

การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาและการกระจายเชิงภูมิศาสตร์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

An Analysis of Wisdom and Skill Products for Development and Their Geographic Distribution in Northeastern Thailand.

รัศมี สุวรรณวีระกำธร

ชรัตน์ มงคลสวัสดิ์

วิเชียร เกิดสุข

บ้งอร ยมมรคา

วาสนา พุดมกลาง

ศูนย์ภูมิสารสนเทศเพื่อการพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

องค์การ อินทรมพรรย์

สาคร กือเจริญ

ฉัตรฤดี สมบัติธรรม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

Abstract

The policy of Thai government focuses on strengthening the economic community of the grass-roots. As a result, the extension of local wisdom, skill of people and ways of living are essential with objectives of transferring knowledge bases and of developing the product sustainability. To accomplish these, the databases of local wisdom and skill were then established with an analysis of those skill products.

The databases of ways of living, wisdom and skill of people in local communities are established, based on the existing products in the communities. The data obtained from interviewing people who were original procedures or their connections. In every province of the Northeast, 5 kinds of products were selected each of which were produced from 3 villages.

The data set were then hierarchically categorized into 4 levels; kind of wisdom, main product, product group and product type. The databases were established and linked to geographic locations. Further analysis of each product was performed, based on local wisdom, skill required on production and market management, with a number of criteria used. The prospect of the products according to the criteria could be classified into 3 levels : high, moderate and low.

The geographic distribution of the information obtained was digitally performed using GIS

The database establishment of the ways of living local wisdom and people skill was performed for 19 provinces in the Northeast. The classification of the products are accounted for 52.78, 45.37 and 1.85% for the applied wisdom, traditional wisdom and innovated wisdom respectively. Of the total products, about 33.23% is the hand weaving products. Moreover, in terms of the prospect of the product. in the Northeast there are 20.68, 70.37 and 8.95% of the total products (314) classified as high, moderate and low prospects respectively.

It is recommended that the products with high business prospects should be preserved as a local heritage. The product with moderate prospects should be supported with research and development to strengthen the commercial values.

Keyword : local wisdom, skill products , OTOP , GIS , Northeastern Thailand

บทคัดย่อ

นโยบายของรัฐบาลไทยเน้นการสร้างความเข้มแข็ง ทางเศรษฐกิจของชุมชนในระดับรากหญ้า ดังนั้น การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ทักษะ และวิถีชีวิตของชุมชนจึงมีความจำเป็น โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อถ่ายทอดฐานความรู้และพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นและทักษะของชุมชน จึงมีความจำเป็นในการพัฒนา พร้อมกับวิเคราะห์ความเข้มแข็งของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว การสร้างฐานข้อมูลได้อาศัยการสำรวจผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏอยู่ในชุมชนโดยการสัมภาษณ์ บุคคลากรและผู้เกี่ยวข้องที่ดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม ในทุกจังหวัด ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้เลือกผลิตภัณฑ์ 5 ชนิด ซึ่งมีการผลิตอย่างน้อย 3 หมู่บ้าน ข้อมูลที่ได้รับ ได้จำแนกออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ชนิดของภูมิปัญญา ผลิตภัณฑ์หลัก กลุ่มผลิตภัณฑ์ และชนิดของผลิตภัณฑ์

ข้อมูลเหล่านี้ได้เป็นสร้างฐานข้อมูล และเชื่อมโยงกับตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด โดยอาศัยภูมิปัญญา ทักษะความชำนาญ และการจัดการการตลาด โดยประกอบด้วยเงื่อนไขต่างๆ ในแต่ละเรื่อง ความเข้มแข็งของผลิตภัณฑ์ตามเงื่อนไขได้จัดจำแนกออกเป็น 3 ระดับ

การกระจายทางภูมิศาสตร์ของข้อมูลเหล่านี้ได้แสดงในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ผลที่ได้รับได้แก่ฐานข้อมูล วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทักษะของชุมชนใน 19 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และได้จำแนกผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 ประเภทคือ ภูมิปัญญาประยุกต์ ภูมิปัญญาดั้งเดิม และภูมิปัญญาใหม่ ซึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีภูมิปัญญาดังกล่าว 52.78, 45.37 และ 1.85 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ

จากผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ประมาณ 33.23 เปอร์เซ็นต์ เป็นผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ในแง่ความเข้มแข็งของผลิตภัณฑ์ พบว่ามีความเข้มแข็ง 20.68, 70.37 และ 8.95 เปอร์เซ็นต์ ได้จำแนกเป็นความเข้มแข็งระดับสูง ปานกลาง และต่ำ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะในการวิเคราะห์ครั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ที่มีความเข้มแข็งสูงในเชิงธุรกิจ ควรจะเก็บสืบทอดเป็นมรดกของท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ที่มีความเข้มแข็งปานกลางควรจะได้รับการพิจารณาวิจัย และพัฒนา เพื่อสร้างความเข้มแข็งที่มีคุณค่าทางการค้าต่อไป

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์ , ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์

1. หลักการและเหตุผล

นโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลที่มุ่งสร้างความเจริญแก่ชุมชน ให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น ได้ส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน ซึ่งรู้จักกันแพร่หลายในนามสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือที่เรียกกันติดปากว่าสินค้าโอท็อป (OTOP: One Tambon One Product) โดยหน่วยงานภาครัฐได้ช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ (ไทยตำบลต่อทศคม, 2544 และ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ , 2547) มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่ สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น และมีมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศ

จากนโยบายของรัฐดังกล่าวทำให้เกิดผลิตภัณฑ์มากมายหลากหลายประเภท ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีทั้งการได้รับการส่งเสริมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ได้รับการส่งเสริมแต่ไม่ได้รับการพัฒนา หรือได้รับการส่งเสริมและพัฒนาแล้วแต่ไม่ยั่งยืน ทั้งนี้เป็นผลเนื่องมาจากปัญหาและข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ปัจจัยด้านการผลิต การบรรจุภัณฑ์ การส่งเสริมการขาย คุณภาพและประโยชน์ในการใช้สอยของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังรวมถึงคุณค่าและความน่าเชื่อถือของตัวผลิตภัณฑ์เอง ดังนั้นการจัดทำแผนที่แสดงการกระจายตัวของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาพื้นบ้านตลอดจนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดระดับความเข้มแข็งของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาเชิงภูมิสารสนเทศจะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญต่อการวางแผนงานของรัฐบาลในการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อสำรวจและวิเคราะห์การกระจายของผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่มีความสำคัญเชิงเศรษฐกิจในชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.2 เพื่อจัดระดับความเข้มแข็งของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา
ในเชิงภูมิศาสตร์จากฐานข้อมูลวิถีชีวิตชุมชน ภูมิปัญญา
ชาวบ้าน และทักษะความชำนาญของคนในชุมชน ที่เป็น
ประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริม
การผลิตที่ยั่งยืน

3. วรรณกรรมวิจัย

ภูมิปัญญา ตรงกับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Wisdom
หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ความเชื่อ และ
ศักยภาพในการแก้ปัญหาของมนุษย์ที่สืบทอดมาจากอดีตถึง
ปัจจุบันอย่างไม่ขาดสายและเชื่อมโยงกันทั้งระบบทุกสาขา
(न्हนทสาร ลีสลับ, 2543) นอกจากนี้ จารุวรรณ ธรรมวัตร
(2536) กล่าวว่า ภูมิปัญญาเป็นแบบแผนการดำเนินชีวิตที่
มีคุณค่าแสดงถึงความเฉลียวฉลาดของบุคคลและสังคมซึ่งได้
สั่งสมและปฏิบัติสืบทอดกันมา ภูมิปัญญาจะเป็นทรัพยากร
บุคคล หรือทรัพยากรความรู้ก็ได้

ภูมิปัญญาไทย หมายถึง ความรู้ความสามารถ วิธีการ
ผลงานที่คนไทยได้ค้นคว้า รวบรวม และจัดเป็นความรู้
ถ่ายทอด ปรับปรุง จากคนรุ่นหนึ่งมาสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง จนเกิด
ผลิตผลที่ ดีงาม มีคุณค่า มีประโยชน์ สามารถนำมา
แก้ปัญหาและพัฒนาวิถีชีวิตได้ (न्हนทสาร ลีสลับ, 2543)

ภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง
สิ่งที่เป็นองค์ความรู้ของชาวบ้านที่เกิดจากการสั่งสม สะสม
สามารถคิดเอง ทำเอง เป็นความรู้แบบองค์รวม สามารถ
ถ่ายทอดได้ มีความเชื่อมโยงบูรณาการ นำไปใช้ในการ
ดำเนินชีวิตได้อย่างเป็นสุขหรือป้องกันและแก้ไขปัญหาของ
ท้องถิ่นได้ (กรมพัฒนาชุมชน, 2547) นอกจากนี้ เสรี
พงศ์พิศ (2543) กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นหมายถึง
ความรู้ของชาวบ้าน ซึ่งได้มาจากประสบการณ์ และความ
เฉลียวฉลาดของชาวบ้าน รวมทั้งความรู้ที่สั่งสมมาแต่
บรรพบุรุษ สืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง
ระหว่างการสืบทอดมีการปรับ ประยุกต์และเปลี่ยนแปลง
จนอาจเกิดเป็นความรู้ใหม่ตามสภาพการณ์ทางสังคม
วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

สาขาภูมิปัญญาไทย หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน มีการ
กำหนดไว้มากมายหลากหลายซึ่งขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และ
หลักเกณฑ์ต่างๆที่หน่วยงาน องค์กร และนักวิชาการนำมา
กำหนด โดยทั่วไปได้แบ่งภูมิปัญญาไทยออกเป็น 9 สาขา
ดังนี้ 1.สาขาเกษตรกรรม 2. สาขาอุตสาหกรรมและ
หัตถกรรม 3.สาขาการแพทย์แผนไทย 4.สาขาการจัดการ
ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม 5.สาขาศิลปกรรม/
ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน/สื่อท้องถิ่น 6.สาขาภาษาและ

วรรณกรรม 7.สาขาปรัชญา ศาสนา และประเพณี 8.
สาขาพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น และ 9.สาขาการ
จัดการองค์กรชุมชน (ยุพา ทรัพย์อุไรรัตน์, 2536
และन्हนทสาร, 2543)

การที่จะเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และ
เศรษฐกิจในระดับฐานราก การที่ชุมชนจะมีเศรษฐกิจที่
ดี มีความเข้มแข็ง และสามารถที่จะพึ่งพาตนเองได้อย่าง
ยั่งยืนนั้น จำเป็นที่จะต้องอาศัยการจัดการระบบ
ฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติและโครงสร้าง
พื้นฐาน (Resource Mapping) อย่างเป็นระบบ ซึ่งการ
พัฒนาประเทศเท่าที่ผ่านมายังขาดข้อมูลสารสนเทศ
ภูมิศาสตร์เชิงพื้นที่ที่สามารถนำมาใช้ในการจัดการด้าน
ต่าง ๆ รวมทั้งการบริหารทรัพยากรธรรมชาติ เศรษฐกิจ
และสังคมได้อย่างเพียงพอและถูกต้องตรงกับสภาพ
ความเป็นจริงที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้งานในด้านต่าง
ๆ ได้อย่างทันทั่วถึง โดยการนำสารสนเทศที่เหมาะสม
มาจัดการกับข้อมูลภูมิปัญญาอย่างเป็นระบบจะช่วยให้
ง่ายต่อการจัดการในด้านของการจัดเก็บ การเข้าถึง
ข้อมูล รวมทั้งการเผยแพร่ข้อมูล และนอกจากนี้การ
จัดทำฐานข้อมูลในคอมพิวเตอร์จะช่วยให้การจัดการระบบ
สารสนเทศได้ดีขึ้น (วรารักษ์ หลวงมณี, 2545)
ตัวอย่างเช่น ศูนย์วิจัยภูมิสารสนเทศเพื่อประเทศไทย
(2547) ทำการสุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์เด่นแบบเจาะจง
ในพื้นที่ศึกษา 11 จังหวัดในภาคกลาง จังหวัดละ 5
ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์เชิงพื้นที่ของการกระจายตัว
ของผลิตภัณฑ์ และได้นำเสนอผลการศึกษารูปของ
แผนที่ที่แสดงข้อมูลในเชิงปริมาณและคุณภาพของการ
จัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ 3 ด้านคือ ด้านภูมิปัญญา ด้าน
ทักษะและความชำนาญ และด้านการตลาด และทำการ
วิเคราะห์ศักยภาพระดับความเข้มแข็งไว้ 3 ระดับโดยใช้
วิธี cluster พิจารณาข้อมูล 6 ด้านกล่าวคือ ด้านภูมิ
ปัญญา ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ด้านปัจจัยการผลิต
ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดจำหน่าย และด้าน
การโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด
พบว่าผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มที่มีศักยภาพใน
ระดับเข้มแข็งคิดเป็นร้อยละ 42.44 รองลงมาคือ กลุ่ม
ที่ควรได้รับการพัฒนาและส่งเสริมคิดเป็นร้อยละ
29.05 และกลุ่มที่มีระดับศักยภาพปานกลางคิดเป็น
ร้อยละ 28.51

นอกจากนี้ศูนย์เครือข่ายความร่วมวัฒนธรรม สถาบันศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยบูรพา (2547) ได้สำรวจข้อมูล วิถีชีวิตชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทักษะและความชำนาญการในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัด จันทบุรี ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ตราด ปราจีนบุรี ระยอง และสระแก้ว แล้วจัดเก็บเป็นระบบฐานข้อมูลที่มีการแบ่งประเภทตามกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักของชุมชนนอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์ความเข้มแข็ง ทางด้านภูมิปัญญา วัตถุประสงค์ และการตลาดของผลิตภัณฑ์ พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง

4. พื้นที่และขอบเขตการศึกษา

4.1 พื้นที่ศึกษา

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือ "ภาคอีสาน" ตั้งอยู่ระหว่าง ละติจูด $14^{\circ} 14' - 18^{\circ} 27'$ เหนือ และ ลองจิจูด $101^{\circ} 15' - 105^{\circ} 35'$ ตะวันออก มีเนื้อที่ประมาณ 170,326 ตารางกิโลเมตร โดยมีอาณาเขตติดต่อดังนี้ (ภาพที่ 1)

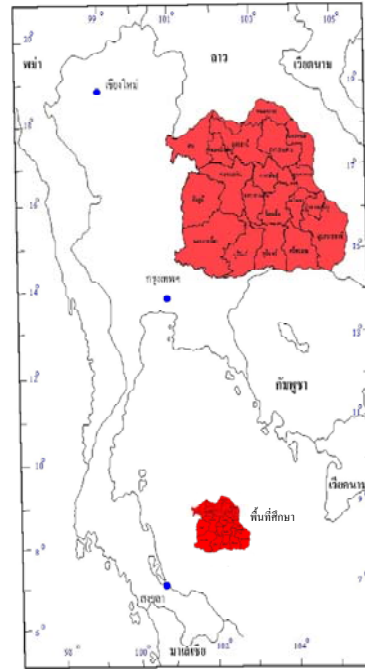
ทิศเหนือและทิศตะวันออกเฉียงใต้ติดประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยมีแม่น้ำโขงเป็นพรมแดนระหว่างประเทศ

ทิศตะวันตกติดต่อกับเขาเพชรบูรณ์ทางตอนเหนือและจรดเทือกเขาตองพญาเย็นทางตอนล่าง

ทิศตะวันตกเฉียงใต้ติดต่อกับเส้นกั้นพรมแดนไทย-ลาว ได้จดเทือกเขาพนมดงรักซึ่งเป็นพรมแดนระหว่างประเทศไทย และประเทศกัมพูชาประชาธิปไตย แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 19 จังหวัด ได้แก่ กาฬสินธุ์ ขอนแก่น นครพนม นครราชสีมา หนองคาย บุรีรัมย์ มหาสารคาม ยโสธร ร้อยเอ็ด เลย ศรีสะเกษ สกลนคร สุรินทร์ อุดรธานี อุบลราชธานี ชัยภูมิ มุกดาหาร หนองบัวลำภู และอำนาจเจริญ

4.2 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 324 ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างครอบคลุมพื้นที่ 317 หมู่บ้าน 270 ตำบล 143 อำเภอ 19 จังหวัดภาคอีสาน



ภาพที่ 1 แสดงพื้นที่ศึกษา

5. วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษามีขั้นตอนดังแสดงในภาพที่ 2 และมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 คัดเลือกผลิตภัณฑ์

ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละจังหวัดจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาจัดลำดับและคัดเลือกผลิตภัณฑ์เด่น จังหวัดละ 5 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งใช้เกณฑ์เกี่ยวกับ เทคโนโลยีในการผลิต การจัดลำดับของสำนักงานพัฒนาชุมชน รายได้จากผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิต รวมทั้งรูปแบบการรวมกลุ่มของผู้ผลิต

ข้อมูลซึ่งเป็นรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้มาจากการออกสำรวจข้อมูลภาคสนาม เน้นการสัมภาษณ์เป็นหลัก

5.2 ออกแบบแบบสัมภาษณ์

ระดมความคิดเพื่อการออกแบบสัมภาษณ์สำหรับสำรวจข้อมูล ครอบคลุมเนื้อหา 3 ด้านหลัก คือ ภูมิปัญญาชาวบ้าน ทักษะและความชำนาญในการผลิตผลิตภัณฑ์หลักของชุมชน และการตลาดหลักของผลิตภัณฑ์ชุมชน และทำการทดสอบความสมบูรณ์ของแบบสัมภาษณ์โดยการออกสำรวจข้อมูลตัวอย่าง และทำการปรับปรุงแก้ไข

5.3 ออกสำรวจเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การออกสำรวจข้อมูลภาคสนามเน้นการสัมภาษณ์และสอบถามเป็นหลัก โดยทำการสำรวจข้อมูลในหมู่บ้าน/ชุมชนที่ผลิต 5 ผลิตภัณฑ์เด่น จำนวน 3 หมู่บ้านต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งคัดเลือกหมู่บ้านโดยใช้หลักเกณฑ์เดียวกับการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ โดยเน้นถึงความเข้มแข็งของชุมชน คุณภาพผลิตภัณฑ์ รูปแบบการบรรจุภัณฑ์ และความยั่งยืนของตลาด และได้เก็บข้อมูลพิกัดตำแหน่งหมู่บ้านโดยใช้ระบบหาพิกัดตำแหน่งบนพื้นโลก (GPS: Global Positioning System) การออกสำรวจข้อมูลภาคสนาม เริ่มดำเนินงานตั้งแต่เดือนธันวาคม 2545 ถึงเดือนตุลาคม 2546 การสำรวจข้อมูลส่วนใหญ่จะดำเนินงานในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนสิงหาคม 2546 และทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจนถึงเดือนตุลาคม 2546

5.4 ออกแบบโครงสร้างข้อมูล

การกำหนดมาตรฐานกลางของฐานข้อมูลซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างฐานข้อมูล (database structure) และข้อมูลอธิบายข้อมูลเชิงพื้นที่ (metadata)

5.5 นำเข้าและจัดเก็บข้อมูล

- นำเข้าและจัดเก็บข้อมูลจากการสำรวจด้วยโปรแกรมประยุกต์โดยใช้ระบบจัดการฐานข้อมูล Microsoft Access

- สร้างฐานข้อมูลตำแหน่งหมู่บ้านผลิตภัณฑ์จากข้อมูลพิกัดตำแหน่งหมู่บ้านจากการสำรวจข้อมูลภาคสนาม

5.6 จัดจำแนกผลิตภัณฑ์

ได้ทำการจัดระดับข้อมูล เป็น 4 ระดับ

- ระดับ 1 ประเภทภูมิปัญญา ได้จัดจำแนกผลิตภัณฑ์ตามสาขาภูมิปัญญาชาวบ้าน ซึ่งจำแนกออกเป็น 9 สาขา คือ เกษตรกรรม อุตสาหกรรมและหัตถกรรม การแพทย์แผนไทย การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ศิลปกรรม/ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน/สื่อท้องถิ่น ภาษาและวรรณกรรม ปรัชญา ศาสนา และประเพณี พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น และการจัดการองค์กรชุมชน

- ระดับ 2 ผลิตภัณฑ์หลัก

- ระดับ 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์

- ระดับ 4 ประเภทผลิตภัณฑ์

5.7 จัดระดับศักยภาพของผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์เด่น ได้ใช้ปัจจัยหลักทั้ง 3 ด้านคือ ภูมิปัญญาชาวบ้าน ทักษะและความชำนาญในการผลิตผลิตภัณฑ์หลักของชุมชน และการตลาดของผลิตภัณฑ์หลักของชุมชน โดยมีเกณฑ์และดัชนีที่ขี้ตั้งตารางที่ 1 แล้วทำการพิจารณาค่าพิสัยเพื่อจัดระดับระดับศักยภาพผลิตภัณฑ์เป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับศักยภาพเท่ากับ 1

หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ควรได้รับการพัฒนาและส่งเสริมระดับศักยภาพเท่ากับ 2 หมายถึงศักยภาพปานกลาง และระดับศักยภาพเท่ากับ 3 หมายถึงศักยภาพเข้มแข็ง

5.8 ทำแผนที่ผลิตภัณฑ์

จัดทำแผนที่แสดงการกระจายของผลิตภัณฑ์แยกตามประเภทที่จัดไว้ และแสดงระดับศักยภาพของผลิตภัณฑ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

6. ผลการศึกษาและการอภิปราย

6.1 ฐานข้อมูลวิถีชีวิตชุมชน ภูมิปัญญาชาวบ้าน และทักษะความชำนาญของคนในชุมชน

ฐานข้อมูลวิถีชีวิตชุมชน ภูมิปัญญาชาวบ้าน และทักษะความชำนาญของคนในชุมชน เก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์และสอบถามจากต้นภูมิปัญญาและจากชุมชนในหมู่บ้าน โดยได้ทำการสำรวจข้อมูลทั้งหมด จำนวน 317 หมู่บ้าน 324 ผลิตภัณฑ์

ระดับที่ 1 จำแนกตามประเภทภูมิปัญญา ได้ 7 สาขา ได้แก่ สาขาเกษตรกรรม, สาขาอุตสาหกรรมและหัตถกรรม, สาขาการแพทย์แผนไทย, สาขาการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, สาขาศิลปกรรม/ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน/สื่อท้องถิ่น, สาขาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น และจัดการองค์กรชุมชน มีรายละเอียดดังตารางที่ 2 ภาพที่ 3 และภาพที่ 4 (ไม่พบว่ามีผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาในสาขาภาษาและวรรณกรรม และสาขาปรัชญา ศาสนา และประเพณี)

ระดับที่ 2 จำแนกตามผลิตภัณฑ์หลัก ได้ 28 หมวด ผลิตภัณฑ์หลักส่วนใหญ่คือ งานผ้าทอ-มีอ ซึ่งมีจำนวน 102 ผลิตภัณฑ์ รองลงมาคืองานจักสาน ซึ่งมีจำนวน 72 ผลิตภัณฑ์ มีรายละเอียดดังภาพที่ 5

ระดับที่ 3 จำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้ 74 กลุ่ม ซึ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่คือ งานผ้าทอ-ฝ้าย มีจำนวน 44 ผลิตภัณฑ์

ระดับที่ 4 จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ได้ 146 ประเภท ซึ่งประเภทผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่คือ งานผ้าทอ-ไหม มีจำนวน 23 ผลิตภัณฑ์

6.2 การวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์เด่น

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์เด่น โดยใช้ปัจจัยหลักทั้ง 3 ด้านคือ ภูมิปัญญาชาวบ้าน ทักษะและความชำนาญในการผลิตผลิตภัณฑ์หลักของชุมชน และการตลาดของผลิตภัณฑ์หลักของชุมชน โดย

มีเกณฑ์และดัชนีบ่งชี้ดังตารางที่ และจัดระดับศักยภาพ ผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 ระดับ พบว่าผลิตภัณฑ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 324 ตัวอย่าง (มีรายละเอียดดังตารางที่ 3 ภาพที่ 6 และภาพที่ 7)

1). ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพเข้มแข็ง 67 ผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 20.68 พบว่ามีภูมิปัญญาสาขาอุตสาหกรรมและหัตถกรรมที่มีศักยภาพเข้มแข็งมากที่สุด จำนวน 32 ผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือสาขา ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นจำนวน 9 ผลิตภัณฑ์

จังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพเข้มแข็งมากที่สุด มีจำนวน 9 ผลิตภัณฑ์ คือ จังหวัดมุกดาหาร และจังหวัดอำนาจเจริญ ส่วนใหญ่อยู่ในสาขาภูมิปัญญา อุตสาหกรรมและหัตถกรรม เช่น ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายมัดหมี่ ผลิตภัณฑ์เสื่อเย็บมือ ผลิตภัณฑ์ตระกร้าหวาย ผลิตภัณฑ์เสื่อกกกลายขีด รองลงมาคือจังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดนครพนมจังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดกาฬสินธุ์ตามลำดับ ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่สาขา อุตสาหกรรมและหัตถกรรม เช่น ผลิตภัณฑ์จักสานครุฑน้อย ในจังหวัดศรีสะเกษผลิตภัณฑ์เหล้าอุในจังหวัดนครพนม ผลิตภัณฑ์จักสานกกและผือจังหวัดอุบลราชธานี ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์

2). ผลิตภัณฑ์ มีศักยภาพปานกลางจำนวน 228 ผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 70.37 พบว่ามีภูมิปัญญาสาขาอุตสาหกรรมและหัตถกรรมที่มีศักยภาพปานกลาง จำนวน 179 ผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือสาขา ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นจำนวน 55 ผลิตภัณฑ์

พบว่าผลิตภัณฑ์หลัก - หัตถกรรม กระจายทั่วไปในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์มากกว่า 10 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ จังหวัดมหาสารคาม ขอนแก่น สกลนคร ร้อยเอ็ด นครพนม ชัยภูมิ กาฬสินธุ์ อุดรธานี หนองคาย บุรีรัมย์ และสุรินทร์ รองลงมา เป็นผลิตภัณฑ์ในสาขาพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น ซึ่งพบมากในจังหวัดขอนแก่นและเลย

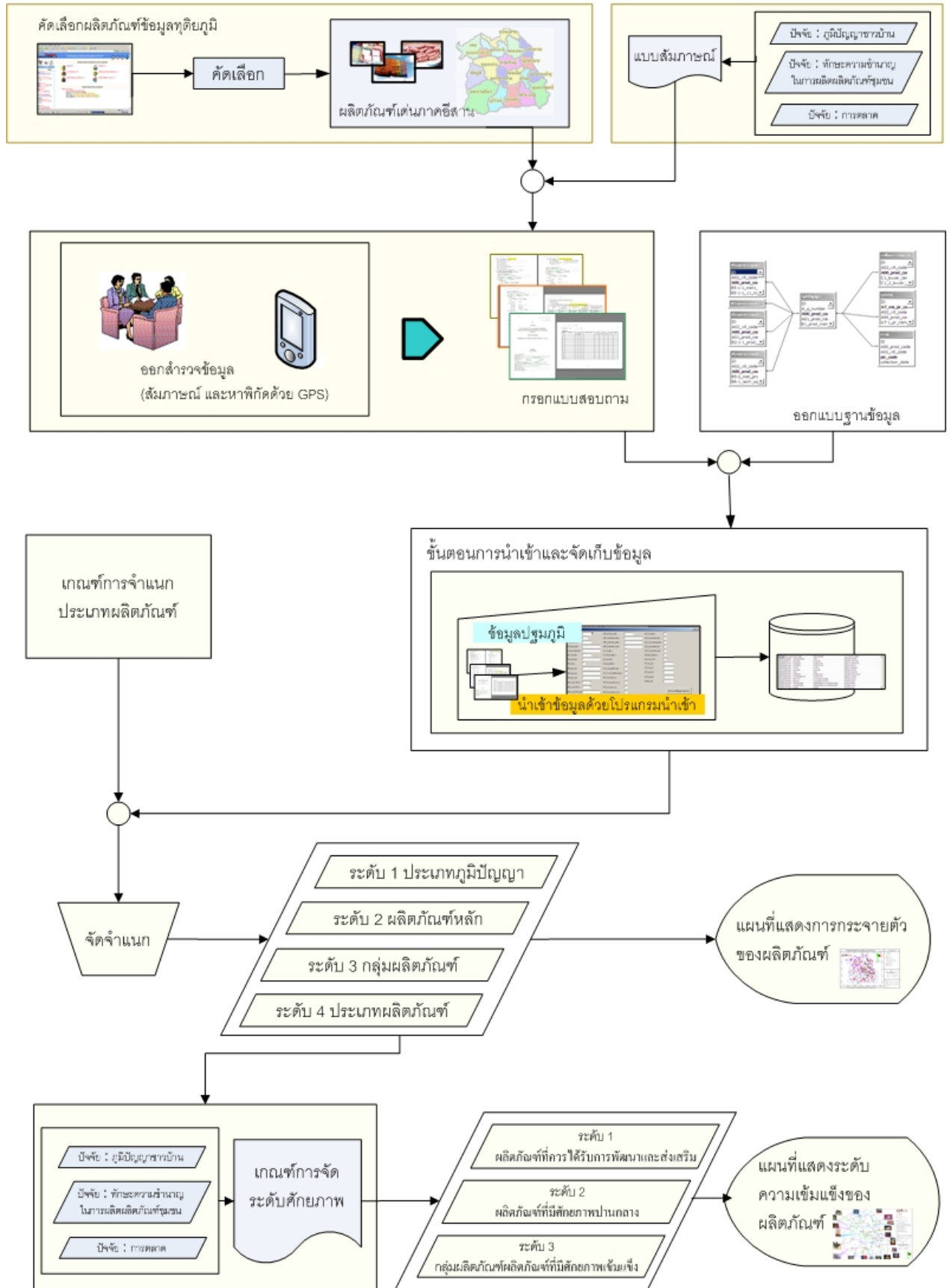
3). ผลิตภัณฑ์ที่ควรได้รับการพัฒนาและส่งเสริมจำนวน 29 ผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 8.95 ผลิตภัณฑ์ที่ควรได้รับการพัฒนาและส่งเสริมพบมากที่สุด ในภูมิปัญญาสาขาอุตสาหกรรมและหัตถกรรมจำนวน 23 ผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือสาขาการแพทย์แผนไทย ,สาขา การจัดการทรัพยากรธรรม ,และสิ่งแวดล้อม ,สาขาศิลปกรรม/ ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน/สื่อท้องถิ่น ,และสาขา ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น สาขาละ 2 ผลิตภัณฑ์

จังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์ในกลุ่มที่ควรได้รับการพัฒนาและส่งเสริม คือ จังหวัดนครราชสีมา สกลนคร บุรีรัมย์ ยโสธรและจังหวัดหนองบัวลำภู

7. สรุปผลการศึกษา

ฐานข้อมูลวิถีชีวิตชุมชน ภูมิปัญญาชาวบ้าน และทักษะความชำนาญของคนในชุมชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือประกอบด้วย ฐานข้อมูลวิถีชีวิตชุมชน ภูมิปัญญาชาวบ้าน และทักษะความชำนาญของคนในชุมชนผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง ข้อมูลส่วนใหญ่อยู่ในภูมิปัญญาประเภทที่ 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลักที่พบมากที่สุดคือ กลุ่มผ้าทอมือ คิดเป็นร้อยละ 33.23 ของผลิตภัณฑ์ และเมื่อแบ่งผลิตภัณฑ์ตามระดับภูมิปัญญาพบว่าผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เกิดจากการใช้ภูมิปัญญาประยุกต์ ร้อยละ 52.78 ใช้ภูมิปัญญาคิดค้นใหม่ ร้อยละ 1.85 และใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม ร้อยละ 45.37

จากการวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์เด่น โดยเกณฑ์และดัชนีบ่งชี้ที่กำหนดศักยภาพ พิจารณาจากข้อมูล 6 ด้าน คือ ด้านภูมิปัญญา ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ด้านปัจจัยการผลิต ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด โดยการจัดกลุ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีศักยภาพเข้มแข็ง กลุ่มที่มีศักยภาพปานกลาง และกลุ่มที่ควรได้รับการพัฒนาและส่งเสริม พบว่าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพเข้มแข็ง 67 ผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 20.68 ซึ่งสมควรจะได้รับการพัฒนาให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลาง มี 228 ผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 70.37 และผลิตภัณฑ์ที่ควรได้รับการพัฒนาและส่งเสริมมี 29 ผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 8.95 จังหวัดที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลางมากกว่า 10 ผลิตภัณฑ์คือจังหวัดมหาสารคาม ขอนแก่น สกลนคร ร้อยเอ็ด นครพนม ชัยภูมิ กาฬสินธุ์ อุดรธานี หนองคาย บุรีรัมย์ และสุรินทร์ ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความเข้มแข็งปานกลาง คือ หัตถกรรม และผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น



ภาพที่ 2 แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน

ตารางที่ 1 เกณฑ์และดัชนีบ่งชี้ในการวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์เด่น

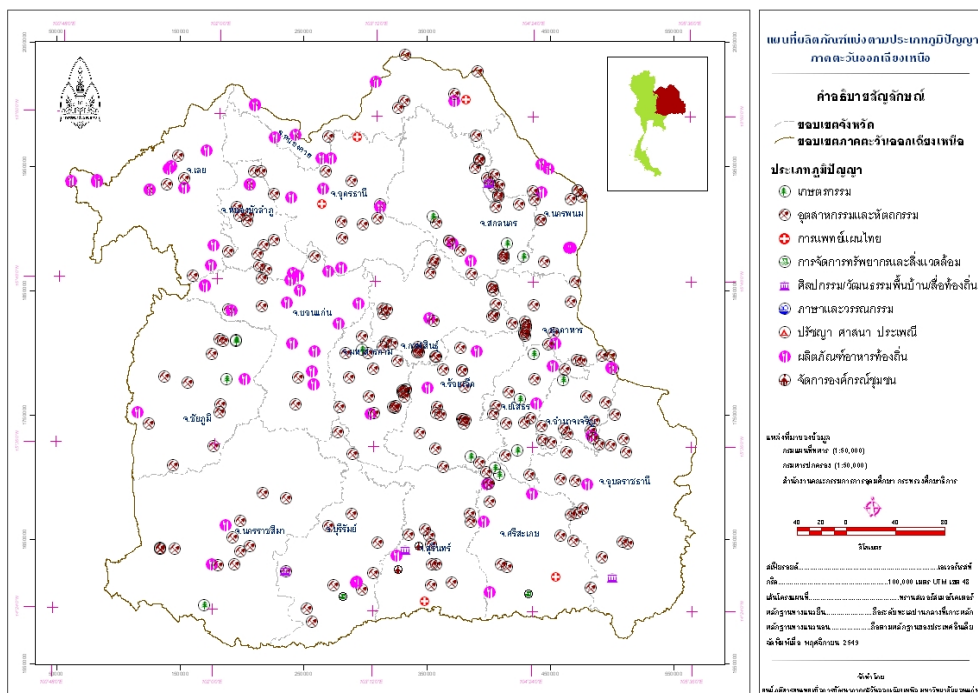
เกณฑ์วินิจฉัย	ดัชนีบ่งชี้	ระดับคะแนน	หมายเหตุ
ปัจจัยหลักที่ 1. ภูมิปัญญาชาวบ้าน			
ด้านภูมิปัญญา - ระดับภูมิปัญญา	1. ดั้งเดิม	3	เพื่อจัดระดับกลุ่มที่มีภูมิปัญญาดั้งเดิมที่ควรอนุรักษ์
	2. ประยุกต์	2	
	3. คิดค้นใหม่	1	
ปัจจัยหลักที่ 2. ทักษะและความชำนาญในการผลิตผลิตภัณฑ์หลักของชุมชน			
ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ - การขึ้นทะเบียนหรือได้รับการรับรอง	1. ขึ้นทะเบียนหรือรับรอง	3	เพื่อจัดระดับกลุ่มที่มีผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงที่ควรส่งเสริม
	2. กำลังดำเนินการ	2	
	3. ไม่ได้ขึ้นทะเบียนหรือรับรอง	1	
ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ - ได้รับรางวัล	1. ได้รับรางวัลระดับนานาชาติ	3	
	2. ได้รับรางวัลระดับประเทศ / ท้องถิ่น	2	
	3. ยังไม่เคยได้รางวัล	1	
ด้านปัจจัยการผลิต - รูปแบบการประกอบการ	1. SME	3	เพื่อจัดระดับกลุ่มที่มีความพร้อมของปัจจัยการผลิตที่ยั่งยืน สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้
	2. กลุ่มชาวบ้าน	2	
	3. ผู้ประกอบการอิสระ	1	
ปริมาณการผลิตใน 1 ปีที่ผ่านมา	1. สม่ำเสมอ/ต่อเนื่องตลอดปี	3	
	2. ไม่ต่อเนื่อง (ผลิตตามคำสั่งซื้อหรือผลิตตามฤดูกาล/งานเทศกาล)	2	
	3. ไม่ต่อเนื่อง (ไม่มีทุนหรือไม่มีตลาด)	1	
ที่มาของวัตถุดิบหลัก	1. วัตถุดิบหลักหาได้จากในจังหวัด	3	
	2. วัตถุดิบหลักหาได้จากนอกจังหวัด	2	
	3. วัตถุดิบหลักต้องนำเข้าจากต่างประเทศ	1	

เกณฑ์วินิจฉัย	ดัชนีบ่งชี้	ระดับคะแนน	หมายเหตุ	
ด้านการบริหารจัดการ - แหล่งเงินทุน	1. พึ่งตนเองได้ทางด้านการเงิน	3	เพื่อจัดระดับกลุ่มที่มีความเข้มแข็งในการบริหารจัดการจัดการและสามารถพึ่งตนเองได้	
	2. ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ	2		
	3. มีปัญหาด้านเงินทุน / ยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ	1		
- ปัญหาการขาดเงินสดหมุนเวียน - ปัญหาของการผลิตในเรือนทุน	1. ไม่มีปัญหา	3		
	2. มีปัญหา	1		
	1. ไม่มีปัญหาในเรื่องทุน 2. มีปัญหาในเรื่องทุน	3 1		
ปัจจัยหลักที่ 3. การตลาดของผลิตภัณฑ์				
ด้านการจัดจำหน่าย	1. มีการส่งออกไปต่างประเทศด้วย	3	เพื่อจัดระดับกลุ่มที่มีเข้มแข็งในการขยายตลาดมีศักยภาพในการส่งออก	
	2. ขายเฉพาะภายในประเทศเท่านั้น (มีการส่งขายภายในจังหวัดและเมืองใหญ่/กทม.)	2		
	3. ขายเฉพาะภายในชุมชนท้องถิ่น	1		
	ขายดีเพราะ	3		
	1. คุณภาพ/รูปแบบ/รสชาติดี			
	2. เทคนิคการขาย/การตลาดดี			
3. ราคาถูก, วัตถุดิบดี, ช่วงเทศกาล/ฤดูกาล, อื่นๆ	1			
ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด	1. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ	3	เพื่อจัดระดับกลุ่มที่มีความสามารถในการโฆษณาประชาสัมพันธ์	
	2. ใช้การออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานราชการ	2		
	3. ใช้การโฆษณาปากต่อปาก	1		
	1. ไม่มีการปรับเปลี่ยนเพราะรูปแบบเดิมยังได้รับความนิยม	3		
	2. มีการปรับเปลี่ยน	2		
	3. ไม่มีการปรับเปลี่ยนเพราะเหตุผลข้ออื่น ๆ	1		

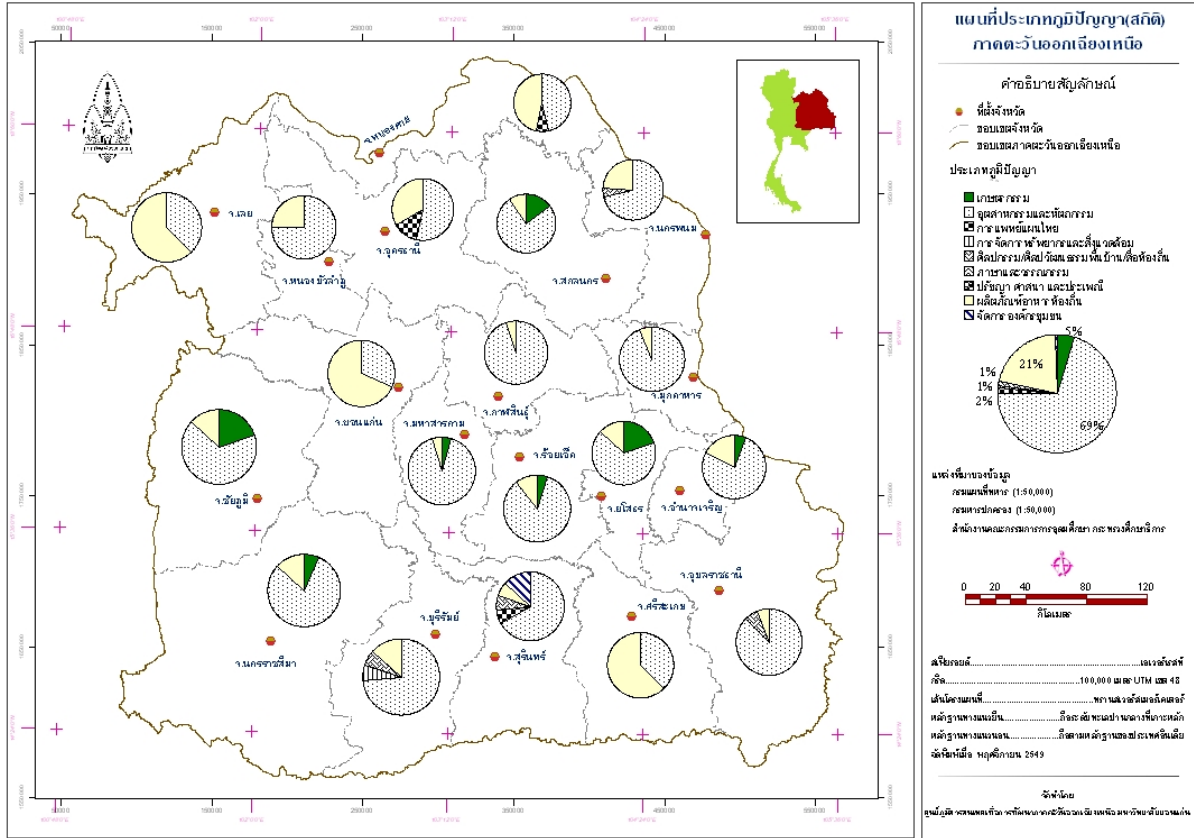
ตารางที่ 2 จำนวนผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จังหวัด	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8	W9	รวม
1. กาฬสินธุ์	0	19	0	0	0	0	0	1	0	20
2. ขอนแก่น	0	6	0	0	0	0	0	13	0	19
3. ชัยภูมิ	3	12	0	0	0	0	0	0	0	15
4. นครพนม	0	15	0	0	1	0	0	5	0	21
5. นครราชสีมา	1	12	0	0	0	0	0	2	0	15
6. บุรีรัมย์	0	11	0	1	1	0	0	2	0	15
7. มหาสารคาม	1	21	0	0	0	0	0	1	0	23
8. มุกดาหาร	0	15	0	0	0	0	0	1	0	16
9. ยโสธร	3	10	0	0	0	0	0	2	0	15
10. ร้อยเอ็ด	1	16	0	0	0	0	0	2	0	19
11. เลย	0	6	0	0	0	0	0	10	0	16
12. ศรีสะเกษ	2	8	1	1	0	0	0	4	0	16
13. สกลนคร	3	17	0	0	0	0	0	0	0	20
14. สุรินทร์	0	11	0	0	1	0	0	3	0	15
15. หนองคาย	0	8	0	0	0	0	0	7	0	15
16. หนองบัวลำภู	0	12	0	0	0	0	0	4	0	16
17. อำนาจเจริญ	1	13	0	0	0	0	0	3	0	17
18. อุดรธานี	0	8	2	0	0	0	0	5	0	15
19. อุบลราชธานี	0	14	0	1	0	0	0	1	0	16
รวม	15	234	3	3	3	0	0	66	0	324

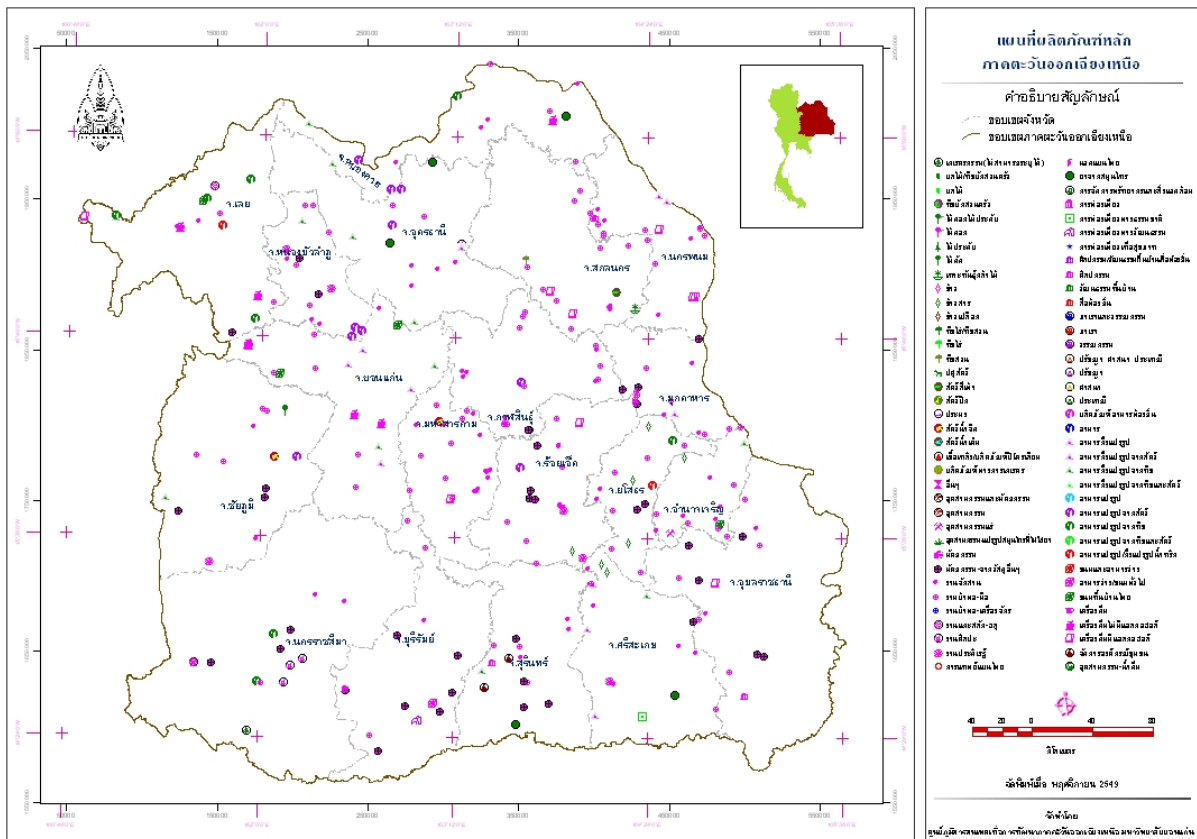
หมายเหตุ : W1 : สาขาเกษตรกรรม
 W2 : สาขาอุตสาหกรรมและหัตถกรรม
 W3 : สาขาการแพทย์แผนไทย
 W4 : สาขาการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
 W5 : สาขาศิลปกรรม/ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน/สื่อท้องถิ่น
 W6 : สาขาภาษาและวรรณกรรม
 W7 : สาขาปรัชญา ศาสนา และประเพณี
 W8 : สาขามลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น
 W9 : สาขาจัดการองค์กรชุมชน



ภาพที่ 3 แสดงแผนที่ผลิตภัณฑ์แบ่งตามประเภทภูมิปัญญาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



ภาพที่ 4 แสดงแผนที่ประเภทภูมิปัญญา(สถิติ)ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



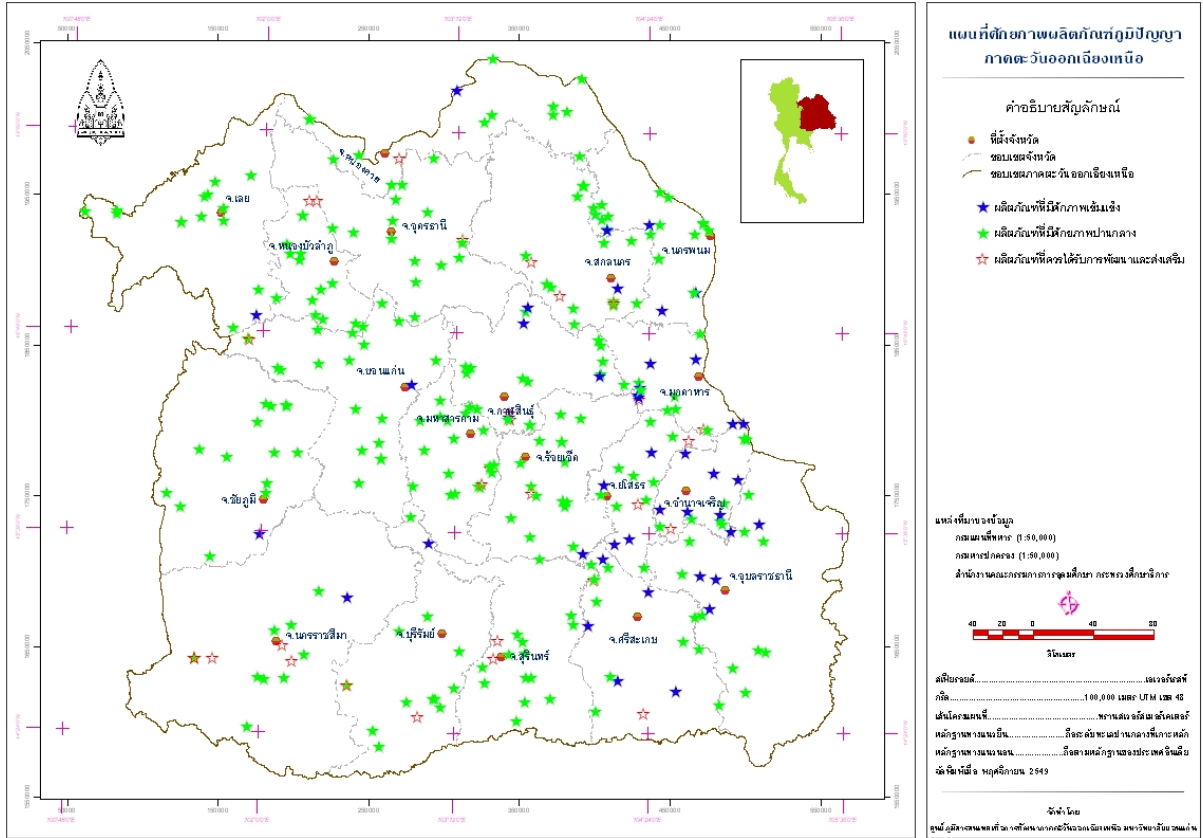
ภาพที่ 5 แสดงแผนที่ผลิตภัณฑ์หลักภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

76 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาและการกระจายเชิงภูมิศาสตร์
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

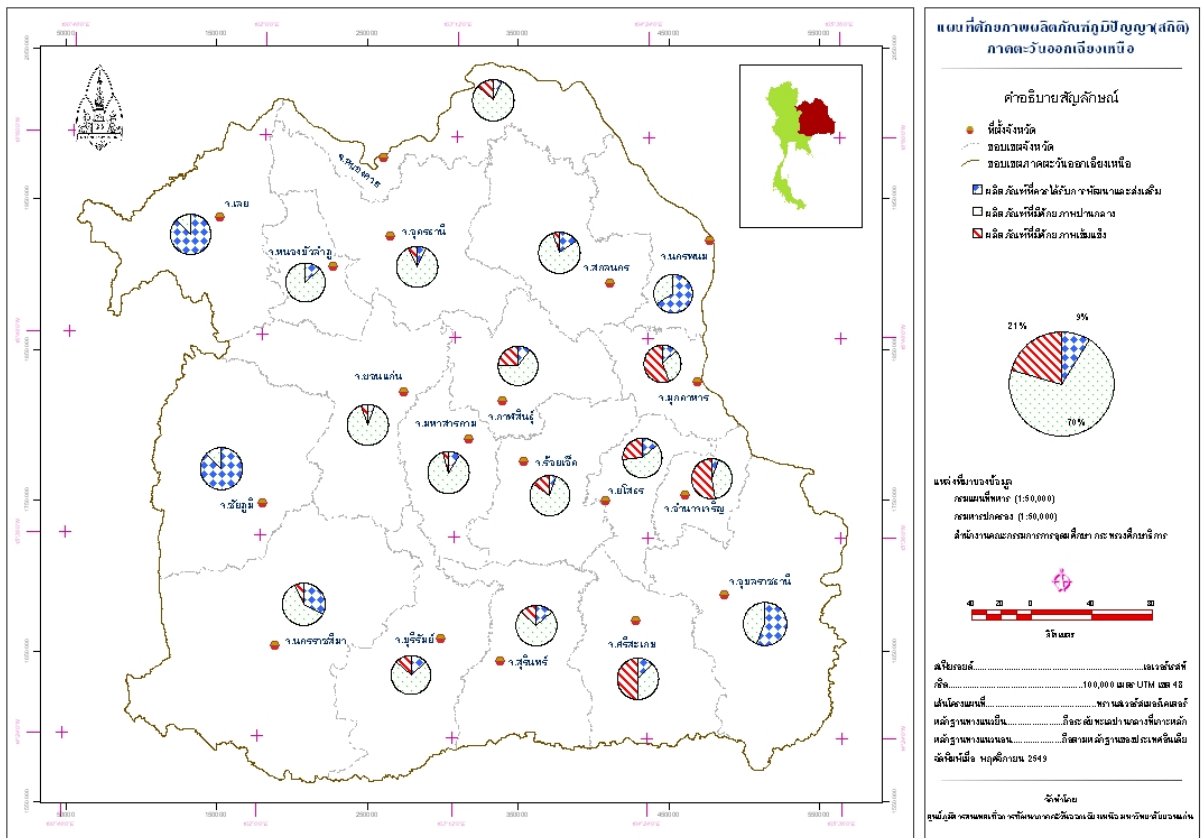
ตารางที่ 3 ศักยภาพผลิตภัณฑ์ปฐมภูมิแบ่งตามประเภทภูมิปัญญา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ชื่อจังหวัด	ผลิตภัณฑ์			เกษตรกรรม			อุตสาหกรรมและหัตถกรรม			การแพทย์แผนไทย			การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม			ศิลปกรรม/ศิลปวัฒนธรรม-พื้นบ้าน/สื่อท้องถิ่น			ภาษาและวรรณกรรม			ปรัชญา ศาสนาและประเพณี			ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น			จัดการองค์กรชุมชน			รวม
	P1	P2	P3	P1	P2	P3	P1	P2	P3	P1	P2	P3	P1	P2	P3	P1	P2	P3	P1	P2	P3	P1	P2	P3	P1	P2	P3				
1. กาฬสินธุ์	-	-	-	2	13	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	20			
2. ขอนแก่น	-	-	-	-	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	11	1	-	-	-	19			
3. ชัยภูมิ	-	3	-	-	11	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15				
4. นครพนม	-	-	-	-	11	4	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	1	-	-	-	21			
5. นครราชสีมา	-	1	-	5	6	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	15				
6. บุรีรัมย์	-	-	-	-	10	1	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	15				
7. มหาสารคาม	-	1	-	2	19	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	23				
8. มุกดาหาร	-	-	-	2	7	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	16				
9. ยโสธร	-	2	1	2	5	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	15				
10. ร้อยเอ็ด	-	1	-	1	14	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	19				
11. เลย	-	-	-	-	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	1	-	-	16				
12. ศรีสะเกษ	-	1	1	-	7	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	2	-	-	16				
13. สกลนคร	-	2	1	3	14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20				
14. สุรินทร์	-	-	-	1	10	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	-	-	15			
15. หนองคาย	-	-	-	1	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6	1	-	-	15				
16. หนองบัวลำภู	-	-	-	2	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-	-	-	16				
17. อำนาจเจริญ	-	-	1	1	5	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	17				
18. อุตรดิตถ์	-	-	-	1	7	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	-	-	-	15				
19. อุบลราชธานี	-	-	-	-	11	3	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	16			
รวม	0	11	4	23	179	32	2	0	1	2	1	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	55	9	0	0	0	324

หมายเหตุ : P1 = ผลิตภัณฑ์ที่ควรได้รับการพัฒนาและส่งเสริม , P2 = ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลาง , P3 = ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพเข้มแข็ง



ภาพที่ 6 แสดงแผนที่ศึกษาภาพผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



ภาพที่ 7 แสดงแผนที่ศึกษาภาพผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา(สถิติ)ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

บรรณานุกรม

กรมการพัฒนาชุมชน. (2547). **ตำนานผลิตภัณฑ์**. ค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2549, จาก <http://www.tamnanotop.com/wisdom.htm>

กิตติศักดิ์ รัตนจันทร์. (2544). **การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาชนบทในเขตอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา**. [ม.ป.ท. : ม.ป.พ.].

จารุวรรณ ธรรมวัตร. (2536). **ภูมิปัญญาอีสาน 2**. อุบลราชธานี: ศิริธรรมออฟเซต.

ไทยตำบลดอทคอม. (2544). **ข้อมูลโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์**. ค้นเมื่อ 19 ตุลาคม 2548, จาก <http://www.thaitambon.com/OTOP/Info/Info1A.htm>

นันทสาร ลีสลับ. (2543). **ภูมิปัญญาไทย สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนไทย โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว**. เล่มที่ 23 (หน้า 11-30). พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: บริษัทด้านสุทธนาการพิมพ์.

ยุพา ทรัพย์อุไรรัตน์. (2536). **การศึกษาการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในงานการศึกษานอกระบบโรงเรียน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยุพร จานประดับ. (2544). **ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการจัดการศึกษาระดับประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพื้นฐานการศึกษาศึกษาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วรารักษ์ หลวงมณี. (2545). **การจัดการสารสนเทศภูมิปัญญาชาวบ้านของเครือข่ายปราชญ์ชาวบ้านภาคอีสาน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพื้นฐานการศึกษาศึกษาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ศูนย์เครือข่ายความรู้วัฒนธรรม สถาบันศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยบูรพา. (2547). **ฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน (Skill Mapping) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2549, จาก <http://www.nectec.or.th/courseware/siamculture/skill/>

ศูนย์วิจัยภูมิสารสนเทศเพื่อประเทศไทย. (2547). **โครงการออกแบบและพัฒนาระบบฐานข้อมูลการพัฒนาชุมชน และท้องถิ่นเพื่อการบริหารในพื้นที่**

ภาคกลาง. ค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2548, จาก <http://www.eric.chula.ac.th/gisthai/>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2547). **โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์**. ค้นเมื่อ 22 กันยายน 2548, จาก <http://ie.nesdb.go.th/gd/html/forms/Projects/TumBonProject/TumBonExPlain/TumBonProjectExPlain.htm>

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2547). **โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)**. ค้นเมื่อ 14 ตุลาคม 2548, จาก http://www.tisi.go.th/otop/otop_project.html

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2547). **รายงานผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) พ.ศ. 2547**. กรุงเทพฯ : [ม.ป.พ.].

เสรี พงศ์พิศ. (2543). **ภูมิปัญญาชาวบ้าน**. สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนไทย โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. เล่มที่ 19 (หน้า 245-264). พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: บริษัทด้านสุทธนาการพิมพ์