถแบ่งค่าเฉลี่ยของจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนได้ 3 กลุ่ม ดังตารางที่ 5.2

1. กลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนมาก ได้แก่ อุตรธานี หนองคาย และสกลนคร
2. กลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนปานกลาง ได้แก่ มุกดาหาร นครพนม และเลย
3. กลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนน้อย ได้แก่ หนองบัวลำภู

ตารางที่ 5.1 จำนวนผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดในเขตอีสานตอนบนปี 2540 - 2545

จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมเยือนระหว่างปี 2539 - 2544						ค่าเฉลี่ย
	2540	2541	2542	2543	2544	2545	
อุตรธานี	1,352,980	1,394,880	1,436,780	1,478,680	1,520,580	1,562,480	1,457,730
หนองคาย	879,660	957,190	1,034,710	1,112,240	1,189,760	1,267,290	1,073,140
สกลนคร	825,510	856,670	887,820	918,980	950,140	981,290	903,400
มุกดาหาร	716,620	781,060	845,500	909,940	977,380	1,038,830	877,720
นครพนม	581,190	634,340	687,490	740,640	733,790	846,940	704,020
เลย	482,320	501,650	520,970	540,300	559,630	578,950	530,640
หนองบัวลำภู	182,600	182,960	183,310	183,670	184,020	184,380	183,490

ตารางที่ 5.2 แสดงการแบ่งกลุ่มจังหวัดและค่าเฉลี่ยจำนวนนักท่องเที่ยวต่อปี

กลุ่ม	จังหวัด	ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2540 - 2545	ค่าเฉลี่ยแต่ละกลุ่ม	ค่าเฉลี่ยจำนวน นักท่องเที่ยว ต่อวัน
สูง	อุดรธานี	1,457,730	1,144,756.67	3,136.31
	หนองคาย	1,073,140		
	สกลนคร	903,400		
กลาง	มุกดาหาร	877,720	704,126.67	1,929.11
	นครพนม	704,020		
	เลย	530,640		
ต่ำ	หนองบัวลำภู	183,490	183,490.00	503.71

จากตารางที่ 5.2 สามารถแบ่งกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนผู้มาเยี่ยมชมเยือนต่อวัน ได้ 3 กลุ่ม

1. กลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนผู้มาเยี่ยมชมเยือนสูง คือ 3,136.31 คน/วัน
2. กลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนผู้มาเยี่ยมชมเยือนปานกลาง คือ 1,929.11 คน/วัน
3. กลุ่มจังหวัดที่มีจำนวนผู้มาเยี่ยมชมเยือนต่ำ คือ 503.71 คน/วัน

ดังนั้นการคาดคะเนจำนวนผู้ที่จะมาแวะซื้อสินค้า และขอข้อมูลจากศูนย์ฯ จึงกำหนดเอา
กลุ่มจังหวัดที่มีผู้มาเยี่ยมชมเยือนสูง เป็นเกณฑ์ในการกำหนดจำนวนผู้ใช้

นอกจากนี้จากการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม ร้อยละ 9.5 จะแวะซื้อ
สินค้าที่ระลึก หลังจากบรรลุวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวดังนั้นจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวแวะ
ซื้อสินค้าของที่ระลึกประมาณ 297.92 คน/วัน ($3,136 \times 0.095$) ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวที่ต้องการ
ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว จากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 55.50 ไม่มีปัญหาและอุปสรรค
ในการท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวที่ต้องการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวมีร้อยละ 12.00 ดังนั้นจึงคาดว่า
จะมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการขอข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวโดยประมาณ 35.75 คน/วัน ($297.92 \times$
0.12)

5.2 การวิเคราะห์กิจกรรมและพื้นที่ใช้สอย

จากวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อเสนอค้นแบบศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้า
พื้นเมืองอีสาน ต้องการที่จะส่งเสริมสินค้าพื้นเมืองอีสานให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น และนำเอา
งานหัตถกรรมอีสานซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อีสานตอนบน ที่มีการผลิต

เป็นสินค้าพื้นเมืองมาจำหน่ายให้กับผู้ที่สนใจ โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในภาคอีสาน ดังนั้นองค์ประกอบพื้นที่ใช้สอยส่วนต่างๆ คือ

5.2.1 ส่วนส่งเสริมสินค้าหัตถกรรมอีสาน

ซึ่งเป็นพื้นที่สำหรับทำกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวและข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า เช่น แหล่งผลิตสินค้า ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญอันหนึ่ง การส่งเสริมอีกด้านหนึ่งที่จะทำให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสานได้รับความรู้และประโยชน์เพิ่มเติม นอกเหนือไปจากการนำเอางานหัตถกรรมอีสานมาจำหน่ายเพียงเพื่อเป็นสินค้าพื้นเมืองหรือสินค้าของที่ระลึกเท่านั้น พื้นที่ส่วนส่งเสริมสินค้าหัตถกรรมอีสานจะประกอบด้วย

5.2.1.1 พื้นที่ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกด้านข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งผลิตสินค้าหัตถกรรมอีสานในเขตอีสานตอนบน ลักษณะการให้บริการข้อมูลข่าวสารและการแจกเอกสารแผ่นพับ หนังสือหรือเป็นโปสเตอร์ติดประกาศ ให้คำปรึกษา ติดต่อสอบถามบริเวณเคาน์เตอร์ เมื่อมีผู้มาใช้บริการก็จะแจกเอกสารต่างๆ จากชั้นวางเอกสารหนังสือ นอกจากนี้ผู้ใช้บริการสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและแหล่งผลิตสินค้าหัตถกรรมอีสานได้เองโดยการใช้เครื่องให้บริการข้อมูลข่าวแบบอัตโนมัติและจัดอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารต่างๆ ได้ เช่น โทรศัพท์ โทรสาร เป็นต้น

จากการศึกษาแนวทางการจัดตั้งศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้เสนอรูปแบบและขนาดของศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวไว้ 5 ลักษณะ คือ ศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ ศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวขนาดเล็ก ศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวขนาดเล็กแบบ Kiosk ศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวแบบเคลื่อนที่ได้ และการให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวโดยใช้ป้ายบอกข้อมูลและเส้นทางท่องเที่ยว

ซึ่งจากการคาดคะเนจำนวนนักท่องเที่ยวที่ต้องการข่าวสารการท่องเที่ยว คาดว่าจะมีผู้ใช้บริการประมาณไม่ต่ำกว่า 38 คน/วัน ดังนั้นรูปแบบของศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวควรจะเป็นศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวขนาดเล็ก ซึ่งประกอบด้วย เคาน์เตอร์ติดต่อสอบถาม โดยมีบุคลากรให้บริการ 1 คน มีพื้นที่ย่อยสำหรับนั่งวางแผนการเดินทาง บอร์ดประกาศข่าวสารและสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ โทรศัพท์ โทรสาร การให้บริการข้อมูล จะประกอบด้วย แผนที่แหล่งท่องเที่ยว เส้นทางการเดินทาง สถานที่จำหน่ายของที่ระลึก โดยลักษณะการบริการจะเป็นการบอกเล่า ชี้แจง และแจกเอกสาร สิ่งตีพิมพ์ แผนที่ เอกสารเล่มเล็ก แผ่นพับ

จากลักษณะกิจกรรมและการให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดพื้นที่ใช้สอยของส่วนให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวได้ ดังตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 แสดงพื้นที่ใช้สอยของส่วนให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว

องค์ประกอบพื้นที่ใช้สอย	อุปกรณ์ประกอบ	พื้นที่ (ตารางเมตร)
1. พื้นที่ติดต่อสอบถามข้อมูล	-เคาน์เตอร์ติดต่อสอบถาม	1.44
	-ที่ทำงานเจ้าหน้าที่	5.40
	-ตู้เก็บเอกสาร	
	-ชั้นวางเอกสารสิ่งพิมพ์	20
	-บอร์ดติดประกาศข่าวสาร	1.08
	-แผนที่แหล่งท่องเที่ยว	1.08
2. พื้นที่สำหรับนั่งพักคอยและวางแผนการเดินทาง	-ชุดรับแขก 4 ที่ 2 ชุด (4.5X2.9)	9
3. พื้นที่เก็บเอกสาร	-	8
	รวม	46

5.2.1.2 พื้นที่จัดแสดงผลงานหัตถกรรมอีสาน เป็นการส่งเสริมด้านการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานศิลปหัตถกรรมอีสานโดยมุ่งเน้นให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ได้รับรู้คุณค่าหัตถกรรมอีสานทั้ง 4 ประเภท คือ ผ้าไหม เครื่องเงิน เครื่องปั้นดินเผา และเครื่องจักสาน

การจัดแสดงเกี่ยวกับงานศิลปหัตถกรรมอีสานได้แบ่งพื้นที่การจัดแสดงออกเป็น 2 ส่วนคือ การจัดแสดงแบบถาวร โดยการใช้ตู้จัดแสดง ภายในจัดแสดง งานศิลปหัตถกรรมอีสานทั้ง 4 ประเภท แยกกันแต่ละตู้จัดแสดง การจัดแสดงแบบหมุนเวียนเป็นการจัดแสดงโดยต้องการให้ผู้เข้าชมได้ศึกษาเรียนรู้การสร้างงานศิลปหัตถกรรมอีสานจากผู้ผลิต โดยจะมีการสาธิตการผลิตงานหัตถกรรมอีสานแต่ละประเภทให้ชม หมุนเวียนสลับกันไปนอกจากนี้ยังสามารถใช้พื้นที่ส่วนนี้เป็นพื้นที่ทำกิจกรรมเกี่ยวกับการส่งเสริมสินค้าหัตถกรรมอีสานให้เป็นที่เข้าใจและรู้จักงานหัตถกรรมอีสานเพิ่มมากขึ้น

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าหัตถกรรมให้มีศักยภาพด้านการตลาด โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้เสนอนโยบายต่างๆ เช่น โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มุ่งเน้น การนำเอาจุดเด่นของงานหัตถกรรมที่มีเอกลักษณ์ และแสดงออกถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น มาเผยแพร่เพื่อให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายนั้น นโยบาย

ดังกล่าวสามารถนำเสนอให้เห็นผลในเชิงรูปธรรมได้หลายวิธีการ แต่ในการศึกษานี้ขอนำเสนอในรูปแบบการจัดนิทรรศการ ซึ่งแยกเป็น 2 ส่วน คือ

1) การจัดนิทรรศการแบบถาวร มีจุดประสงค์เพื่อต้องการให้ผู้เข้าชมเยี่ยมชมศูนย์ฯ ได้เห็นเอกลักษณ์ของงานหัตถกรรมประเภทต่างๆ ที่มีการผลิตในเขตพื้นที่อีสานตอนบนจากการสำรวจพบว่ามีการผลิตงานหัตถกรรมประเภทต่างๆ 4 ประเภทคือ การทอผ้า งานหัตถกรรมโลหะ เครื่องปั้นดินเผา และ เครื่องจักสาน ซึ่งงานหัตถกรรมดังกล่าวทั้ง 4 ประเภทจะมีลักษณะและเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น ดังต่อไปนี้

การทอผ้าเป็นงานหัตถกรรมที่นิยมทอกันมากเกือบทุกภาคของประเทศซึ่งภาคอีสานก็จะมี การทอผ้าที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างจากภาคอื่น โดยในเขตอีสานตอนบนสามารถแบ่งลักษณะหรือรูปแบบของผ้าทออีสานตอนบน ซึ่งยังคงมีการทอผ้าสืบต่อกันมาจนปัจจุบัน โดยแบ่งเป็นกลุ่มต่างๆ 3 กลุ่มตามลักษณะของแต่ละท้องถิ่นที่มีลักษณะคล้ายกัน ได้แก่ ผ้าทอจากจังหวัดอุดรธานีและหนองคาย ผ้าทอจากจังหวัดเลยและหนองบัวลำภู ผ้าทอจากจังหวัดสกลนคร นครพนม มุกดาหาร จากลักษณะของผ้าทอทั้ง 3 กลุ่มดังกล่าวข้างต้นก็จะมีลักษณะเฉพาะของแต่ละจังหวัดแยกย่อยลงไปอีก ดังนั้นในการนำเสนอเอกลักษณ์ของผ้าทอในเขตอีสานตอนบนจึงได้นำเสนอโดยแยกเป็นแต่ละจังหวัดทั้ง 7 จังหวัด การจัดแสดงจะเป็นการนำเอาผ้าทอจากแหล่งต่างๆ มาจัดแสดงเพื่อให้ผู้เข้าชมได้เห็นความงดงามและคุณค่าของผ้าทออีสานตอนบน

งานหัตถกรรมโลหะในเขตพื้นที่อีสานตอนบนแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ หัตถกรรมโลหะ เป็นเครื่องใช้ซึ่งส่วนใหญ่จะผลิตขึ้นเพื่อใช้ในการเกษตรกรรม มีการผลิตกันมากในแถบจังหวัดนครพนม ส่วนงานหัตถกรรมโลหะประเภทเครื่องประดับเงิน แต่เดิมมีการผลิตกันมากในแถบจังหวัดหนองคายและอุดรธานี ปัจจุบันมีการผลิตกันน้อยมาก งานหัตถกรรมโลหะประเภทเครื่องประดับเงินส่วนมากจะมาจากฝั่งประเทศลาว ซึ่งมีพรมแดนติดต่อกับไทยจึงมีการสืบต่อกันมาแต่อดีตงานหัตถกรรมโลหะในพื้นที่อีสานตอนบนไม่ค่อยมีอะไรโดดเด่นมากนัก

เครื่องปั้นดินเผาในเขตพื้นที่อีสานตอนบนมีการผลิตจากแหล่งต่างๆ 4 แห่งคือ เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี เครื่องปั้นดินเผาจากจังหวัดนครพนม เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงเครือ จังหวัดสกลนคร และเครื่องปั้นดินเผาจากบ้านโค้งสวรรค์จังหวัดหนองบัวลำภู ซึ่งงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาทั้ง 4 กลุ่มดังกล่าวส่วนใหญ่จะผลิตขึ้นมาเพื่อเป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน จนมาปัจจุบันลักษณะการใช้สอยเปลี่ยนไปจึงหันมาผลิตของที่ระลึกและตกแต่งเพื่อจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว

เครื่องจักรสานในเขตพื้นที่อีสานตอนบนมีการผลิตงานหัตถกรรม
จักสานจากแหล่งต่างๆ 3 แห่งคือ เครื่องจักสานจากจังหวัดเลยและหนองบัวลำภู เครื่องจักสานจาก
จังหวัดอุดรธานีและหนองคาย เครื่องจักสานจากจังหวัดสกลนคร นครพนม และมุกดาหาร ซึ่ง
การผลิตงานหัตถกรรมจักสานส่วนใหญ่จะผลิตเป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน แต่ปัจจุบันได้มีการผลิต
งานจักสานเพื่อเป็นของที่ระลึกและตกแต่งด้วย

จากลักษณะและรูปแบบของหัตถกรรมอีสานในเขตอีสานตอนบน
ดังกล่าวทั้ง 4 ประเภท สามารถนำเสนอให้เห็นเอกลักษณ์ของงานหัตถกรรมแต่ละท้องถิ่นด้วยการ
จัดนิทรรศการแบบถาวร โดยมีเนื้อหาเรื่องราวและพื้นที่ใช้สอยดังตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4 แสดงพื้นที่ใช้สอยส่วนนิทรรศการถาวร

เนื้อหาจัดแสดง เรื่องใหญ่	เนื้อหาจัดแสดง เรื่องย่อย	สื่อและเทคนิค การจัดแสดง	อุปกรณ์ ประกอบ	พื้นที่ ตาราง เมตร
1. ประวัติและความ เป็นมาของหัตถกรรม อีสานประเภทต่างๆ	1. การทอผ้า 2. หัตถกรรมโลหะ 3. เครื่องปั้นดินเผา 4. เครื่องจักสาน	แผ่นข้อมูล	บอร์ดขนาด กลาง (3 x 2)	6
2. ลักษณะและเอกลักษณ์ ของผ้าทออีสาน ตอนบน	1. ผ้าทออุครธานี และหนองคาย 2. ผ้าทอเลยและหนองบัวลำภู 3. ผ้าทอสกลนคร นครพนมและ มุกดาหาร	วัตถุจริง	ตู้แสดงวัตถุ (1 x 4 x 2.50)	16 16 24
3. ลักษณะและเอกลักษณ์ ของงาน หัตถกรรมโลหะอีสาน ตอนบน	1. หัตถกรรมโลหะ ประเภทเครื่องใช้ 2. หัตถกรรมโลหะ ประเภทเครื่องประดับเงิน	วัตถุจริง	ตู้แสดงวัตถุ (1 x 4 x 2.50)	8 8
4. ลักษณะและเอกลักษณ์ ของเครื่องปั้นดิน เผาอีสานตอนบน	1. เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง จ.อุครธานี 2. เครื่องปั้นดินเผาทำอุเทน จ.นครพนม 3. เครื่องปั้นดินเผา บ้านเชียงเครือ จ.สกลนคร 4. เครื่องปั้นดินเผา บ้านโค้งสวรรค์ จ.หนองบัวลำภู	วัตถุจริง	แท่นแสดง ขนาดใหญ่ (4 x 4 x 0.50)	16 16 16
4. ลักษณะและเอกลักษณ์ ของเครื่องจัก สานอีสานตอนบน	1. เครื่องจักสานอุครธานีและ หนองคาย 2. เครื่องจักสานเลยและ หนองบัวลำภู 3. เครื่องจักสานสกลนคร นครพนม มุกดาหาร	วัตถุจริง	แท่นแสดง ขนาดใหญ่ (4 x 4 x 0.50)	16 16 16
			รวม	208

2) การจัดการนิตการแบบหมุนเวียน มีจุดประสงค์เพื่อต้องการให้ผู้ที่เข้าเยี่ยมชมศูนย์ฯ ได้รับรู้และ เห็นความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการศึกษาจากตัวงานหัตถกรรมแต่ละประเภท ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งของการศึกษาหัตถกรรมพื้นบ้าน (วิบูลย์ ธีสุวรรณ 2539: 89-114) กล่าวคือ จะต้องศึกษาถึงขั้นตอนการผลิตและกระบวนการสร้างงานหัตถกรรมแต่ละประเภท ดังนั้นในการจัดการนิตการแบบหมุนเวียนจึงได้นำเสนอโดยการจัดให้มีการสาธิตการผลิตและสร้างงานหัตถกรรมอีสานแต่ละประเภทคือ สาธิตกรรมวิธีการทอผ้า การทำหัตถกรรมโลหะ การทำเครื่องปั้นดินเผา และการทำเครื่องจักสาน โดยจะนำเอาผู้ผลิตงานหัตถกรรมแต่ละประเภทจากแหล่งต่างๆ ในอีสานตอนบนที่มีความรู้ความชำนาญมาสาธิตหมุนเวียนสลับกันไปตามเทศกาล กิจกรรมและงานประเพณีของภาคอีสานตอนบนตลอดทั้งปี ซึ่งงานหัตถกรรมอีสานแต่ละประเภทจะมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตและเทศกาลประเพณีต่างๆของชาวอีสานในแต่ละเดือน ดังตารางที่ 5.5

ตารางที่ 5.5 แสดงงานเทศกาล, กิจกรรมและประเพณีของอีสานตอนบนในแต่ละเดือน

เดือน	งานเทศกาล, กิจกรรมและประเพณีของอีสานตอนบน	จังหวัด
มกราคม	งานนมัสการสมเด็จพระนเรศวร	หนองบัวลำภู
กุมภาพันธ์	งานนมัสการองค์พระธาตุพนม งานดอกฝ้ายบานที่เมืองเลย	นครพนม เลย
มีนาคม	งานนมัสการพระพุทธบาทบัวบก	อุดรธานี
เมษายน	งานแข่งเรือโขง งานบุญบั้งไฟกุมภาวาปี	สกลนคร อุดรธานี
พฤษภาคม	งานนมัสการพระธาตุศรีสองรัก	เลย
มิถุนายน	งานประเพณีแห่ผีตาโขน งานมรดกโลกบ้านเชียง 5,000 ปี	เลย อุดรธานี
กรกฎาคม	งานแห่เทียนพรรษา งานเทศกาล ไร่รำลึก	หนองคาย สกลนคร
สิงหาคม	-	-
กันยายน	-	-
ตุลาคม	งานประเพณีไหลเรือไฟ, แข่งเรือ งานประเพณีแข่งเรือออกพรรษา งานแห่ปราสาทผึ้ง งานแข่งเรือและบั้งไฟพญานาค	นครพนม มุกดาหาร สกลนคร หนองคาย
พฤศจิกายน	งานประเพณีน้ำตกคำหอม	สกลนคร
ธันวาคม	งานชมภูพานเผ่าไทย ไทสกล	สกลนคร

งานเทศกาลกิจกรรมและประเพณีของอีสานตอนบนดังกล่าว

ข้างต้น สามารถนำมาจัดช่วงเวลาในการจัดนิทรรศการหมุนเวียนในแต่ละเดือนได้ เช่น ในเดือนมีนาคมจะมีการจัดงานมรดกโลกบ้านเชียง 5,000 ปี ซึ่งเป็นเครื่องปั้นดินเผา ควรจะมีการสาธิตการทำเครื่องปั้นดินเผาจากบ้านเชียง จ.อุดรธานี หรือในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ มีการจัดงานดอกฝ้ายบานที่เมืองเลย ก็ควรจะมีการสาธิตการทอผ้าจากแหล่งผลิตต่างๆ เป็นต้น ส่วนขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิตงานหัตถกรรมอีสานแต่ละประเภท ได้แก่

การทอผ้า ถือเป็นการผลิตงานหัตถกรรมที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชาวอีสานเป็นอย่างมาก เนื่องจากในอดีตจะต้องมีการทอผ้าใช้กันเองเกือบทุกครัวเรือน โดยใช้เวลารว่างจากการทำนาหรือเกษตรกรรมแล้ว เริ่มจากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเอง เมื่อตัวไหมโตเต็มที่ก็จะนำมาด้อมเพื่อปั่นเอาเส้นไหมจากตัวไหม จากนั้นก็จะนำเส้นไหมที่ได้มากทำการย้อมสีโดยการใช้สีที่ได้จากธรรมชาติ แล้วนำเส้นไหมที่ย้อมแล้วมาทำการทอเป็นผืน โดยใช้เครื่องมือในการทอผ้าประกอบด้วย ฝีม กะสวย และส่วนประกอบอื่นๆ ประกอบกันเป็นที่ทอผ้า ซึ่งผ้าทอของแต่ละท้องถิ่นก็จะมีลวดลายแตกต่างกัน ไปเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

งานหัตถกรรมโลหะ มีทั้งการผลิตเพื่อใช้เป็นเครื่องมือใช้สอยในการประกอบอาชีพและเครื่องใช้ในครัวเรือน เช่น มีด จอบ เสียม ซึ่งมีการผลิตจากเหล็ก ส่วนพวกเครื่องเงินนั้นมักจะทำเป็นเครื่องประดับ ซึ่งในปัจจุบันมีช่างประเภนี้เหลืออยู่น้อยมาก

การทำเครื่องปั้นดินเผา ส่วนมากจะทำเพื่อเป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน แต่ในปัจจุบันลักษณะการใช้สอยเปลี่ยนไปจึงมีการผลิตเพื่อเป็นสินค้าของที่ระลึกและตกแต่ง โดยมีกรรมวิธีการผลิตเริ่มจากการเตรียมดินโดยการผสมดินแล้วหมักดิน แล้วนำมาขึ้นรูปโดยการใช้แป้นหมุน พอได้รูปทรงตามต้องการก็จะนำไปตากแดด แล้วนำมาเผาในเตาเผาจนแข็งแรงสามารถนำมาใช้ได้ บางท้องถิ่นมีการเขียนลวดลายเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความสวยงามหรือมีการแกะลวดลายซึ่งแต่ละแหล่งผลิตก็จะมีเอกลักษณ์แตกต่างกันไป

การทำเครื่องจักสานมีกรรมวิธีการทำแตกต่างกันมากในแต่ละท้องถิ่น โดยเฉพาะการสาน ลวดลาย และ วัสดุที่นำมาสาน โดยส่วนมากจะใช้ไม้ไผ่และหวายมาทำเป็นเครื่องจักสาน มีกรรมวิธีการผลิตโดยสังเขป คือ นำไม้ไผ่หรือหวายมาทำให้เป็นเส้นแฉกริ้วโดยการเหลาให้ได้ตามขนาดที่ต้องการแล้วนำมาสานตามรูปแบบและลักษณะที่ต้องการซึ่งลักษณะต่างๆของเครื่องใช้ที่ทำจากเครื่องจักสานก็จะมีรูปแบบที่เกิดจากการถ่ายทอดกันมาของแต่ละท้องถิ่น

จากกรรมวิธีการผลิตงานหัตถกรรมแต่ละประเภท สามารถนำมาถ่ายทอดเพื่อให้ผู้เข้าชมได้รู้คุณค่าและทราบถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยการสาธิตการผลิตงานหัตถกรรมแต่ละประเภทหมุนเวียนกันไป โดยมีเนื้อหาการนำเสนอและพื้นที่ใช้สอยดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.6 แสดงพื้นที่ใช้สอยส่วนนิทรรศการหมุนเวียน

เนื้อหาการจัดแสดง	สื่อและเทคนิค จัดแสดง	อุปกรณ์ประกอบ	พื้นที่โดย ประมาณ (ตารางเมตร)
1. กรรมวิธีการสร้างหัตถกรรม ทอผ้า	สาธิตการผลิต โดยใช้วัสดุจริง	-หม้อต้มไหม -เครื่องสาวไหม -ที่ปั่นค้าย -อุปกรณ์การข้อมสี่ -ก๊ทอผ้า	36
2. กรรมวิธีการสร้างงาน หัตถกรรมโลหะ	สาธิตการผลิต โดยใช้วัสดุจริง	-ทั่งตีเหล็ก -เตาไฟ -อุปกรณ์ -เครื่องแกะลวดลาย -โต๊ะทำการแกะลาย และขึ้นรูป	24
3. กรรมวิธีการสร้างงาน หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา	สาธิตการผลิต โดยใช้วัสดุจริง	-ดินหมัก -แท่นหมุน -เครื่องมือทำ ลวดลาย -อุปกรณ์การเขียนลาย -สีธรรมชาติ	16
4. กรรมวิธีการสร้างงาน หัตถกรรมเครื่องจักสาน	สาธิตการผลิต โดยใช้วัสดุจริง	-ไม้ไผ่ -หวาย -มีด -อุปกรณ์การขึ้นรูป -เครื่องมือประกอบ การทำจักสาน	12

จากตารางที่ 5.6 พื้นที่ใช้สอยในการสาธิตกรรมวิธีการสร้างและผลิตหัตถกรรมอีสานทั้ง 4 ประเภท กรรมวิธีการผลิตผ้าทอมีกระบวนการและขั้นตอนและใช้พื้นที่มากที่สุดคือ 36 ตารางเมตร ส่วนการผลิตเครื่องปั้นดินเผา งานหัตถกรรมโลหะและเครื่องจักสานมีกระบวนการและขั้นตอนไม่มากและการใช้พื้นที่โดยประมาณใกล้เคียงกันดังนั้นในการกำหนดพื้นที่

ที่ใช้สอยส่วนนิทรรศการหมุนเวียนกำหนดจากพื้นที่การสาธิตกรรมวิธีและการผลิตผ้าทอเป็นหลัก เนื่องจากใช้พื้นที่มากที่สุดและครอบคลุมพื้นที่การสาธิตกรรมวิธีและการผลิตงานหัตถกรรมประเภทอื่นด้วย

5.2.2 ส่วนจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสาน

เป็นพื้นที่ที่ผู้ใช้บริการเข้ามามากกว่าพื้นที่ส่วนอื่น ๆ เนื่องจากมีการเลือกซื้อและชมสินค้าหัตถกรรมประเภทต่าง ๆ พื้นที่ขายสินค้าจะแบ่งเป็นส่วนย่อยตามประเภทสินค้าหัตถกรรมอีสานในเขตอีสานตอนบน ซึ่งจะประกอบด้วยพื้นที่ขายสินค้าผ้าไหม เครื่องเงิน เครื่องปั้นดินเผา และเครื่องจักสาน ในแต่ละประเภทสินค้าก็จะแยกย่อยลงไปอีกตามชนิดสินค้าที่มีการจำหน่ายในเขตอีสานตอนบน

5.2.2.1 พื้นที่ขายสินค้า ได้นำเอาข้อมูลของพื้นที่ขายที่ได้จากสถานประกอบการ ซึ่งมีขนาดใกล้เคียงกับอาคารพาณิชย์ คือประมาณ 2 คูหา หรือ 98 ตารางเมตร จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าแต่ละประเภท มีจำนวนผู้มาซื้อสินค้าวันละประมาณ 50-100 คน/วัน ดังนั้นจะมีผู้มาซื้อสินค้าเฉลี่ยวันละ 75 คน/วัน หากเปรียบเทียบกับจำนวนผู้มาซื้อสินค้าในศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสาน ซึ่งได้จากการประมาณการจากแนวโน้มผู้มาเยี่ยมชมจังหวัดต่างๆ ในอนาคต คาดว่าจะมีผู้มาซื้อสินค้าน่าจะเพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าทั่วไป ดังนั้นการกำหนดพื้นที่ขายสินค้าน่าจะเพิ่มขึ้นให้เหมาะสมกับจำนวนผู้ซื้อสินค้าที่เพิ่มขึ้น โดยการเปรียบเทียบสัดส่วนดังนี้

จำนวนผู้ซื้อสินค้า 75 คน/วัน ใช้พื้นที่ขายสินค้า (จากกรณีศึกษา) 108.87 ตารางเมตร เฉลี่ยคนละ 1.45 ตารางเมตร หากจำนวนผู้ซื้อจากการคาดการณ์เพิ่มขึ้นเป็น 297 คน/วัน ควรจะมีพื้นที่ขายสินค้าประมาณ 430.65 ตารางเมตร โดยยังคงใช้สัดส่วนการแบ่งพื้นที่ขายสินค้าจากกรณีศึกษาเป็นแนวทางในการแบ่งสัดส่วนสินค้าแต่ละประเภท คือ

ตารางที่ 5.7 แสดงสัดส่วนพื้นที่ขายสินค้าแต่ละประเภท

สัดส่วนการแบ่งพื้นที่ขายจากกรณีศึกษา		สัดส่วนพื้นที่ขายสินค้าของศูนย์ฯ (ตารางเมตร)	
พื้นที่ขายรวม	100 %	108.97	430.65
ผ้าไหม	29.06 %	31.59	125.14
เครื่องเงิน	6.40 %	7.125	30.68
เครื่องปั้นดินเผา	33.37 %	36.98	143.70
เครื่องจักสาน	30.61 %	33.28	131.82

5.2.2.2 พื้นที่สนับสนุนการจำหน่ายสินค้าและเก็บสำรองสินค้า เป็นพื้นที่ที่ส่งเสริมให้กิจกรรมการจำหน่ายสินค้าเกิดความสะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้นประกอบด้วยพื้นที่ส่วนย่อยอีก คือ พื้นที่จัดเตรียมสินค้า พื้นที่สำหรับดองสินค้าซึ่งจะต้องจัดเป็นห้องดองสินค้า ประเภทเครื่องแต่งกาย พื้นที่บรรจุหีบห่อพื้นที่ชำระเงิน พื้นที่เก็บสำรองสินค้าและพื้นที่ทำงานของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับคลังสินค้า

การจัดวางตำแหน่งพื้นที่ขายสินค้า ส่วนประกอบสำคัญอีกอันหนึ่งในการจัดพื้นที่ขายสินค้านอกเหนือไปจากสัดส่วนของพื้นที่ขายแต่ละประเภทดังกล่าวแล้ว การจัดวางตำแหน่งสินค้าแต่ละประเภทให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อที่มีส่วนที่จะส่งเสริมให้สินค้าได้รับความสนใจหรือสะดุดตาผู้ซื้อ เป็นการสร้างโอกาสการขายสินค้าและทำให้เกิดการซื้อสินค้าในที่สุด จากการศึกษาลักษณะและสภาพทั่วไปของการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมในเขตอีสานตอนบน มีการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสาน 4 กลุ่มคือ

1. กลุ่มสินค้าผ้าไหม แบ่งเป็นประเภทสินค้าย่อยอีกคือสินค้าผ้าไทย ประเภทเครื่องแต่งกาย เครื่องใช้และของที่ระลึกและตกแต่ง
2. กลุ่มสินค้าเครื่องเงิน แบ่งเป็นประเภทสินค้าย่อยอีกคือสินค้าเครื่องเงินประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนและเครื่องประดับ
3. กลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผา แบ่งเป็นประเภทสินค้าย่อยอีกคือสินค้าเครื่องปั้นดินเผาประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนและของที่ระลึกและตกแต่ง
4. กลุ่มสินค้าเครื่องจักสาน แบ่งเป็นประเภทสินค้าย่อยอีกคือสินค้าเครื่องจักสานประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนและของที่ระลึกและตกแต่ง

จากลักษณะของสินค้าทั้ง 4 กลุ่ม สินค้าที่ถือได้ว่าเป็นสินค้าที่จำเป็นโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือกลุ่มสินค้าผ้าไหมซึ่งส่วนใหญ่เป็นเครื่องแต่งกาย รองลงมาคือกลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องจักสาน ส่วนกลุ่มสินค้าเครื่องเงินถือได้ว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ดังนั้นในการจัดวางตำแหน่งสินค้าทั้งสองกลุ่มย่อมมีความแตกต่างกัน จากการศึกษาการจัดวางตำแหน่งของสินค้าแต่ละประเภทของกรณีตัวอย่างข้างได้เสนอเป็นแผนภาพแล้วในบทที่ 4 กล่าวคือผู้ขายสินค้าจะนำเอาสินค้าที่ผู้ซื้อไม่ค่อยมีความต้องการซื้อหรือจำเป็นต้องซื้อนำมาเสนอไว้ด้านหน้าร้านหรือใกล้กับทางสัญจร เพื่อต้องการเป็นที่สะดุดตาแก่ผู้ซื้อ ส่วนสินค้าที่ผู้ซื้อมีความต้องการซื้อจะจัดไว้ด้านหลังร้านหรือพื้นที่ที่ไม่เด่นมาก

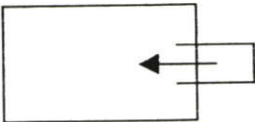
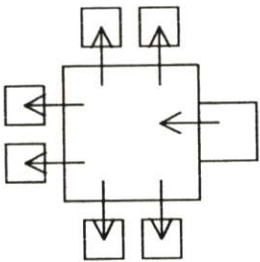
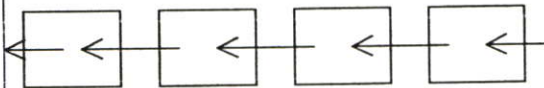
การจัดวางตำแหน่งสินค้าลักษณะนี้สอดคล้องกับข้อเสนอของโปลิน (Bohn 1982: 130-131) คือมีหลักในการกำหนดเนื้อที่ใช้สอยและตำแหน่งของสินค้ากลุ่มต่างๆ โดยการพิจารณาคุณค่าของเนื้อที่ใช้สอยส่วนต่างๆ ของร้านค้าที่มีคุณค่าต่างกัน กล่าวคือ บริเวณพื้นที่

ซึ่งอยู่ด้านหน้ามีคุณค่าหรือศักยภาพมากกว่าบริเวณหลังสุดของร้านถึง 5 เท่า ดังนั้นจึงควรวางตำแหน่งสินค้าที่มีกำไรหรือสินค้าฟุ่มเฟือยไว้ใกล้กับทางเข้าหรือด้านหน้าร้าน และวางสินค้าที่ผู้ซื้อมีความต้องการหรือสินค้าจำเป็นไว้ด้านหลังเพื่อดึงความสนใจและสัญจรไปยังทิศทางด้านกล่าว

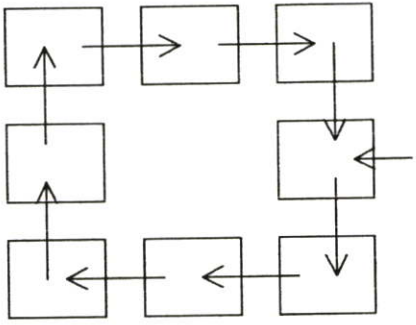
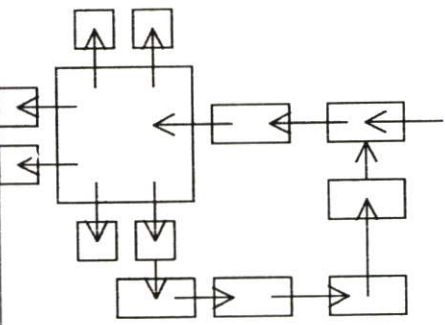
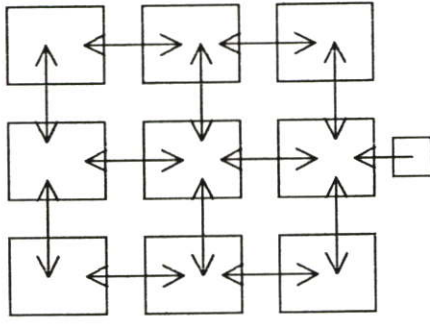
การจัดผังพื้นที่ขายสินค้า นอกเหนือจากการจัดวางตำแหน่งสินค้าแล้ว การจัดผังของพื้นที่ขายสินค้าแต่ละกลุ่มก็เป็นส่วนสำคัญในการจัดพื้นที่ขายสินค้า

การจัดผังพื้นที่ขายสินค้าแต่ละกลุ่มสินค้าทั้ง 4 ประเภท หากนำมาเปรียบเทียบกับลักษณะของการจัดห้องแสดงนิทรรศการจะมีลักษณะใกล้เคียงกันคือ จะมีลักษณะและเรื่องราวของสินค้าแต่ละประเภทเป็นส่วนประกอบ ดังนั้นในการจัดผังพื้นที่ขายสินค้าแต่ละกลุ่ม ผู้วิจัยได้นำเอารูปแบบการจัดผังห้องจัดแสดงนิทรรศการมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทาง โดยได้วิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบ ลักษณะการใช้ ข้อดีและข้อเสียของการจัดผังห้องแสดงแต่ละแบบ ดังนี้คือ

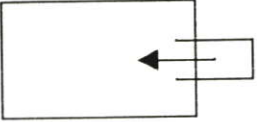
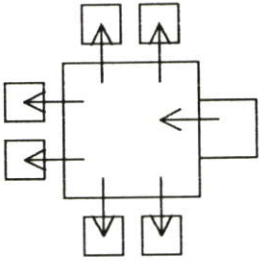
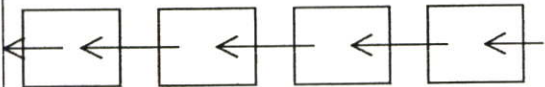
ตารางที่ 5.8 แสดงการจัดผังห้องจัดแสดงนิทรรศการ

รูปแบบผัง	ลักษณะการใช้
1. ผังแบบ Open Plan 	เป็นผังที่มีลักษณะเป็นห้องกว้าง มีทิศทางการเดินแบบอิสระ มีทางเข้าและทางออก เป็นทางเดียวกัน เป็นผังที่เหมาะสมสำหรับการจัดแสดงในลักษณะทั่วไป
2. ผังแบบ Core and Satellites/Enfilade 	เป็นผังที่มีห้องแสดงหลักอยู่ตรงกลางและมีห้องย่อยๆ หลายห้องรายล้อมและเชื่อมต่อกับห้องแสดงหลัก มีทิศทางการเดินชมแบบอิสระ และการเดินชมจากห้องหลักแล้วแยกย้ายไปยังห้องแสดงย่อยแต่ละห้อง มีทางเข้าและทางออก เป็นทางเดียวกัน
3. ผังแบบ Linear Processing 	เป็นผังที่มีห้องแสดงเรียงเชื่อมต่อกันไป มีทิศทางการเดินชมแบบกำหนดทิศทางได้ คือ การเดินชมเป็นลำดับจากห้องแรก ไปยังห้องสุดท้าย มีทางเข้าและทางออกเป็นคนละทาง

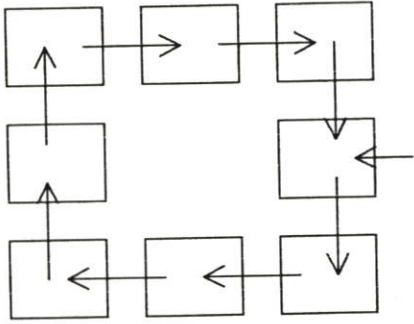
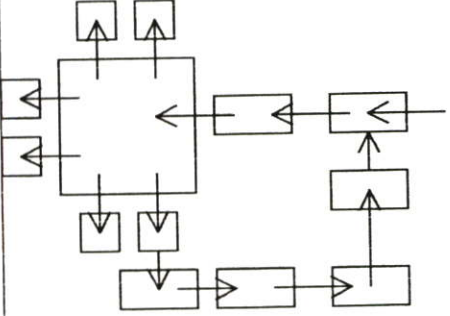
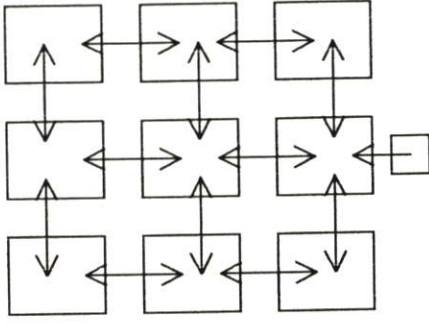
ตารางที่ 5.8 (ต่อ)

รูปแบบผัง	ลักษณะการใช้
<p>4. ผังแบบ Loop</p> 	<p>เป็นผังที่มีห้องเรียงรายต่อกันเป็นกลุ่ม มีทิศทางการเดินชมจากห้องหนึ่งไปยังอีกห้องหนึ่งจนครบและวนกลับมาที่เดิม เหมาะสำหรับการจัดกิจกรรมแบบรวมและแบบการกระจายไปยังห้องต่างๆ</p>
<p>5. ผังแบบ Complex</p> 	<p>เป็นผังที่มีห้องแสดงหลายห้องเรียงกัน และเชื่อมต่อกันในหลายลักษณะ มีทิศทางการเดินชมขึ้นอยู่กับความต่อเนื่องของห้องต่างๆ มีทางเข้าและทางออก เป็นทางเดียวกัน ผังแบบ Complex เป็นผังที่เหมาะสมสำหรับการจัดแสดงที่มีความซับซ้อน หรือมีการจัดแสดงหลายเรื่อง</p>
<p>6. ผังแบบ Labyrinth</p> 	<p>เป็นผังที่มีห้องเรียงต่อกันเป็นกลุ่ม และมีห้องอยู่ตรงกลาง มีทิศทางการเดินชมแบบอิสระ มีทางเข้าและทางออก เป็นทางเดียวกัน เหมาะสำหรับการจัดแสดงที่เน้นความสับสนของเรื่องราว กับผลงานทั้งหมดที่จัดแสดง</p>

ตารางที่ 5.9 แสดงข้อดีและข้อเสียของการจัดผังห้องแสดงแต่ละรูปแบบ

รูปแบบห้อง	ข้อดี	ข้อเสีย
<p>1. ผังแบบ Open Plan</p> 	<ul style="list-style-type: none"> -เหมาะกับการจัดแสดงทั่วไป -สะดวกแก่การเข้าถึง -ทิศทางการเดินเป็นอิสระ -เป็นการจัดแบบว่างๆ ประหยัดเนื้อที่ 	<ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบผังง่ายเกินไป ไม่น่าสนใจ -ไม่เหมาะกับการจัดแสดงที่ต้องการลำดับขั้นตอน
<p>2. ผังแบบ Core and Satellites/Enfilade</p> 	<ul style="list-style-type: none"> -ความสำคัญทุกห้องเท่ากัน -สามารถมองเห็นห้องแสดงทุกห้องได้เท่ากัน -เหมาะสำหรับการจัดแบบศูนย์รวม -สามารถกระจายไปห้องต่างๆ ได้ง่าย -มีทางเข้าออกทางเดียว -ง่ายแก่การควบคุมผู้ชม 	<ul style="list-style-type: none"> -ไม่สามารถควบคุมทิศทางการเดินได้
<p>3. ผังแบบ Linear Processing</p> 	<ul style="list-style-type: none"> -มีลำดับขั้นตอนการชม 	<ul style="list-style-type: none"> -ทิศทางการเดินชมไม่เป็นอิสระ -มีทางเข้าออกคนละทางทำให้ยากแก่การควบคุม -ห้องแสดงแต่ละห้องมีความสำคัญไม่เท่ากัน

ตารางที่ 5.9 (ต่อ)

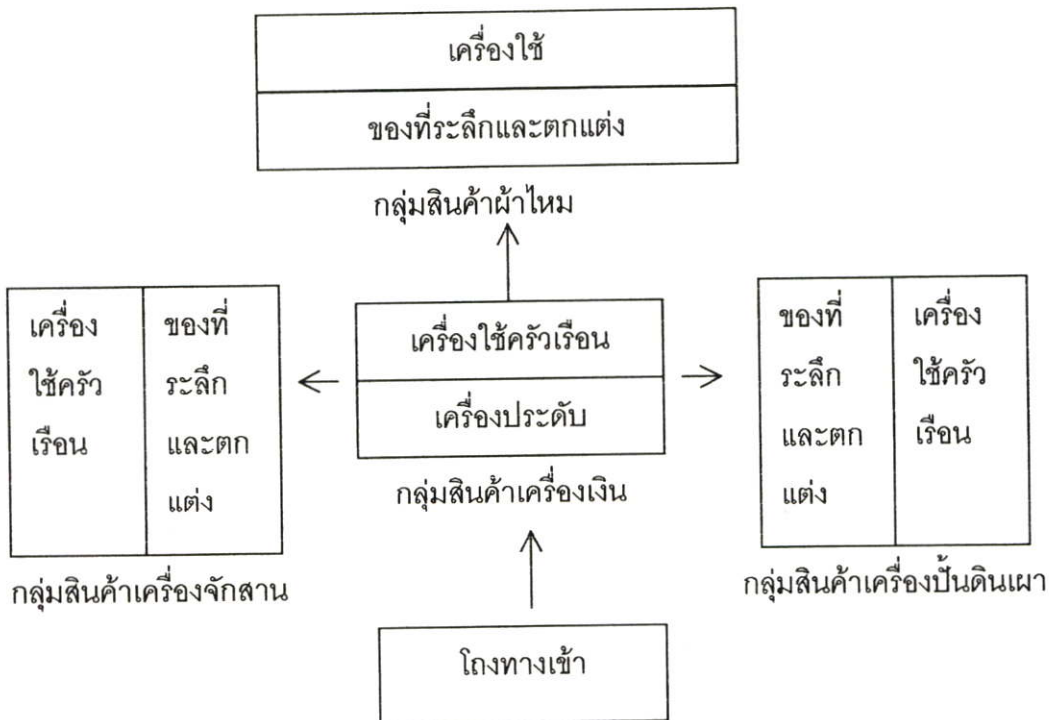
รูปแบบห้อง	ข้อดี	ข้อเสีย
<p>4.ผังแบบ Loop</p> 	<ul style="list-style-type: none"> -ควบคุมทิศทางการเดินได้ -เหมาะกับการจัดแสดงที่เป็นลำดับขั้นตอน 	<ul style="list-style-type: none"> -ไม่เหมาะกับการจัดแสดงแบบศูนย์รวม -การเข้าถึงห้องแต่ละห้องไม่เป็นอิสระ
<p>5. ผังแบบ Complex</p> 	<ul style="list-style-type: none"> -เหมาะกับการจัดแสดงที่มีความหลากหลายของเรื่องราว -สามารถจัดแสดงเป็นแบบศูนย์รวมและแบบเป็นลำดับขั้นตอนไว้ด้วยกัน 	<ul style="list-style-type: none"> -ห้องจัดแสดงมีความซับซ้อน -อาจทำให้เกิดความสับสน
<p>6. ผังแบบ Labyrinth</p> 	<ul style="list-style-type: none"> -แต่ละห้องแสดงมีความสัมพันธ์กัน -ทิศทางการเดินชมเป็นอิสระ 	<ul style="list-style-type: none"> -การเข้าถึงห้องแต่ละห้องไม่สะดวก -ความสำคัญแต่ละห้องไม่เท่ากัน

และจากการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการซื้อของฝากและของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปภาคอีสานมักจะซื้อของฝากและของที่ระลึกประเภทเครื่องแต่งกาย ส่วนใหญ่สินค้าที่เป็นผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ส่วนสินค้าประเภทเครื่องเรือน ของตกแต่ง ของที่ระลึก และ เครื่องใช้ในครัวเรือน นักท่องเที่ยวจะซื้อน้อยกว่าซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้ากลุ่มเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องจักสานและสินค้ากลุ่มหัตถกรรมโลหะที่เป็นเครื่องประดับ นักท่องเที่ยวจะซื้อน้อยที่สุด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ากลุ่มสินค้าที่

นักท่องเที่ยวนิยมซื้อเป็นเป็นของฝากและของที่ระลึกตามลำดับความต้องการดังนี้ อันดับ 1 กลุ่มสินค้าผ้าไหม อันดับ 2 กลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องจักสาน อันดับ 3 กลุ่มสินค้าเครื่องประดับ

ในการจัดพื้นที่ขายสินค้าหัตถกรรมอีสานจึงได้วิเคราะห์และสรุปแนวทางการจัดพื้นที่ขายโดยพิจารณาถึงตำแหน่งของสินค้า คือสินค้าที่มีความต้องการมากหรือเป็นสินค้าที่จำเป็นควรจะอยู่ในตำแหน่งด้านใน โดยนำเอาสินค้าที่เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยมาเสนอไว้ด้านหน้าหรือใกล้กับทางสัญจรเพื่อให้ผู้ซื้อได้เห็นชัดเจนและสร้างโอกาสในการขายสินค้า ส่วนรูปแบบการจัดผังพื้นที่ขายสินค้าแต่ละกลุ่มสินค้า 4 กลุ่ม จากการเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของรูปแบบการจัดผัง 6 แบบดังตารางที่ 5.9 รูปแบบผังที่สอดคล้องกับลักษณะพฤติกรรมทางเลือกซื้อสินค้าของผู้ซื้อควรจะเลือกใช้รูปแบบผังแบบที่ 2 คือ การจัดผังแบบ Core and Satellites/Enfilade มาใช้เป็นแนวทางการจัดพื้นที่ขายสินค้า เนื่องจากในการเดินเลือกซื้อสินค้าของผู้ซื้อโดยทั่วไปต้องการความอิสระในการเข้าถึงพื้นที่ขายแต่ละส่วนและตรงตามความต้องการและแรงจูงใจของผู้ซื้อ จึงไม่สามารถกำหนดได้ชัดเจนแน่นอนว่าผู้ซื้อต้องการจะซื้อสินค้าชนิดใดก่อน แต่จากหลักจิตวิทยาการตลาดผู้ซื้อจะซื้อสินค้าที่จำเป็นกับตัวเองก่อนแล้วจึงเลือกซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย ดังนั้นจึงได้สรุปแนวทางการจัดพื้นที่ขายสินค้าแต่ละกลุ่มดังรูปที่

รูปที่ 5.1 แสดงแนวทางการจัดผังและตำแหน่งสินค้าแต่ละกลุ่ม



5.3 แนวทางในการจัดพื้นที่ใช้สอยภายใน

จากองค์ประกอบพื้นที่ใช้สอยภายในของศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสานในขั้นตอนนี้จึงขอเสนอแนวทางในการจัดพื้นที่ใช้สอยภายในของศูนย์ฯ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ใช้สอยต่างๆ โดยใช้ตารางสหสัมพันธ์ (Relation Matrix) เพื่อแสดงให้เห็นการติดต่อและความสัมพันธ์กันของพื้นที่ส่วนต่างๆ คือ พื้นที่ใช้สอยที่มีลักษณะของกิจกรรมและหน้าที่ใช้สอยต่อเนื่องและสัมพันธ์กันจะต้องอยู่ใกล้กัน ส่วนพื้นที่ใช้สอยที่มีลักษณะของกิจกรรมและหน้าที่ใช้สอยแตกต่างกันจึงไม่จำเป็นต้องอยู่ติดต่อกันหรือใกล้กัน ซึ่งพื้นที่ใช้สอยภายในของศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสานกรณีเฉพาะตอนบนนี้จะประกอบด้วยพื้นที่หลักๆ 3 ส่วนคือ ส่วนให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว ส่วนนิทรรศการหรือจัดแสดงงานหัตถกรรมอีสาน และ ส่วนจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสานแต่ละประเภท โดยพื้นที่หลักๆ 3 ส่วนยังแยกย่อยเป็นส่วนต่างๆ อีก

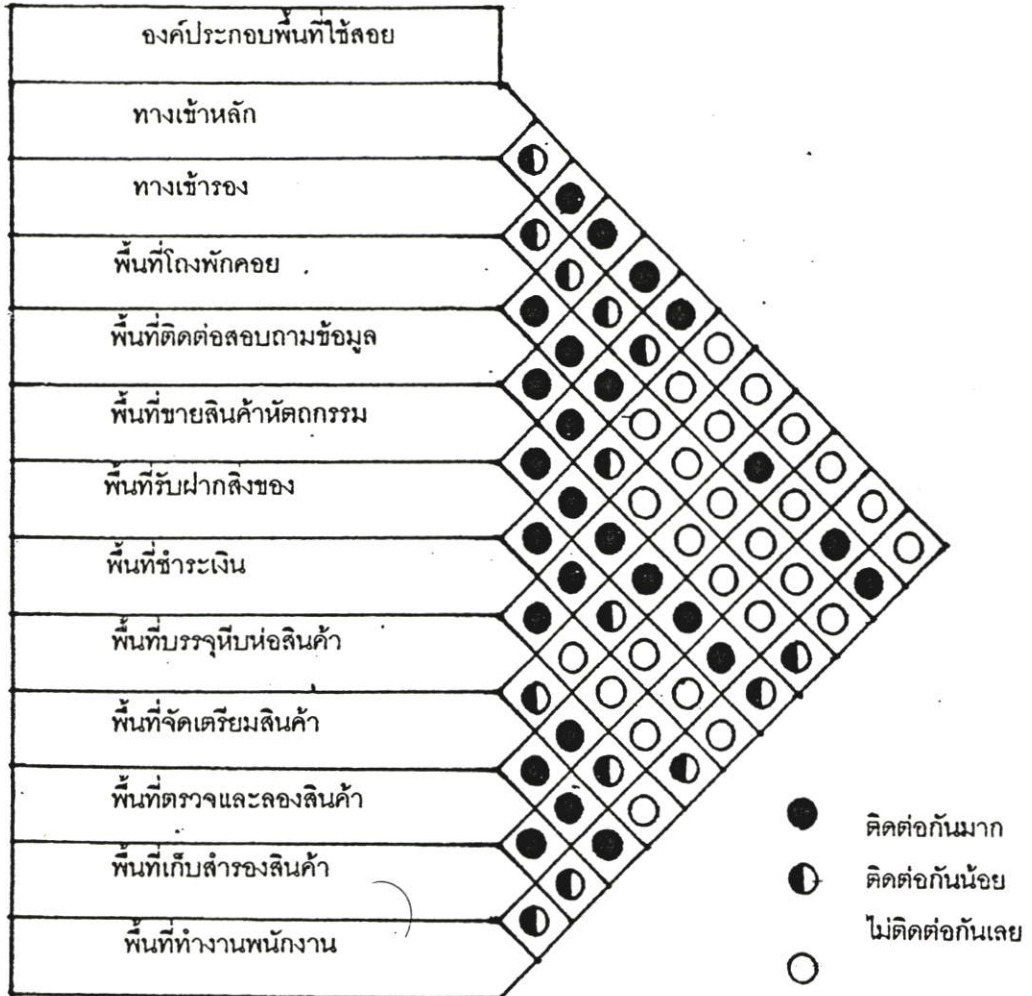
ตารางที่ 5.10 แสดงพื้นที่ใช้สอยส่วนต่างๆ ของศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสานกรณีเฉพาะอีสานตอนบน

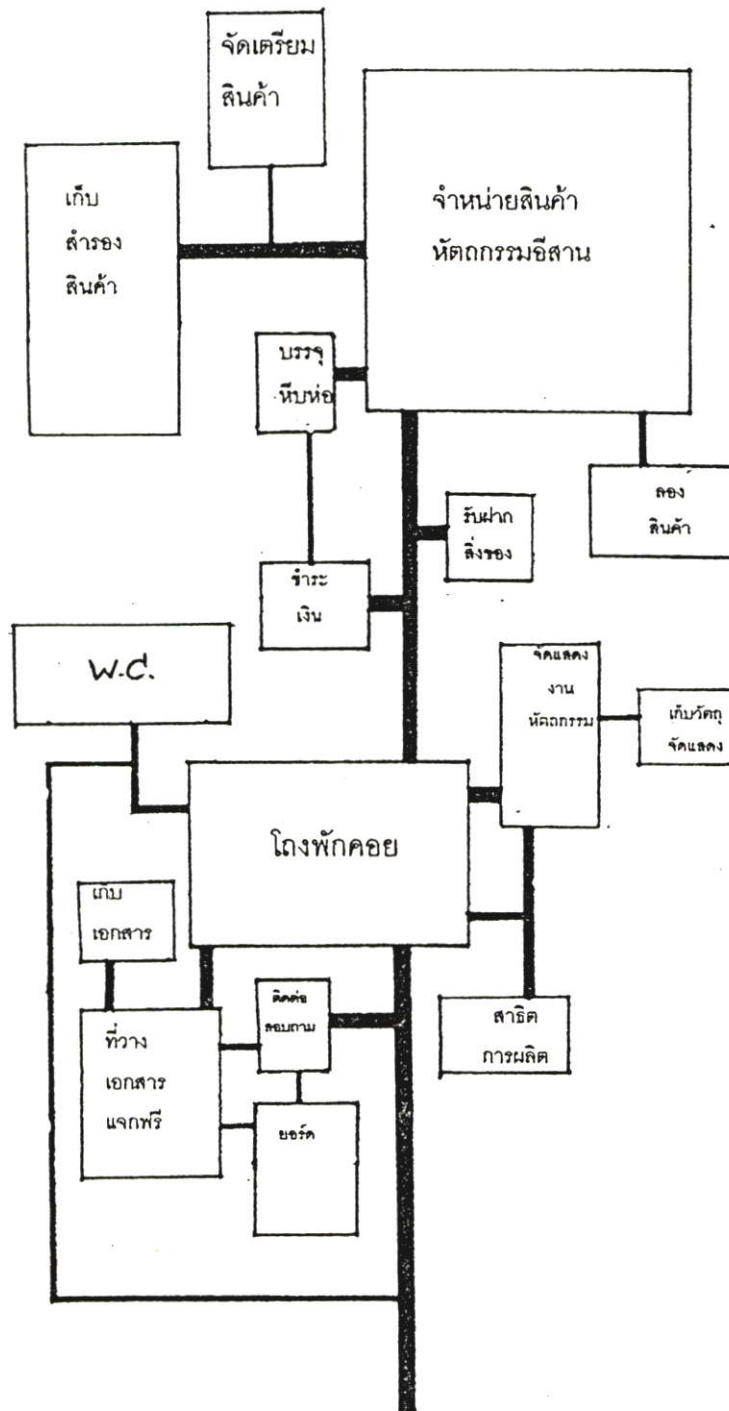
องค์ประกอบพื้นที่ใช้สอยส่วนต่างๆ	จำนวนผู้ใช้	พื้นที่ (ตาราง เมตร)	REMARK
1. ส่วนให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว			
-พื้นที่โรงพักคอย	297คน/วัน	190	0.64ตร.ม./คน
-พื้นที่ติดต่อสอบถามข้อมูล	36คน/วัน	29.20	ท.ท.ท.
-พื้นที่นั่งพักคอยและวางแผนการเดินทาง	4.5คน/ชม.	9	
-พื้นที่เก็บเอกสารสิ่งพิมพ์		10	
	รวม	238	
2. ส่วนจัดแสดงงานหัตถกรรมอีสาน/ นิทรรศการ			
-พื้นที่จัดแสดงนิทรรศการถาวร		208	
-พื้นที่จัดแสดงนิทรรศการหมุนเวียน		36	
-พื้นที่เก็บวัตถุจัดแสดง		81.3	1/3ของพื้นที่ จัดแสดง
-พื้นที่สัญจรและบริการ 30%		97.59	

ตารางที่ 5.10 (ต่อ)

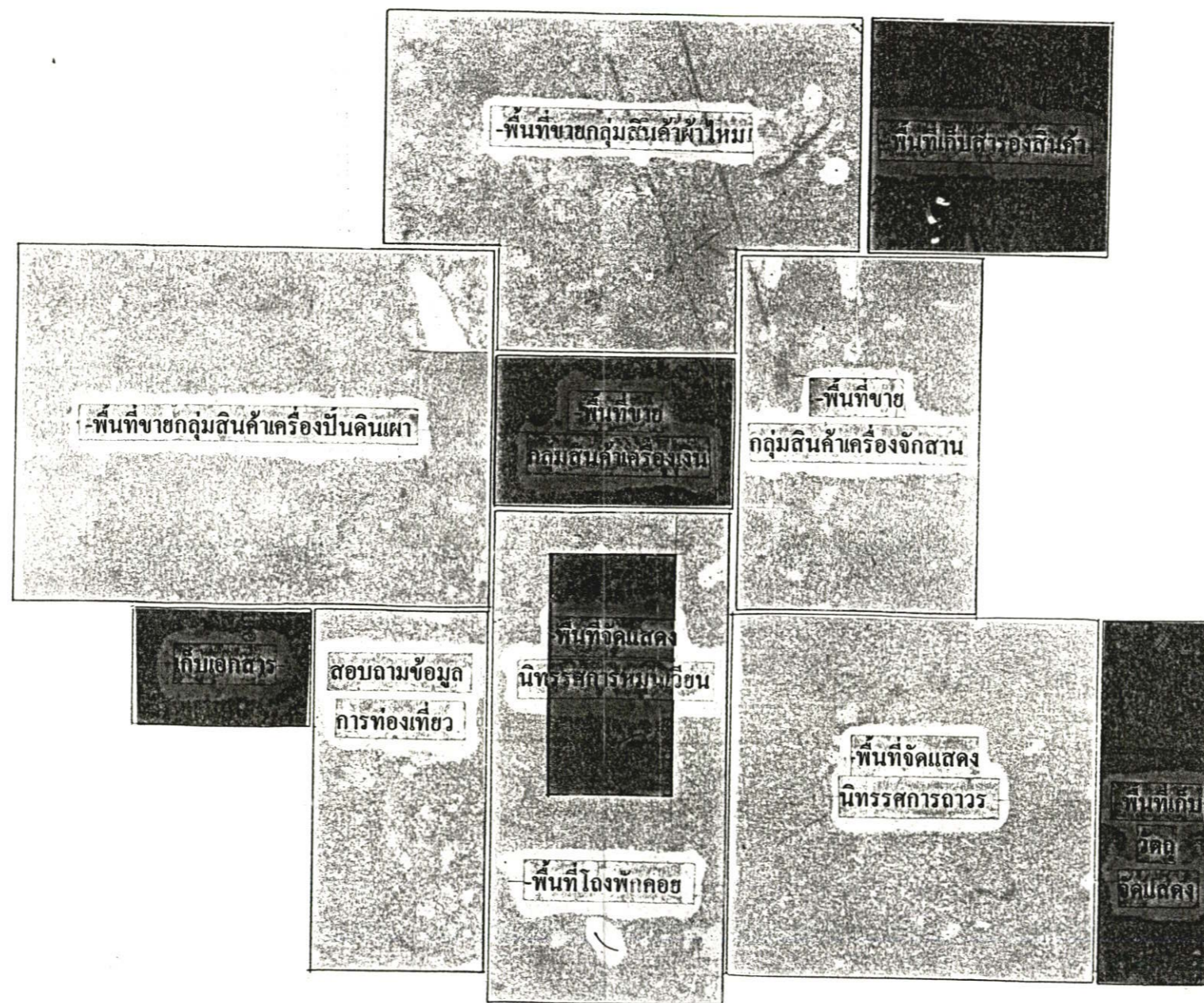
องค์ประกอบพื้นที่ใช้สอยส่วนต่างๆ	จำนวนผู้ใช้	พื้นที่ (ตาราง เมตร)	REMARK
3. ส่วนจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอีสาน			(430.65)
-พื้นที่ขายกลุ่มสินค้าผ้าไหม	297คน/วัน	125.14	
-พื้นที่ขายกลุ่มสินค้าเครื่องเงิน		30.68	
-พื้นที่ขายกลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผา		143.70	
-พื้นที่ขายกลุ่มสินค้าเครื่องจักสาน		131.82	
-พื้นที่สนับสนุนการขายสินค้า		43.06	10% ของพื้นที่ขาย
-พื้นที่เก็บสำรองสินค้า		107.66	25% ของพื้นที่ขาย
-พื้นที่สัญจรและบริการ30%		121.20	
	รวม	711.26	
	พื้นที่ใช้สอยทั้งหมด	1372.15	(ตารางเมตร)

ตารางที่ 5.13 แสดงความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอย (Relation Matrix) ส่วนจำหน่ายสินค้า
หัตถกรรมอีสานตอนบน

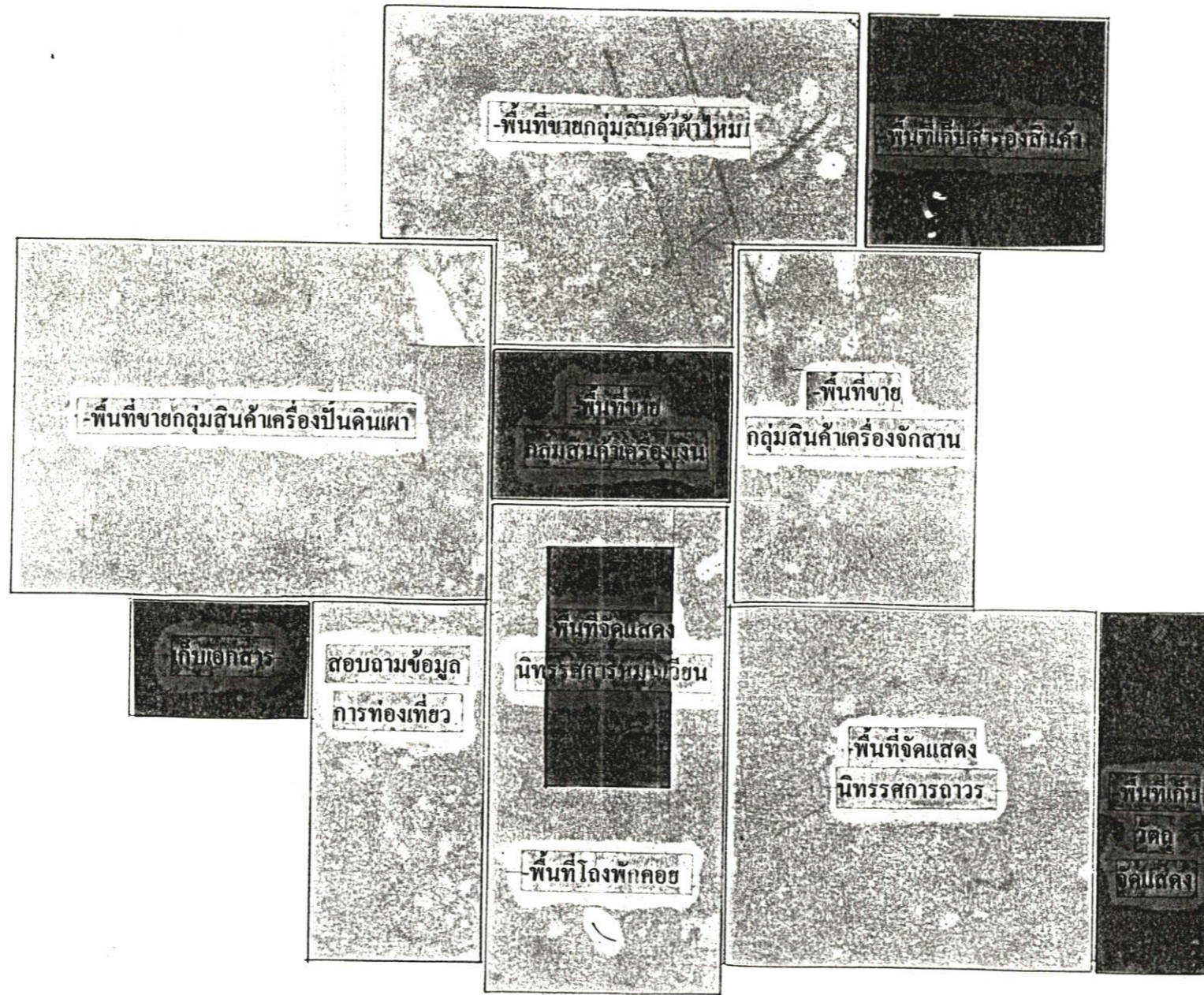




รูปที่ 5.3 แสดงความสัมพันธ์ของหน้าที่ใช้สอย (Functional Diagram)



รูปที่ 5.4 แสดงแนวทางการจัดพื้นที่ใช้สอยภายในเบื้องต้นของศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสานคอนบน



รูปที่ 5.4 แสดงแนวทางการจัดพื้นที่ใช้สอยภายในเบื้องต้นของศูนย์ส่งเสริมและ
จำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสานคอนบน

5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยต่อไป

การศึกษาเพื่อเสนอค้นแบบของศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสานตอนบน ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการส่งเสริมเฉพาะในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารของแหล่งผลิตสินค้า ที่ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมด้านการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานหัตถกรรมอีสาน โดยการจัดนิทรรศการซึ่งควรจะมีการศึกษาเพิ่มเติมมากกว่านี้ โดยหาแนวทางใหม่ๆ ที่แตกต่างไปจากการศึกษาวิจัยนี้ ส่วนการจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสาน ได้ศึกษาเฉพาะการกำหนดสัดส่วนพื้นที่ขาย ตำแหน่งการวางสินค้า และการจัดผังพื้นที่ใช้สอยภายในเบื้องต้นเท่านั้นในการศึกษาวิจัยต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับ การจัดอุปกรณ์ เครื่องเรือน และระบบสภาพแวดล้อมภายในต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้ประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับศูนย์ส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีสานตอนบนนี้ สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ในการกำหนดสัดส่วนพื้นที่ขายสินค้าหัตถกรรมอีสานแต่ละประเภท ผู้วิจัยได้ใช้พื้นฐานความต้องการของกลุ่มเป้าหมายจากส่วนแบ่งการตลาดของการจำหน่ายสินค้าจากกรณีศึกษาตัวอย่างที่เป็นร้านค้าและศูนย์จำหน่ายสินค้าในการศึกษาขั้นต่อไปน่าจะหาวิธีการที่จะกำหนดสัดส่วนของพื้นที่ขายสินค้าได้ละเอียดกว่านี้ นอกจากนี้ควรจะมีการศึกษาเพื่อที่จะปรับปรุงลักษณะและเสนอภาพลักษณ์ที่แปลกใหม่ของสถานประกอบการในการจำหน่ายสินค้าประเภทนี้ ซึ่งผู้วิจัยคิดว่า จะช่วยส่งเสริมให้งานหัตถกรรมทุกประเภทกลับมาได้รับความนิยมอีกต่อไป

บรรณานุกรม

- ไพฑูริย์ สายสว่าง. 2526. อุตสาหกรรมไทยในอดีต. กรุงเทพฯ : บริษัท เงินทุนอุตสาหกรรม
แห่งประเทศไทย
- วรรณิ วิบูลย์สวัสดิ์. 2531. พื้นถิ่นพื้นฐาน. กรุงเทพฯ : เรือนแก้วการพิมพ์.
- วิบูลย์ ลีสุวรรณ. 2519. ศิลปชาวบ้าน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ปณชยา.
- วีระ สัจกุล. 2526. “วิวัฒนาการอาคารในเมืองไทย” วารสารวิชาการสถาปัตยกรรม. ฉบับปีการ
ศึกษา 2526 : 30-40
- สุเทพ สุนทรเกตุ. 2511. สังคมวิทยาหมู่บ้านตะวันออกเฉียงเหนือ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เนียน ยิ้มศิริ. 2509. ศิลปพื้นบ้านของไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บริษัท เงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2530. ผ้าไทย พัฒนาการทางอุตสาหกรรมและ
สังคม. กรุงเทพฯ : บริษัท เงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.
- ศรีศักดิ์ วัลลิโภคม. 25301. “พิพิธภัณฑสถานศึกษานอกระบบ” วารสารเมืองโบราณ. 13 (2P)
:10-11
- ประสิทธิ์ สุไลมาน. 2536. “การศึกษารูปแบบภายในร้านค้ารวมในกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์
สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน. บัณฑิตวิทยาลัย,
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- รัชชัช ผลเพิ่ม. 2523. “แบบจำลองการจัดตั้งพิพิธภัณฑสถานศึกษาจังหวัด” วิทยานิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัยวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชาติ ภาสวร. 2536. “การศึกษาแนวทางการออกแบบเอกลักษณ์สำหรับต้นแบบร้านเช่า
วีดีโอเทปแบบเฟรนไชส์” วิทยานิพนธ์ สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
สถาปัตยกรรมภายใน. บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2540. โครงการศึกษาแนวทางการจัดตั้งและออกแบบรายละเอียด

อาคารศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ทวีทัศน์ การพิมพ์.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2543. การศึกษาเรื่องการพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

พื้นบ้านให้ได้เปรียบในเชิงแข่งขัน. กรุงเทพฯ : สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัว

และหัตถกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2543. การศึกษาเพื่อหาแนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์

หัตถกรรมไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน. กรุงเทพฯ : สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมใน

ครอบครัวและหัตถกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.

สำนักงานเลขานุการกรม. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม : 2544. รายงานประจำปี. กรุงเทพฯ :

โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว

ศูนย์บริการวิชาการ. 2540. โครงการศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคอีสาน.

ขอนแก่น : ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2542. โครงการสำรวจการท่องเที่ยวของชาวไทยปี 2542.

กรุงเทพฯ : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

Broudy, C.E. and Barr, V. 1995. Time-Saver Details for Store Planning and Design.

The United States of America : Arcata Graphics/Kingsport.

Joseph De Chiara. Julso Panero. Martin Zelik. Time-Saver for Commercial; NK. McGraw-Hill

International Edition, 1984.

Julius Panero, Martin Zetmik. Human Dimension & Interior Space. New York ; Watson-Guption

Publication, 1979.

ประวัติผู้เขียน

นายพิศิษฐ์ จักราบาตร เกิดเมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2508 ที่จังหวัดร้อยเอ็ด สำเร็จการ
ศึกษาปริญญาตรีสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาสถาปัตยกรรม จากมหาวิทยาลัยรังสิต เริ่มเข้า
ทำงานในตำแหน่งสถาปนิก บริษัทธารมณเฑียรเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ทำงานตำแหน่ง Junior
Architect บริษัท Palmer & Turner (ประเทศไทย) จำกัด ปัจจุบันประกอบอาชีพสถาปนิกอิสระ
ทำงานด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมและการจัดสวน