แนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชนกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง กรณีศึกษา : บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา

ชไมพร อุดมนพวิทยา
ภัคจิรา ใจจันทร์
อุดร กุสาวดี

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
พฤษภาคม 2549
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

อาจารย์ที่ปรึกษาและรองอธิการบดีฝ่ายวางแผนและพัฒนา มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพะเยา ได้พิจารณาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง "แนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชนกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง กรณีศึกษา : บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา" แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

.....

(ดร.ภาณุ สิทธิวงศ์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....

(ดร.สำราญ ทองแพง)

รองอธิการบดีฝ่ายวางแผนและพัฒนา

พฤษภาคม 2549

ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก อาจารย์ ดร.ภานุ สิทธิวงศ์ ที่ปรึกษา และคณะกรรมการทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำที่ปรึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองสำเร็จสมบูรณ์ได้ คณะผู้ศึกษาค้นคว้าขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์กำธร อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนเรศวร วิทยาเขตสารสนเทศพะเยา นายปัญญา มุ่งจันทร์ ประธานกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง สุจริต กัลยศิริกุล รองประธานกลุ่มผ้าใยกัญชงบ้านคอดยาว นายธนโชติ ศักดิ์รุ่งเรือง ผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 10 บ้านคอดยาว กิ่งอำเภอภูซางจังหวัดพะเยา ที่กรุณาให้ข้อมูลและร่วมทั้งให้คำแนะนำการศึกษาค้นคว้า จนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สมบูรณ์และมีคุณค่า

ขอขอบพระคุณสมาชิกกลุ่มผ้าใยกัญชงชุมชนบ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่งในการเก็บข้อมูลในการสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่กรุณาเอื้อเฟื้อข้อมูลที่มีคุณค่าในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

ขอขอบคุณคุณชัชวาลย์ ชาวเหนือ ที่เอื้อเฟื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องปริ้นส์ตลอดจนเครื่องถ่ายเอกสาร และคุณชาตรี ชัยศรี ที่กรุณาช่วยถ่ายภาพประกอบการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

และสุดท้ายผู้จัดทำขอขอบคุณ บ้านไชยลังกา หรือ คุณสกุลดาว ไชยลังกา ที่เอื้อเฟื้อสถานที่ ทั้งที่พักและอาหารการกินในการศึกษาค้นคว้าในครั้งที่ได้ไปรบกวนในการใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อการหาข้อมูลอย่างบ่อยครั้ง

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ คณะผู้ศึกษาค้นคว้าขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุก ๆ ท่าน

ชไมพร อุดมนพวิทยา
ภัคจิรา ใจจันทร์
อุดร กุสาวดี

ชื่อเรื่อง : แนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชนกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง : กรณีศึกษา บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา

ชื่อผู้เขียน : ชไมพร อุดมนพวิทยา, ภัคจิรา ใจจันทร์, อุดร กุสาวดี

ที่ปรึกษา : ดร.ภานุ สิทธิวงศ์

ประเภทสารนิพนธ์ : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร วิทยาเขตสารสนเทศพะเยา,2549

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชน สำหรับกลุ่มแปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ในด้านการบริหารจัดการกลุ่ม ด้านการตลาด การให้การส่งเสริมและสนับสนุน การผลิต การเงิน การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์ ร่วมกับการบันทึกเสียง บันทึกภาพประกอบ และศึกษาจากเอกสาร กลุ่มผู้ให้ข้อมูลจำนวน 29 คน คือ สมาชิกกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว จำนวน 15 คน และผู้นำชุมชนในท้องถิ่น จำนวน 5 คน นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง 5 คน และผู้บริโภค คือผู้ซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าใยกัญชง จำนวน 4 คน

ผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้

จุดมุ่งหมาย

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการทำธุรกิจแปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปผ้าใยกัญชง ของบ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยผู้ศึกษาจะทำการสัมภาษณ์ภาคสนามด้วยตนเอง

ผลการศึกษาค้นคว้า

สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

การบริหารจัดการของกลุ่มพบว่า การบริหารจัดการของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง การจัดโครงสร้างและระบบการบริหารจัดการอย่างหลวม ๆ โดยให้ความสำคัญกับผู้นำกลุ่มเพื่อจะสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในด้านการดำเนินการด้านต่าง ๆ และการจัดสรรผลประโยชน์ให้กับสมาชิกกลุ่ม และการแบ่งหน้าที่ของสมาชิกจะแบ่งตามความถนัดของขั้นตอนการแปรรูป ปัจจุบันกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง ประสบปัญหาความขัดแย้งภายใน

ด้านการผลิต พบว่า กลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชงจะเริ่มตั้งแต่การนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศลาวผ่านทางตลาดนัดบ้านฮวกมาเข้าสู่กระบวนการผลิตเป็นสินค้าสองชนิดคือผ้าใยกัญชงย้อมสีและผ้าบาติกโดยมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 60 และร้อยละ 40 ตามลำดับ แต่ในเรื่องของการพัฒนารูปแบบ สีสัน ขนาด ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ยังไม่มีการพัฒนาที่ต่อเนื่อง และการผลิตก็ไม่มีการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในเรื่องการบำบัดน้ำเสีย

ด้านการตลาด พบว่า ทางกลุ่มมีสินค้าจำนวน 2 ชนิดคือผ้าใยกัญชงย้อมสี และผ้าบาติก มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าโดยใช้วิธีการขายตรงไปยังผู้บริโภคซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่ ทางกลุ่มจะนำสินค้าไปส่งด้วยตนเอง ในขณะที่ยังคงมีการออกร้านแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ ที่หน่วยงานราชการจัดขึ้นและยังมีการให้สมาชิกผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนไปตั้งแผงจำหน่ายที่ตรอกเล่าโจ้ว จังหวัดเชียงใหม่ด้วย การสั่งซื้อสินค้าแต่ละครั้งจะติดต่อทางโทรศัพท์ผ่านประธานกลุ่ม

การกำหนดราคาเนื่องจากต้องนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศลาวจึงทำให้มีการตั้งราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นผ้าพื้นเมืองโดยทั่วไป ในขณะที่ทางกลุ่มยังไม่มีการคำนวณต้นทุนที่แท้จริงจึงส่งผลให้การตั้งราคาของกลุ่มไม่เป็นไปตามที่ควรจะเป็น

ด้านการเงิน พบว่า เงินทุนส่วนใหญ่มากจากการระดมทุนจากสมาชิกภายในกลุ่ม มีเหรัญญิกเป็นผู้จัดทำบัญชี การเบิกจ่ายเงิน ผู้มีอำนาจในการเบิกจ่ายเงินคือ ประธานกลุ่ม เลขานุการกลุ่ม และกรรมการกลุ่ม ใช้ระบบ 2 ใน 3 เบิกจ่ายเงิน ส่วนระบบการบันทึกบัญชีของกลุ่ม มีการบันทึกบัญชีอย่างง่าย ๆ ไม่เป็นระบบ

ทางด้านการได้รับการส่งเสริม สนับสนุน พบว่า กลุ่มได้รับการช่วยเหลือ ส่งเสริม สนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะในส่วนของผู้นำชุมชน โดยการให้คำแนะนำปรึกษาแก่กลุ่ม ประสาน ติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ระหว่างเจ้าหน้าที่ในภาครัฐกับสมาชิกกลุ่ม สำหรับหน่วยงาน และเจ้าหน้าที่ในภาครัฐ ได้แก่ พาณิชย์จังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด พัฒนาการกิ่งอำเภอ พัฒนาการจังหวัด และศูนย์พัฒนาและสงเคราะห์ชาวเขาจังหวัดพะเยา ได้ให้การส่งเสริม

สนับสนุน แจ้งข้อมูลข่าวสาร การจัดตั้งกลุ่ม ติดต่อวิทยากรให้การฝึกอบรม ส่งเสริม ประชาสัมพันธ์ด้านการตลาด รวมทั้งมีนโยบายที่จะช่วยเหลือ ส่งเสริม สนับสนุนกลุ่มอย่างต่อเนื่อง

สำหรับแนวทางในการพัฒนาธุรกิจแปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว ทางกลุ่มควรจะประสานขอความช่วยเหลือหน่วยงานทางราชการให้มาช่วยฝึกอบรมให้ความรู้แก่สมาชิกในด้านการตลาด การผลิต การเงินให้มีประสิทธิภาพ

สารบัญ

บทที่ **หน้า**

1 บทนำ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

วัตถุประสงค์ของการศึกษา 2

ขอบเขตการศึกษา 2

นิยามศัพท์ 3

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 3

2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 4

ธุรกิจชุมชน 4

การผลิตและการบริการ 7

การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน 8

การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด 10

ส่วนประสมทางการตลาด 15

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค 19

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 19

3 วิธีดำเนินการวิจัย 22

ผู้ให้ข้อมูลหลัก 22

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 23

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 23

การเก็บรวบรวมข้อมูล 24

การวิเคราะห์ข้อมูล 24

การเสนอรายงานกาวิจัย 24

สารบัญ

บทที่ **หน้า**

4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 25

ประวัติความเป็นมา ของหมู่บ้าน 25

สภาพทั่วไปของหมู่บ้าน 27

ประวัติความเป็นมาของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง 28

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกลุ่ม 30

การบริหารจัดการกลุ่ม 31

การจัดการด้านการผลิต 32

การจัดการด้านการตลาด 34

การจัดการด้านการเงิน 35

การได้รับการส่งเสริม สนับสนุน 36

ปัญหา และความต้องการ 37

ปัญหาด้านอื่น ๆ 38

แนวทางในการพัฒนาธุรกิจแปรรูปผ้าใยกัญชง 38

5 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 41

การบริหารจัดการกลุ่ม 41

การจัดการด้านการผลิต 42

การจัดการทางด้านการตลาด 42

การจัดการด้านการเงิน 43

การได้รับการส่งเสริม สนับสนุน 44

ปัญหา และความต้องการ 44

แนวทางในการพัฒนาธุรกิจแปรรูผ้าใยกัญชง 45

อภิปรายผล 46

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ 48

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป 49

สารบัญ

บทที่ **หน้า**

บรรณานุกรม..... 50

ภาคผนวก..... 52

ภาคผนวก ก แบบสอบถามสมาชิกกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง..... 54

แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำชุมชนท้องถิ่นและนักวิชาการ
หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง..... 58

แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภค (ผู้ซื้อ)..... 60

ภาคผนวก ข รายชื่อผู้ให้ข้อมูลในการศึกษา..... 62

ภาคผนวก ค ภาพประกอบการศึกษา..... 80

ภาคผนวก ง เกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย..... 85

ประวัติผู้ทำวิจัย..... 99

บัญชีภาพ

ภาพ **หน้า**

1 แสดงการผลิตและการดำเนินงาน..... 9
2 แสดงผังองค์กรกลุ่มแปรรูปผ้าใยกัญชง..... 31

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ ทำให้ทุกฝ่ายทั้งภาครัฐบาลและเอกชนได้มองเห็นความสำคัญในการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือภูมิปัญญาไทยกันมากขึ้น ดังจะเห็นได้ว่ามีการพัฒนาเรื่อง นโยบายเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ และนโยบายสร้างความเข้มแข็งของชุมชน รวมทั้งนโยบายของรัฐที่เน้นการพัฒนา หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ออกไปทั่วประเทศ และได้เน้นให้มีการพัฒนาแบบองค์รวมที่มีคนเป็นศูนย์กลาง กำหนดกลยุทธ์ประการสำคัญคือ การเน้นทางการเสริมความแข็งแกร่งของชุมชน การสนับสนุนในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเองและสังคม ตลอดจนการเพิ่มศักยภาพขององค์กรชุมชน การสนับสนุนการเรียนรู้และขยายเครือข่ายให้กับชุมชน เป็นต้นจึงถึงเวลาแล้วที่เราควรจะหันมาให้การส่งเสริม หรือหาแนวทางในการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อันนำมาซึ่งการมีรายได้ การสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนหรือในท้องถิ่น แต่สิ่งที่เหล่านี้จะเกิดขึ้นไม่ได้เลยถ้าหากไม่ได้รับความร่วมมือจากบุคคลหรือหน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ ในชุมชน เช่น ประธานในชุมชน ผู้นำชุมชน องค์กรหรือหน่วยงานภาครัฐ

กลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชงบ้านคอดยาว ก็เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่ได้นำเอาทรัพยากรที่บุคคลทั่วไปคาดไม่ถึงว่าจะสามารถมาผลิตและแปรรูปมาเป็นผ้าได้ จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารของทางราชการและการเข้าไปพบปะพูดคุยกับผู้นำชุมชนและประธานกลุ่ม พบว่าประชาชนในหมู่บ้านเป็นชาวเขาเผ่าม้ง ซึ่งคุ้นเคยกับการปลูกและใช้ประโยชน์จากต้นกัญชงตามจารีตและประเพณีดั้งเดิมของชาวเขาที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษมานานแล้วซึ่งผ้าใยกัญชงจะนำมาใช้ในพิธีกรรมตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย แต่ปัจจุบันการดำเนินชีวิตของชาวเขาได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมีการรับวัฒนธรรมภายนอกเข้ามามากขึ้นจึงเปลี่ยนจากการทอผ้าเพื่อใช้ในครบครัวและประกอบในพิธีกรรมในอดีตมาเป็นการแปรรูปเพื่อการค้า

ดังนั้นจึงนำไปสู่การรวมกลุ่มในการดำเนินธุรกิจแปรรูปผ้าใยกัญชง และจากการรวมกลุ่มกันนี้เองทำให้เกิดปัญหาทางด้านการจัดการกลุ่ม การผลิต การตลาด การเงินและบัญชีตลอดจนเรื่องของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตซึ่งไม่สามารถปลูกต้นกัญชงได้เอง เพราะกฎหมายควบคุมยาเสพติดได้รวมเอาต้นกัญชงเป็นพืชที่มีสารเสพติดชนิดเดียวกับต้นกัญชา ทำให้ต้องนำเข้าต้นกัญชงจากต่างประเทศ จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้ศึกษาเล็งเห็นถึงความสำคัญของการเข้า

มาศึกษาการดำเนินงานของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาวเพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาวิธีการดำเนินงานของผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการทำธุรกิจแปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา
3. เพื่อศึกษาการพัฒนาธุรกิจแปรรูปผ้าใยกัญชงของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านประชากร

1.1 สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซางจังหวัดพะเยา

1.2 ผู้นำชุมชนในท้องถิ่น บ้านคอดยาวตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ได้แก่ ประธานกลุ่ม ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งกล้วย พัฒนาชุมชน ประธานกลุ่มแม่บ้าน

1.3 กลุ่มนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง

1.4 ผู้บริโภค คือผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าใยกัญชง ได้แก่ร้านค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าใยกัญชง ไปจำหน่ายต่อ

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้มีขอบข่ายศึกษาปัญหา/อุปสรรคและแนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชนกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา

2.1 ประวัติความเป็นมาของหมู่บ้าน และสภาพทั่วไปของหมู่บ้าน

2.2 ประวัติความเป็นมาของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง

2.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง

2.4 การบริหารจัดการกลุ่ม

2.5 การจัดการด้านการผลิต

2.6 การจัดการด้านการตลาด

2.7 การจัดการด้านการเงิน

2.8 การได้รับการส่งเสริม สนับสนุน

2.9 ปัญหา และความต้องการ

2.10 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจแปรรูปผ้าใยกัญชง

นิยามศัพท์

ผ้าใยกัญชง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากใยต้นกัญชง

ผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ หมายถึง กลุ่มสมาชิกที่ทำการแปรรูปผ้าใยกัญชง ในหมู่บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา

ผู้บริโภค หมายถึง ร้านป้าบัว ร้านวิรัชผ้าไทย ร้านเอื้องคำ ผู้ซื้อรายย่อยที่มาซื้อผ้าแปรรูปใยกัญชงจากสมาชิกที่ตรอกเล่าโจ้ว

การแปรรูป หมายถึง การนำผ้าใยกัญชงที่ทอเป็นผืนแล้วมาย้อมสี และทำผ้าบาติกเพื่อจำหน่าย

วัตถุดิบ หมายถึง ผ้าใยกัญชงที่ผ่านการทอเป็นผืนแล้วแต่ยังไม่ได้ทำการแปรรูป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อได้ทราบถึงการดำเนินงานของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว
2. เพื่อได้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของการทำธุรกิจแปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจแปรรูปผ้าใยกัญชงของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ผู้ศึกษาได้ได้ศึกษา ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวคิดและใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ธุรกิจชุมชน
2. การผลิตและการบริการ
3. การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน
4. การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด
5. ส่วนผสมการตลาด
6. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธุรกิจชุมชน

ความหมายของธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชน ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลาย ซึ่งพอจะยกตัวอย่างได้ดังนี้ ธุรกิจชุมชน คือ การดำเนินกิจกรรมซึ่งส่งเสริมให้ประชาชนในชนบทมีรายได้ โดยพัฒนาความรู้ ความสามารถของประชาชนในการบริหารและจัดการ มีลักษณะการพึ่งพาซึ่งกันและกัน และมีผลในการป้องกันการย้ายถิ่น (สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ สำนักมาตรฐานอุดมศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย,2545, หน้า 11)

ธุรกิจชุมชน ในความหมายทางเศรษฐศาสตร์และการค้า หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนที่ต้องการได้กำไร (ณรงค์ เพชรประเสริฐ, 2542, หน้า 89)

ธุรกิจชุมชน คือ กิจกรรมที่บุคคลหรือองค์กรในชุมชนมีส่วนเป็นเจ้าของกิจการ และ/หรือช่วยดำเนินงานบางส่วนหรือทั้งหมด โดยประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ มีการเรียนรู้และการจัดการร่วมเพื่อดำเนินการในกิจกรรมการผลิต การแปรรูป การค้า และการบริการที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนได้อย่างสอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน อันจะนำไปสู่ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี และการพัฒนาที่ยั่งยืน (ปาริชาติ วลัยเสถียร,2540, หน้า 96)

จากความหมายดังกล่าว พอจะสรุปความหมายของธุรกิจชุมชนให้สอดคล้องกับการวิจัยในครั้งนี้ว่า ธุรกิจชุมชน คือ การร่วมกันของคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปที่อยู่ในชุมชนหรือท้องถิ่นเดียวกัน ดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การแปรรูป การตลาด การบริหารจัดการกลุ่ม และการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้า โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะแสวงหากำไรจากการประกอบธุรกิจนั้น ๆ อันจะนำไปสู่ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และการพัฒนาที่ยั่งยืน

ลักษณะของธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชนนั้นเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนในระยะเริ่มต้นไม่มากนัก หากแต่เน้นการสร้างงานในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้นเป็นหลัก รายได้จากการขายอาจไม่จำเป็นต้องสูงนักในระยะเริ่มแรก โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ทุกคนสามารถอยู่ได้เป็นสำคัญ ธุรกิจชุมชนโดยทั่วไปมีลักษณะดังนี้

1. เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการบริหาร ผู้บริหาร หรือตัวแทนกลุ่มสามารถตัดสินใจในธุรกิจได้ทันที และรวดเร็ว เพราะการบริหารงานที่ไม่ซับซ้อน สามารถตัดสินใจปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และตลาด ตลอดการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากสมาชิกของกลุ่มได้อย่างรวดเร็ว

2.รายได้จากยอดขายในระยะเริ่มต้นไม่มากนัก ธุรกิจชุมชนจะทำการจำหน่ายสินค้า คำนึงถึงขนาดของตลาดที่มีอยู่เป็นสำคัญ จึงทำให้รายได้จากยอดขายไม่มากนัก แต่เพียงพอที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินกิจกรรมอยู่ได้อย่างราบรื่น และมีผลในการสร้างงานให้แก่สมาชิกเพื่อช่วยเสริมการดำรงชีพให้อยู่ได้ในบรรดาสมาชิก

3. ต้นทุนในการดำเนินกิจการต่ำ ธุรกิจชุมชนนั้นดำเนินงานโดยเน้นให้คนมีงานทำ แต่ในสภาพการทำงานที่เป็นมิตร และมีความสุขจึงไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าจ้างแพง ในขณะเดียวกันต้นทุนในการจัดหาอุปกรณ์และเครื่องใช้เป็นไปตามความจำเป็นในการประกอบธุรกิจ ซึ่งเน้นการประหยัดไม่ฟุ่มเฟือย

4. การติดต่อ และการให้บริการกับลูกค้าเป็นไปอย่างใกล้ชิด ธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ดำเนินงานโดยสมาชิกในชุมชน ซึ่งทำให้การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นไปในลักษณะเป็นกันเอง และการเป็นเพื่อบ้านช่วยให้ทราบความต้องการของลูกค้าโดยตรง สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้ทันท่วงที

5. การเริ่มต้นธุรกิจทำได้ง่าย ธุรกิจชุมชนสามารถเริ่มต้นได้ง่าย โดยคณะบุคคลที่ไม่ใช่เครือญาติมีวัตถุประสงค์ที่จะทำธุรกิจร่วมกันเพื่อประโยชน์ของกลุ่ม และชุมชน การที่มีบุคคลจำนวนหนึ่งสนใจทำธุรกิจร่วมกันมีผลให้ปัญหาเงินทุนไม่เป็นอุปสรรคเพราะใช้เงินทุนไม่มาก ทุก

คนเป็นสมาชิก ไม่มีเจ้าของผูกขาดแต่เพียงผู้เดียว แต่อาจจะมีตัวแทนของกลุ่มที่ได้รับเลือกให้ทำหน้าที่บริหารจัดการ หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิก

ประเภทของธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชนก็เหมือนกับธุรกิจทั่วไปที่มีการจัดแบ่งธุรกิจออกเป็นประเภทตามการประกอบการ 4 ประเภท คือ ธุรกิจผลิต ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจค้าส่ง และธุรกิจบริการ

1. ธุรกิจการผลิต หมายถึง การผลิตสินค้า โดยการนำเอาวัสดุ หรือสินค้าบางชนิดมาแปรสภาพให้เป็นสินค้าใหม่ มีรูปแบบใหม่ จะทำการผลิตในครัวเรือน ซึ่งอาศัยวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น ผลิตเครื่องปั้นดินเผา ผลิตเครื่องจักรสาร ทอผ้า เป็นต้น

2. ธุรกิจค้าปลีก หมายถึง กิจการที่ทำการขายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภค ณ จุดที่ทำการขายสินค้าที่นิยมจำหน่ายให้กับผู้บริโภค ได้แก่ สินค้าอุปโภค สินค้าบริโภคทุกชนิด ธุรกิจประเภทนี้เน้นการร่วมทุนของสมาชิก เพื่อลดค่าใช้จ่ายจากการที่จะต้องซื้อจากพ่อค้าคนกลางที่กำหนดอัตรากำไรไว้สูง

3. ธุรกิจค้าส่ง หมายถึง กิจการที่ดำเนินการรับซื้อสินค้าจากผู้ผลิตเป็นจำนวนครั้งละมาก ๆ และนำสินค้านั้นมาขายต่อให้กับพ่อค้าปลีกหลาย ๆ รายต่อไป ธุรกิจประเภทนี้อาจจะนับได้ว่าเป็นธุรกิจชุมชนขนาดใหญ่ และมีความมั่นคงพอสมควรแล้ว

4. ธุรกิจบริการ หมายถึง การรวมกลุ่มของสมาชิกเพื่อประกอบธุรกิจบริการ คือสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ ได้แก่ บริการนวดแผนไทยและอบสมุนไพร บริการรักษาโรคด้วยยาสมุนไพร บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทั้งในทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ เป็นต้น

ความสำคัญของธุรกิจชุมชน

1. เปิดโอกาสให้มีการประกอบการ ธุรกิจชุมชนเป็นช่องทาง และโอกาสสำหรับผู้มีความต้องการในการประกอบธุรกิจด้วยตนเองร่วมกับสมาชิกคนอื่น

2. ก่อให้เกิดการว่าจ้างงาน การพัฒนาธุรกิจชุมชนทำให้เกิดการว่าจ่างแรงงานในท้องถิ่นมีการพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่องพร้อมกันไปด้วยแทนการที่ถูกว่าจ้างให้เป็นแรงงานไร้ฝีมือ

3. ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่บางประเภทจำเป็นต้องอาศัยวัตถุดิบ หรือชิ้นส่วนประกอบจากหลาย ๆ แหล่ง เพื่อนำมาผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมประเภทนั้น ธุรกิจชุมชนจึงเป็นแหล่งที่ช่วยในการผลิตชิ้นส่วนประกอบเหล่านี้ และนำส่งให้กับธุรกิจขนาดใหญ่อีกทีหนึ่ง

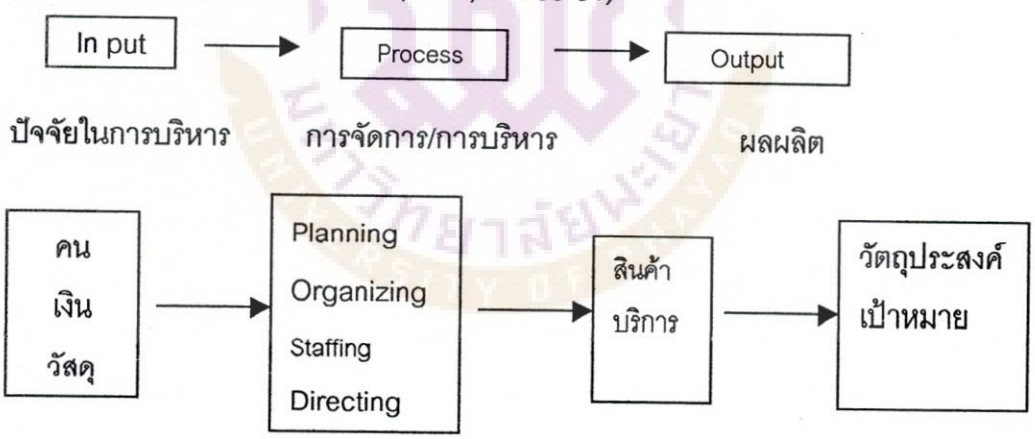
4. สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ธุรกิจชุมชนยิ่งมีเพิ่มมากขึ้นเท่าไหร่ จะก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มคนเพิ่มมากยิ่งขึ้นเท่านั้น เกิดการกระจายรายได้สู่ชนกลุ่มอื่นอย่างทั่วถึง ธุรกิจชุมชนยังช่วยลดปัญหาของสังคม อัตราการว่างงานลดลง เพราะมีการว่าจ้างงานในธุรกิจชุมชน

5. ลดปัญหาสังคมที่เป็นภัยคุกคามประเทศชาติ เช่น ปัญหายาเสพติดในหมู่เยาวชน ปัญหาโรคเอดส์ ปัญหาโสเภณีเด็ก ปัญหาการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันสมควร ปัญหาความรุนแรงในครอบครัว ปัญหาสังคมอันเกิดจากครอบครัวแตกแยกจะได้รับการบรรเทาพร้อมกันไปด้วย ช่วยให้เกิดเป็นสังคมที่มีความร่มเย็นเป็นสุข (สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ,สำนักมาตรฐานอุดมศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย,2545, หน้า 13-15)

การผลิตและการบริการ

การจัดการในเชิงระบบ

ในหลายกรณีจะพิจารณาการจัดการในเชิงระบบ (Management System) โดยพิจารณาในลักษณะของการนำปัจจัยในการบริหารที่เรียกว่า "in – put" เข้าไปในกระบวนการจัดการหรือกระบวนการบริหาร (Management Process) แล้วออกมาเป็น "out – put" หรือผลงานตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ (บรรยงค์ โตจินดา,2542,หน้า 30-31)



ณัฏฐพันธ์ เขจรนันท์ (2545 ,หน้า 10-14) ปกติองค์การจะทำการแปรรูปปัจจัยนำเข้า (Input) เช่น แรงงาน วัตถุดิบ และพลังงานให้กลายเป็นผลลัพธ์ (Output) ในรูปแบบของสินค้าหรือบริการสำหรับลูกค้า โดยองค์การจะได้รับค่าตอบแทนกลับมาในรูปของรายได้และผลกำไรเพื่อเอาไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินงาน ขยายกิจการ หรือกระทำกิจการอื่นต่อไป โดยที่การผลิตสินค้าจะเป็นกิจกรรที่สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นรูปธรรม เช่น สบู่ ปากกา รถยนต์ หรืออาคาร

ขณะที่การบริการจะเกี่ยวข้องกับการสร้างผลลัพธ์ที่ไม่เป็นรูปธรรม เช่น การศึกษา การตรวจบัญชี การขนส่ง และการรักษาพยาบาล ซึ่งเราจะเห็นว่าการผลิตสินค้าและการบริการจะมีลักษณะเฉพาะของตนดังต่อไปนี้

1. คุณสมบัติของการผลิตสินค้า

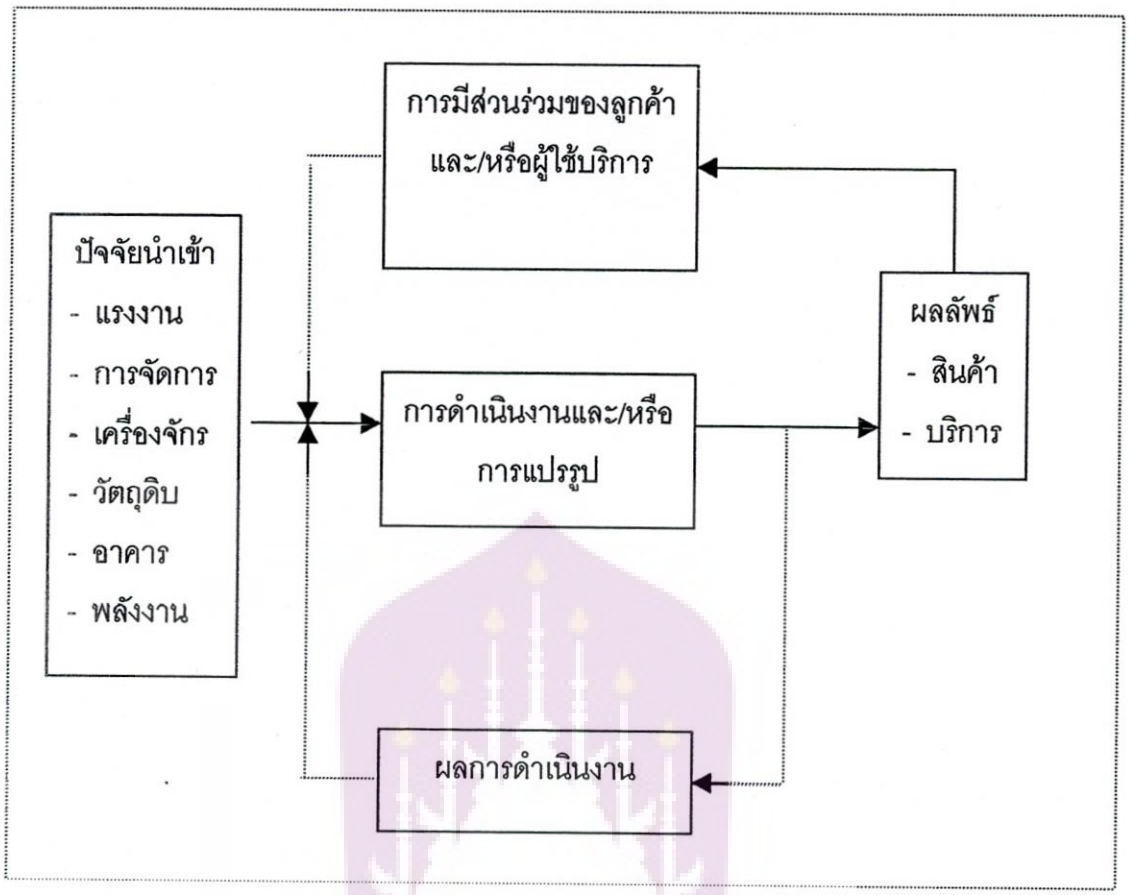
- จับต้องได้และทนทาน การผลิตสินค้าจะมีลักษณะเป็นรูปธรรมที่จับต้องได้ สามารถเป็นเจ้าของและสามารถใช้งานติดต่อกันได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

- ใช้พื้นที่ในการจัดเก็บ การผลติจะเกี่ยวข้องกับสินค้าที่เป็นรูปธรรม เช่น ปากกา กระดาษหรือไม้บรรทัด ทำให้ต้องจัดสรรพื้นที่ในการเก็บรักษา ตลอดจนต้องมีการจัดการกับวัตถุดิบและสินค่าคงคลังอย่างเป็นระบบ

- ติดต่อกับลูกค้าน้อย ปกติหน่วยงานด้านการผลิตโดยเฉพาะโรงงานจะทำหน้าที่ผลิตสินค้าโดยมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับลูกค้าน้อยมาก เนื่องจากผู้บริหารองค์การจะมอบอำนาจและหน้าที่ด้านการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าให้กับฝ่ายการตลาด จัดส่ง หรือตัวแทนของธุรกิจ

การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน

การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน (Production and Operations Management) หรือ POM เป็นการศึกษา วิเคราะห์ กำหนดแนวทางปฏิบัติ และควบคุมกระบวนการแปรรูป (Transformaion Process) ปัจจัยนำเข้า (Input) หรือทรัพยากรการดำเนินงานให้เป็นผลลัพธ์ (Output) ในรูปสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์การ



ภาพ 1 แสดงการผลิตและการดำเนินงาน

จริยธรรมนักธุรกิจ

จริยธรรมนักธุรกิจ (สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ. สำนักงานมาตรฐานอุดมศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย. (2543). บทบาทนักธุรกิจ นักธุรกิจเป็นอาชีพที่มีบทบาทอย่างสำคัญในการพัฒนาประเทศ ดังนั้นนักธุรกิจจึงจำต้องจรโลงศรัทธาต่ออาชีพ ทั้งทำตนให้เป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้ร่วมอาชีพ ทั้งทำตนให้เป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้ร่วมอาชีพ และสร้างให้เกิดการยอมรับบทบาทของตนให้เกดขึ้นในสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ ด้วยความเชื่อในผลของการกระทำความดีที่จะสามารถทำให้ทุกคนอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นสุขและด้วยความเชื่อว่านักธุรกิจสามรถช่วยให้สังคมบรรลุผลเช่นนั้นได้เท่ากับฝ่ายอื่น ๆ มูลนิธิเพื่อสถาบันการศึกษาวิชาการจัดการแห่งประเทศไทย จึงเสนอจริยธรรมของนักธุรกิจมาเพื่อเป็นหลักเกณฑ์ให้ประพฤติปฏิบัติในการดำเนินการธุรกิจโดยกำหนดตามบทบาทหลัก ๆ 6 ประการ ดังต่อไปนี้

1. นักธุรกิจ ต่อ ลูก ค้า
2. นักธุรกิจ ต่อ คู่แข่งขัน

3. นักธุรกิจ ต่อ หน่วยราชการ
4. นักธุรกิจ ต่อ พนักงาน
5. นักธุรกิจ ต่อ สังคม
6. พนักงาน ต่อ นักธุรกิจ

หลักการของ Q.C.C (สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ. สำนักงานมาตรฐานอุดมศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย. (2543).

Q.C.C ได้อาศัยหลักการของวัฏจักรเดมิ่ง (Deming Cycle) ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นด้วยกัน คือ

1. การวางแผน (Plan : P)
2. การปฏิบัติการ (Do : D)
3. การตรวจสอบ (Check : C)
4. การแก้ไขปรับปรุง (Action : A)

การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด

การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด หมายถึง วิธีการต่าง ๆ ของหน่วยงานธุรกิจที่จะเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างหน่วยงานธุรกิจนั้น กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นประชาชนภายใน เช่น พนักงานในบริษัท ผู้บริหาร เป็นต้น หรือประชาชนภายนอก ได้แก่ กลุ่มผู้ถือหุ้น ลูกค้าหรือประชาชนที่อยู่ในละแวกใกล้เคียง ฯลฯ ด้วยวิธีการบอกกล่าวแจ้งข่าวสารที่ดีของบริษัทเกี่ยวกับนโยบาย การดำเนินงาน การช่วยเหลือสังคม และข่าวความเคลื่อนไหวทางการตลาดต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเกิดความเข้าใจ คุ้นเคย และเชื่อถือหน่วยงานในที่สุด ซึ่งการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดจะเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่จะเสริมสร้างยอดจำหน่ายหรือความไว้วางใจให้กับลูกค้า เพื่อรักษากลุ่มลูกค้าให้คงอยู่ และสามารถเพิ่มยอดจำหน่ายให้สูงขึ้นได้ (เสกสรร สายสีสด,2543,หน้า6)

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด

1. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรและผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจะต้องเน้นที่การเผยแพร่ชื่อเสียง เกียรติคุณในด้านต่างๆ ออกสู่สาธารณชนอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะภาพลักษณะด้านการความรับผิดชอบต่อสังคม

2. เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจ ปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจขึ้นเป็นจำนวนมาก ต่างจำเป็นที่จะต้องนำเสนอตนเองให้เป็นที่รู้จักของประชาชน การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนรู้จัก เพื่อได้ทราบถึงการดำเนินงาน

ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ทางด้านการตลาดจึงต้องมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในธุรกิจที่มีความเจริญก้าวหน้า มีการแข่งขันกันอย่างสุดขีด โดยเฉพาะในธุรกิจ สังคมที่มีความเจริญ พัฒนาและประชาชนมีระดับการศึกษาสูง ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนอยู่เป็นประจำ การโฆษณาการลวงให้หลงเชื่อ จึงไม่สามารถทำได้ และไม่สามารถเข้าถึงประชาชนได้

กลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์

กลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์จะกว้างกว่าการโฆษณา (ซึ่งมีเฉพาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย) กลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์จะแบ่งเป็นกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นอุปสรรคหรือต่อต้านหรือเอื้ออำนวยต่อธุรกิจของบริษัท ตัวอย่างกลุ่มผลประโยชน์ซึ่งเป็นเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์มี ดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา,2540,หน้า 8-9)

1. รัฐบาล ต้องทราบว่ารัฐมนตรีว่าการกระทรวง ทบวง กรมต่าง ๆ นั้นมีความคิดอย่างไรกับองค์กร ต้องทราบทัศนคติ หรือความคิดต่าง ๆ ของผู้ที่มีอำนาจดูแลกำกับ เช่น บริษัทก่อสร้างต้องทราบนโยบายของกระทรวงอุตสาหกรรม

2. ข้าราชการ การติดต่อกับหน่วยงานราชการนั้น จำเป็นต้องทราบวิธีการระเบียบขั้นตอนเพื่อให้การขออนุญาตดำเนินงานต่าง ๆ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีควรจะให้ข้าราชการรู้จักคุ้นเคยกับองค์กร

3. สื่อมวลชน (Mass media) ปัจจุบันนี้สื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อความคิดของประชาชนค่อนข้างสูง นักประชาสัมพันธ์ที่ดี ต้องรับรู้ทัศนคติของสื่อมวลชน และสร้างความรู้สึกที่ดี ถ้าหากทะเลาะกับสื่อมวลชนจะมีแต่ผลเสีย เพราะสื่อมวลชนมีหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ออกไปให้สาธารณชนรับรู้ หน้าที่ของผู้สร้างภาพพจน์ก็คือต้องทำให้สื่อมวลชนเกิดความเข้าใจที่ดีต่อองค์การโดยละเอียด

4. ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Target group) ในการทำธุรกิจ หากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายไม่ชอบบริษัท บริษัทก็คงจะดำรงอยู่ไม่ได้ เพราะฉะนั้นการกระทำอะไรของบริษัทจะต้องคำนึงถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มากด้วย

5. ผู้นำชุมชน (COMMUNITY LEADERS) ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน คหบดีประจำท้องถิ่น สมาชิกอบต. สจ. สท. ฯลฯ แต่ละท้องที่จะมีผู้นำท้องถิ่นของเขา ซึ่งบริษัทต้องเข้าใจว่าความรู้สึกทัศนคติของบุคคลเหล่านี้ว่าเป็นอย่างไร แล้วพยายามโน้มน้าวให้มาเป็นพวก

6 ผู้นำทางด้านความคิด คือ ผู้ที่น่าเชื่อถือ ส่วนใหญ่เป็นนักวิชาการ เมื่อปัญหาอะไรที่สังคมสนใจท่านเหล่านี้มักจะได้รับเชิญไปเสนอความเห็นอยู่เสมอ

รูปแบบของการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด

การประชาสัมพันธ์ปัจจุบันนำมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดเพื่อเสริมภาพลักษณ์ให้แก่กิจการส่วนหนึ่ง นอกเหนือจากกิจกรรมอื่น ๆ ที่จะทำให้ผู้บริโภคนิยมเชื่อถือ การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดที่นิยมมีดังนี้ (สุวิมล แม้นจริง,2541,หน้า272)

1. การให้ข่าว หรือการเผยแพร่ข่าวเป็นเครื่องมือการทำประชาสัมพันธ์การตลาด นอกจากทำหน้าที่ติดต่อสื่อสารการตลาดแล้วยังสร้างภาพลักษณ์ให้กับกิจการ ทำหน้าที่เช่นเดียวกับการโฆษณาก่อให้เกิดทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์นำไปสู่การซื้อ

2 การจัดเหตุการณ์พิเศษ (Special event) รัฐบาลต้องการเผยแพร่โครงการอะไรก็ตาม ก็จัดการเผยแพร่ให้โดยไม่คิดเงิน ภาพลักษณ์ที่ออกมาจึงดีมาก เหมือนกับว่าบริษัทที่ได้รับการคัดเลือกจากรัฐบาลตลอดเวลา ถือว่ากำลังเติบโตถึงขีดสุด ในแง่ของการตลาดเพราะการโฆษณาที่ดี

กระบวนการวางแผน การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด

กระบวนการวางแผน การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดประกอบด้วย งานที่จะต้องดำเนินการอย่างสูงเป็นขั้นตอนต่อเนื่องกัน ซึ่งประกอบไปด้วยการวิเคราะห์หน่วยงานและผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์ภาพพจน์ของบริษัทและผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย กำหนด

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

1. การวิเคราะห์นโยบายและผลิตภัณฑ์

งานในขั้นตอนแรกของการวางแผน คือ การวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ของผลิตภัณฑ์ของธุรกิจนั้นๆ ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาพิจารณา เพื่อการตัดสินใจในการวางแผน เพราะฉะนั้นถ้าจะวางแผนการประชาสัมพันธ์จึงต้องวิเคราะห์หถึงผลิตภัณฑ์ขององค์การด้วย เช่น การวางแผนประชาสัมพันธ์ของบริษัทใดบริษัทหนึ่งเราต้องวิเคราะห์ตัวบริษัทและตัวผลิตภัณฑ์ จะต้องประกอบด้วย

1.1 การวิเคราะห์ภูมิหลัง (Background) ขององค์กรเป็นการวิเคราะห์บริษัทตั้งแต่บริษัทจัดตั้งขึ้นเมื่อใด ใครเป็นผู้ก่อตั้ง เหตุจูงใจในการก่อตั้ง มีอะไรสำคัญและน่าสนใจที่ควรนำไปศึกษาวิเคราะห์

1.2 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ (Product analysis) ศึกษาภูมิหลังของการผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้ในงานประชาสัมพันธ์ได้ ประกอบด้วย ใครเป็นผู้คิดต้นผลิตภัณฑ์ เหตุจูงใจในการคิดค้น มีการศึกษาวิจัยหรือไม่ มีงบประมาณเท่าใดกับวัตถุดิบที่นำมาผลิตมีส่วนผสมอะไรบ้างซึ่งในการวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์นั้นต้องมองให้ชัดเจน

1.3 ต้องทราบเรื่องราวและตำนาน (Story and Legend) เกี่ยวกับสินค้าและองค์กร เรื่องราวนั้นอาจจะเป็นเรื่องราวของบริษัทหรือเรื่องราวของสินค้าซึ่งอาจเป็นเรื่องราวที่พิสูจน์ได้หรือพิสูจน์ได้บ้างก็มี ซึ่งเรื่องราวส่วนใหญ่ที่มักเล่าขานกันมาจะต้องมีกิจกรรมที่เด่นๆ เป็นพิเศษมีความเป็นเอกลักษณ์ไม่ซ้ำแบบใคร

1.4 กำหนดสิ่งที่เราจะนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ได้ผลในกรณีนี้เป็นเรื่องรวมของความสำเร็จขององค์กรหรือสินค้า ความสำเร็จขององค์กร เช่น องค์กรเจริญเติบโตอย่างไร ยอดขายในปีแรกเท่าใด และที่ผ่านไป 5 ปี ยอดขายสูงเท่าใดนั้นเป็นที่วัดความสำเร็จ ความสำเร็จของบริษัทวัดกันที่การเจริญเติบโต การขยายบริษัท การจ้างพนักงานเพิ่มขึ้น ยอดขายสูงขึ้น

1.5 บทบาทในการสร้างสรรค์สังคม หมายถึง องค์การที่ดำเนินการธุรกิจมีส่วนในการสร้างสรรค์สังคมอย่างไร และได้ทำกิจกรรมบริษัท โดยมิได้มุ่งวังการขายสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่ได้อุทิศบางส่วนไปช่วยสังคม เช่น การมอบทุนการศึกษา สนับสนุน ศิลปวัฒนธรรม ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

1.6 ความก้าวหน้าของบริษัท การที่บริษัทได้นำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการทำงานมีการพัฒนาขยายธุรกิจ เปิดกิจการใหม่ สิ่งเหล่านี้ คือ ความก้าวหน้า เป็นสิ่งที่สามารถนำมาพูดคุยให้เกิดความชื่นชมในตัวสินค้านั้นได้ เป็นการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดี

2. การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ การวิเคราะห์ภาพลักษณ์จะต้องช่วยให้เราทราบถึงทัศนคติต่อองค์กร ต่อสินค้าของเราอย่าไร ภาพลักษณ์ในปัจจุบันขององค์กรอย่างไร

3. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งเพราะถ้าหากเราไม่รู้จักกลุ่มเป้าหมายที่จะทำการประชาสัมพันธ์ลงไปนั้น เท่ากับว่าทำงานไปโดยการสูญเปล่า ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ มีจำนวนหลายกลุ่ม ซึ่งบางครั้งไม่สามารถระบุได้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร เพราะการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เป็นสิ่งที่ควรสร้างให้เกิดขึ้นในความคิดและจิตใจของประชาชนในวงกว้างให้มากที่สุด อันเป็นผลธุรกิจระยะยาวและนอกจาการจะระบุถึง

กลุ่มเป้าหมายเป็นใครแล้วนั้น ยังต้องพิจารณาจากปัจจัยสภาพแวดล้อมต่างๆ ทางด้านสังคม และทางด้านจิตวิทยา เพื่อให้เข้าใจในลักษณะและพฤติกรรมต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะช่วยให้วางแผนการประชาสัมพันธ์ได้ดี และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายควรจะกำหนดให้มีความชัดเจน คือ กลุ่มเป้าหมายจะต้องประกอบด้วย กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary target group) และกลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary target group) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเช่นนี้ เพื่อที่จะทำให้เกิด ความชัดเจน และครอบคลุมมากขึ้น ซึ่งลักษณะของกลุ่มเป้าหมายสามารถแยกได้ดังนี้

1. ผู้นำความคิด
2. ลูกค้า
3. ชุมชน
4. ผู้ถือหุ้น
5. สื่อมวลชน
6. พนักงานภายในบริษัท
7. คู่แข่ง
8. กลุ่มผู้นำนักศึกษา

การแยกกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ ดูจากสภาพเป็นหลักและวัตถุประสงค์ที่จะทำการประชาสัมพันธ์ นอกจากกลุ่มเป้าหมายที่กล่าวถึงนี้ยังมีกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ที่เป็นปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้องขึ้นอยู่กับสภาพการ เหตุการณ์ สิ่งแวดล้อมที่เป็นอยู่ในขณะนั้นด้วย

4. กำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ในการกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ เป็นการกำหนดความคาดหวังในสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้น เนื่องจากวัตถุประสงค์นั้นเปรียบเสมือนเครื่องชี้แนวทางสำหรับการปฏิบัติงาน หากผู้วางแผนสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ได้ชัดเจน และมีความเป็นไปได้สูง โอกาสที่จะทำการประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จก็อาจเป็นไปได้สูง วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โดยทั่วไป คือ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และธุรกิจเจ้าของผลิตภัณฑ์

5. กำหนดวิธีการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด หลังจากที่ได้รับการวิเคราะห์บริษัทและสินค้า วิเคราะห์ภาพลักษณ์ กำหนดเป้าหมาย ตั้งวัตถุประสงค์ ขึ้นต่อไปเป็นการพิจารณาว่าจะใช้วิธีการเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์อย่างไรให้มีความเหมาะสม ซึ่งใช้วิธีการทางการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดนั้น ซึ่งการกำหนดวิธีการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด จะต้องให้สอดคล้องกับรูปแบบของการประชาสัมพันธ์การตลาดด้วย

6. การกำหนดสื่อและกิจกรรม สื่อและกิจกรรมเป็นตัวกลางและช่องทางในการนำสารไปยังผู้บริโภค ฉะนั้นการที่ผู้รับสารจะรับสารที่มีประสิทธิภาพแค่ไหนขึ้นอยู่กับวิธีการกำหนดในการใช้สื่อ และกำหนดกิจกรรมที่มีประสิทธิภาพ การวางแผนการประชาสัมพันธ์ทางวิธีการใช้สื่อในลักษณะใดก็ตามจะต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย สาร การใช้สื่อ และกิจกรรมที่เป็นคู่แข่งอื่นด้วย

7. การจัดทำแผนการปฏิบัติงาน ในขั้นงานเป็นการตัดสินใจว่าจะมีการปฏิบัติการสำหรับการประชาสัมพันธ์อย่างไร โดยมีสิ่งที่ต้องจะพิจารณาคือเนื้อหาเรื่องรวมที่จะต้องทำการประชาสัมพันธ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง

8. การติดตาม และการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด แผนการประชาสัมพันธ์ การติดตามประเมินผลมี 2 ประเภท ประเภทแรกเป็นการประเมินความก้าวหน้าระหว่างดำเนินการตามแผน เป็นการประเมินในระหว่างการปฏิบัติงาน

ประการที่สอง การติดตามประชาสัมพันธ์ จะช่วยให้ธุรกิจหาวิธีการแก้ไขหรือปรับเปลี่ยนให้การสื่อสารตามแผนเป็นไปอย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลา นอกจากนั้นยังเป็นข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และตัดสินใจเพื่อวางแผนการประชาสัมพันธ์ในโอกาสต่อไป (วรินทรีย์ ธานีวรรณ,2542,หน้า 61-72)

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)

การดำเนินงานทางการตลาด มีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดหรือวางแผนงานการตลาดอยู่ 2 ประเภทคือ

ประเภทที่ 1 เป็นปัจจัยภายในของกิจการ ซึ่งกิจการสามารถจะควบคุมได้ กำหนดได้ เปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมตามความคิดเห็นของผู้บริหารในกิจการได้ และทุก ๆ กิจการจะต้องมีปัจจัยที่ควบคุมได้กลุ่มนี้ จะหลีกเลี่ยงหรือขาดไปส่วนใดส่วนหนึ่งมิได้

ประเภทที่ 2 เป็นปัจจัยทีมีส่วนในการกำหนดองค์ประกอบต่าง ๆ รูปแบบการจัดส่วนประกอบของปัจจัยกลุ่มที่ 1 เป็นปัจจัยที่กิจการไม่สามารถควบคุมได้ แต่ต้องมีความสัมพันธ์ด้วยเมื่อต้องการทำธุรกิจ ได้แก่ สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งสังคม เศรษฐกิจ กฎหมาย คู่แข่งขัน ทรัพยากรต่าง ๆ

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องเสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place)การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เราสามารถเรียกส่วน

ประสมทางการตลาดได้อีกอย่างหนึ่งว่า 4'Ps ส่วนประกอบทั้ง 4 ตัวนี้ ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน P แต่ละตัวมีความสำคัญเท่าเทียมกัน แต่ขึ้นอยู่กับผู้บิหารการตลาดแต่ละคนจะวางกลยุทธ์ โดยเน้นน้ำหนักที่ P ใดมากกว่ากัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด คือ ตัวผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์ (Product)

ปัจจัยแรกที่จะแสดงว่ากิจการพร้อมจะทำธุรกิจได้ กิจการนั้นจะต้องมีสิ่งที่จะเสนอขาย อาจเป็นสินค้าที่มีตัวตน บริการ ความคิด (Idea) ที่จะไปตอบสนองความต้องการได้ การศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น นักการตลาด มักจะศึกษาผลิตภัณฑ์ในรูปของผลิตภัณฑ์เบ็ดเสร็จ (Total Product) ซึ่งหมายถึงตัวสินค้า บวกกับความพอใจและผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้านั้น ผู้บริหารการตลาดจะต้องมีการปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นมาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นถึงการสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภคและสองความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัย ในการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จะต้องศึกษาปัญหาต่าง ๆ ที่ครอบคลุมถึงการเลือกตัวผลิตภัณฑ์ หรือสายผลิตภัณฑ์ การเพิ่มหรือลดชนิดของสินค้าในสายผลิตภัณฑ์ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ในเรื่องคุณภาพ ประสิทธิภาพ สี ขนาด รูปทรง การให้บริการประกอบการขาย การรับประกัน ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกจำหน่ายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มใด วงจรผลิตภัณฑ์ของสินค้ามีระยะเวลานานเท่าใด ในแต่ละช่วงเวลาของวงจรผลิตภัณฑ์นั้น นักบริหารการตลาดควรจะใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างไร และเมื่อต้องการที่จะสร้างความเจริญก้าวหน้าให้แก่กิจการ ธุรกิจจะต้องมีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้อย่างไร

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคให้ความสนใจและพิถีพิถันในการเลือกซื้อสินค้ามากกว่าแต่ก่อน บทบาทของการบรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญต่อตัวผลิตภัณฑ์อย่างยิ่ง การบรรจุภัณฑ์จะก่อให้เกิดประโยชน์หลักอยู่ 2 ประการด้วยกัน คือ เป็นการป้องกันคุณภาพของสินค้าและช่วยส่งเสริมการจำหน่าย ดังนั้น รูปร่างของภาชนะหรือหีบห่อในปัจจุบันจึงมีสีสรรสะดุดตา และวัสดุที่ใช้ทำหีบห่อแปลกใหม่กว่าเดิม บ่อยครั้งที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าโดยคำนึงถึงตัวบรรจุภัณฑ์มากกวาตัวสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาจำหน่ายในตลาดจะต้องมีการกำหนดตราสินค้าและเครื่องหมายการค้า เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์นันเป็นของผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งอย่างชัดเจน ผู้บริโภคจะสามารถใช้ประสบการณ์ในอดีตมาช่วยในการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น โดยมิต้องสอบถามข้อมูลอยู่ตลอดเวลาและเกิดความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น

การจัดจำหน่าย (Place or Distribution)

ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตขึ้นมาได้นั้น ถึงแม้ว้าจะมีคุณภาพดีเพียงใดก็ตาม ถ้าผู้บริโภคไม่ทราบแหล่งซื้อและไม่สามารถจะจัดหามาได้เมื่อเกิดความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ดังนั้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องพิจารณาว่าที่ไหน เมื่อไร และโดยใครที่จะเสนอขายสินค้า การจัดจำหน่ายเป็นเรื่องที่ซับซ้อน แต่ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องศึกษา

การจัดจำหน่ายแบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 ส่วน คือ ช่องทางการจำหน่ายสินค้า เน้นการศึกษาถึงชนิดของช่องทางการจำหน่ายว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือการขายสินค้าผ่านสถาบันคนกลางต่าง ๆ บทบาทของสถาบันคนกลางต่าง ๆ เช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก และตัวแทนคนกลาง ที่มีต่อตลาด อีกส่วนหนึ่งของกิจกรรมการจัดจำหน่ายสินค้า คือ การแจกจ่ายตัวสินค้า การกระจายสินค้าเข้าสู่ตัวผู้บริโภค การเลือกใช้วิธีการขนส่ง ที่เหมาะสมในการช่วยแจกจ่ายตัวสินค้า สื่อกาขนส่งได้แก่ การขนส่งทางอากาศ ทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางท่อ ผู้บริหารการตลาดจะต้องคำนึงว่าจะเลือกใช้สื่ออย่างใดถึงจะดีที่สุด โดยเสียคาใช้จ่ายต่ำและสินค้านั้นไปถึงลูกค้าทันเวลา ขั้นตอนที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการแจกจ่ายตัวสินค้า คือ ขั้นตอนของการจัดเก็บรักษาสินค้าเพื่อรอการจำหน่ายให้ทันเวลาที่ผู้บริโภคต้องการ

การกำหนดราคา (Price)

เมื่อธุรกิจได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมา รวมทั้งหาช่องทางการจำหน่ายและวิธีการแจกจ่ายตัวสินค้าได้แล้ว สิ่งสำคัญที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการต่อไป คือ กำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเสนอขายก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้า ธุรกิจต้องมีเป้าหมายว่าจะตั้งราคาเพื่อต้องการกำไร หรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาด(Market Share) หรือเพื่อเป้าหมายอย่างอื่น อีกทั้งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจากตลาดเป้าหมาย และสู้กับคู่แข่งขันได้ในการแข่งขันในตลาด กลยุทธ์ราคาเป็นเครื่องมือสำคัญที่คู่แข่งขันนำมาใช้ได้ผลรวดเร็วกว่าปัจจัยอื่น ๆ เช่น การลดราคา หรืออาจตั้งราคาสินค้าให้สูงสำหรับสินค้าที่มีลักษณะพิเศษในตัวของมันเอง เพื่อแสดงภาพพจน์ที่ดี อาจใช้ผลทางจิตวิทยามาช่วยเสริมการตั้งราคา การตั้งราคาสินค้าอาจมีนโยบายการให้สินเชื่อหรือนโยบายการให้ส่วนลดเงินสด ส่วนลดการค้า หรือส่วนลดปริมาณ ฯลฯ นอกจากนั้นธุรกิจจะต้องคำนึงถึงกฎข้อบังคับทางกฎหมายที่จะมีผลกระทบต่อราคาด้วย

การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมาย การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิภัณฑ์ที่เสนอขาย

วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด เพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่ามีผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาดพยายามชักชวนให้ลูกค้าซื้อและเพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค การส่งเสริมการตลาดจะต้องมีการศึกษาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับกับผู้ส่ง การส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือสำคัญที่จะใช้อยู่ 4 ชนิดด้วยกัน ที่เรียกว่าส่วนผสมของการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ได้แก่

ก. การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการเสนอขายสินค้าแบบเผชิญหน้ากัน (Face-to-Face) พนักงานขายต้องเข้าพบปะกับผู้ซื้อโดยตรงเพื่อเสนอขายสินค้า การส่งเสริมการตลาดโดยวิธีนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุด แต่เสียค่าใช้จ่ายสูง

ข. การโฆษณา (Advertising) หมายถึงรูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อการส่งเสริมการตลาดโดยมิได้อาศัยตัวบุคคลในการนำเสนอหรือช่วยในการขาย แต่เป็นการใช้สื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา อินเตอร์เนท (Internet) สื่อโฆษณาเหล่านี้จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคเป็นกลุ่มใหญ่ เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องการกระจายตลาดกว้าง

ค. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึงกิจกรรมที่ทำหน้าที่ช่วยพนักงานขายและการโฆษณาในการขายสินค้า การส่งเสริมการขายเป็นการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า การส่งเสริมการขายจัดทำในรูปของการแสดงสินค้า การแจกของตัวอย่าง แจกคูปอง ของแถม การใช้แสตมป์เพื่อแลกสินค้า การชิงโชคแจกรางวัลต่าง ๆ ฯลฯ

ง. การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) ในปัจจุบันธุรกิจมักสนใจภาพพจน์ของกิจการ ธุรกิจได้ใช้เงินจำนวนมากเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการ ปัจจุบันองค์การธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ได้เน้นที่การแสวงหากำไรเพียงอย่างเดียว ต้องเน้นที่วัตถุประสงค์ของการให้บริการแก่สังคมด้วย (Social Objective) เพราะความอยู่รอดขององคีการธุรกิจจะขึ้นอยู่กับการยอมรับของกลุ่มผู้บริโภคในสังคม ถ้าหากกลุ่มผู้บริโภคต่อต้านหรือมีความคดว่าองคีการธุรกิจแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนมากจนไม่คำนึงถึงสังคมหรือผู้บริโภค เช่น ผลิตสินค้า แล้วปล่อยน้ำเสียลงแม่น้ำ หรือทำให้อากาศเป็นพิษ ก่อให้เกิดผลเสียต่อส่วนรวมโดยมิได้หาวิธีแก้ไข จะสร้างภาพพจน์ที่ไม่ดีขององค์การธุรกิจ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เป็นกิจการขายเบียร์ ซึ่งมีส่วนในการเสนอสิ่งที่เป็นพิษภัยต่อประชาชน จึงพยายามทำโฆษณาเพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ด้วยการเสนอเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย เป็นการชดเชย

เบี่ยงเบนความรู้สึกต่อต้านของสังคม หากกลุ่มผู้บริโภคไม่พอใจและไม่ต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้ผลิต ย่อมเป็นสาเหตุที่จะจำกัดการเจริญเติบโตของธุรกิจได้(สุดาดวง เรืองรุจิระ,2543, หน้า 29-32)

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT ANALYSIS)

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยใช้กรอบ SWOT

SWOT เป็นคำย่อมาจากคำว่า Strengths Weaknesses Opportunities และ Threats ดังนี้

Strengths คือจุดแข็ง หมายถึง ความสามารถและสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่งองค์กรนำใช้เป็นประโยชน์ในการทำงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

Weaknesses คือ จุดอ่อน หมายถึง สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบ และด้อยความสามารถซึ่งองค์กรไม่สามารนำมาใช้ประโยชน์ได้ เช่น ความผิดพลาด หรือข้อด้อย

Opportunities คือ โอกาส หมายถึง ปัจจัย และสถานการณ์ภายนอก ที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หรือปัจจัยที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร

Threats คือ สิ่งที่คุกคาม หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาต่อองค์กรและสามารถส่งผลทางลบต่อการทำงานขององค์กรชุมชนประเภทต่าง ๆ

บางครั้งการจำแนกโอกาสและอุปสรรคหรือข้อจำกัด เป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะทั้งสองสิ่งที่สามารถเปลี่ยนกลับซึ่งกันและกัน เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอาจทำให้สถานการณ์ที่เคยเป็นโอกาสกลับกลายเป็นอุปสรรคได้เช่นกัน (พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์ และ พสุ เดชะรินทร์,2542.หน้า 172-174)

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุษา โสทรจิตร์ (2545) ได้ศึกษาถึงแนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชน กลุ่มผู้ผลิตกระดาษจากใบสับประรด พบว่า การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบกันตามลักษณะการผลิตเป็นสำคัญสำหรับหน้าที่อื่นๆ ที่ควรจะมีตามลักษณะขององค์การธุรกิจ ยังไม่มีผู้รับผิดชอบโดยตรง เช่น ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการเงินบัญชี ฝ่ายจัดซื้อ ฯลฯ ทางกลุ่มยังมีปัญหาและความต้องการในด้านต่าง ๆ 4 ประเด็นหลัก ได้แก่

1. ปัญหาด้านการตลาด ถือเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุด เพราะกลุ่มยังไม่มีความเข้าใจในการจัดการด้านการตลาด ขาดผู้ทำหน้าที่ทางด้านการตลาดโดยตรง ต้องอาศัยความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ในภาครัฐ

2. ปัญหาด้านคุณภาพและรูปแบบผลิตภัณฑ์ กลุ่มต้องการพัฒนาคุณภาพของกระดาษโดยเฉพาะการย้อมสีเนื้อเยื่อ มีปัญหาสีจะเพี้ยนไม่ตรงตามความต้องการ สีของกระดาษจะเป็นสีคล้ำ สีสันไม่สดใสเหมือนกับกระดาษสา กลุ่มจึงมีความต้องการที่จะศึกษาปรับปรุงวิธีการหรือเทคนิคในการย้อมสีเนื้อเยื่อ

3. ปัญหาด้านการบริหารจัดการกลุ่ม ปัจจุบันกลุ่มใช้วิธีบริหารจัดการโดยให้ความสำคัญที่กระบวนการผลิตเป็นสำคัญ แบ่งหน้าที่ตามลักษณะของการผลิต ยังไม่มีหลักในการบริหารจัดการตามลักษณะโครงสร้างขององค์การ

4. ปัญหาด้านด้านอาคารสถานที่ กลุ่มยังไม่มีอาคาร หรือสถานที่ดำเนินการของกลุ่มเอง ปัจจุบันได้รับความอนุเคราะห์จากเจ้าอาวาส วัดทรายมูล ให้ใช้สถานที่บริเวณวัดเป็นสถานที่ในการดำเนินการของกลุ่ม สมาชิกกลุ่มมีความต้องการอาคารสำหรับการดำเนินงานของกลุ่มเอง แต่งบประมาณในการก่อสร้างสูง กลุ่มจึงมีงบประมาณไม่เพียงพอสำหรับการก่อสร้าง

ทางด้านการส่งเสริม สนับสนุน พบว่ากลุ่มได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานในภาครัฐบาลและเอกชน ผู้นำชุมชน จำนวนมาก ซึ่งมีพาณิชย์จังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด พัฒนาการอำเภอเมืองลำปาง กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สหกรณ์ส่งเสริมผู้ปลูกสับปะรด หอการค้าจังหวัดลำปาง สถาบันการศึกษาในจังหวัดลำปาง บัณฑิตกองทุนหมู่บ้าน การให้การส่งเสริม สนับสนุนดังกล่าวควรจัดทำแผนงาน หรือโครงการ ประสานแผนความร่วมมือกันอย่างต่อเนื่อง

กรมพัฒนาชุมชน (2543) การดำเนินงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริเศรษฐกิจแบบพอเพียงเฉลิมพระเกียรติ มีเป้าหมายดำเนินการในทุกพื้นที่ในหมู่บ้าน หรือชุมชน เป็นหน่วยการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนโดยมีเป้าหมาย 3 ระดับ คือระดับพื้นฐาน พัฒนาให้ชุมชน “พออยู่ พอกิน” ระดับปานกลาง พัฒนาให้ชุมชน “อยู่ดี กินดี” และระดับก้าวหน้า พัฒนาให้ชุมชน “มั่งมีศรีสุข” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริม และสนับสนุนให้ประชาชนมีทุนในการประกอบอาชีพ โดยเน้นการพัฒนากลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต กิจกรรมเครือข่าย กลุ่มอาชีพ และครัวเรือนยากจนเพื่อให้ประชาชนในชนบทสามารถพัฒนาคุณภาพการผลิต และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้ได้คุณภาพและมาตรฐานทั้งด้านวัตถุดิบ การแปรรูป และการบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ประชาชนในชนบทสามารถจำหน่ายสินค้าจากชุมชนได้มากขึ้น และซื้อสินค้าได้ในราคาถูก รวมทั้งสามารถประกอบการทางด้านธุรกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถบริหารจัดการโครงการ/กิจกรรมของกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วระวุฒิ หล้าทุม (2540) ได้ศึกษาประสิทธิภาพของกลุ่มเกษตรกรตามความคิดเห็นของเกษตรตำบลในจังหวัดเลย พบว่า คณะกรรมการกลุ่มเกษตรกรที่มีประสิทธิภาพจะต้องเข้าใจ

บทบาทหน้าที่ของตนเอง คณะกรรมการต้องเข้าใจกฎระเบียบข้อบังคับของกลุ่มเกษตรกรเป็นอย่างดี สมาชิกกลุ่มเกษตรกรที่มีประสิทธิภาพ ควรมีความซื่อสัตย์ต่อตนเองและหมู่คณะ เกี่ยวกับลักษณะที่ควรจะเป็นในการทำงานของกลุ่ม เพื่อให้กลุ่มประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ การจัดการต่างๆ ของกลุ่มเกษตรกร คณะกรรมการควรมีการประสานงานกับหัวหน้าหน่วยงานเกษตรกรรม และสมาชิกเพื่อก่อให้เกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การส่งข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ เป็นต้น

สมเดช ประวิลวรรณ (2540) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มเปรียบเทียบกลุ่มแม่บ้านในนิคมสร้างตนเองโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู และนิคมสร้างตนเองห้วยหลวง จังหวัดอุดรธานี พบว่า การเปรียบเทียบปัจจัยทางสังคม จำนวน 8 ประเด็น คือการสนับสนุนหรือการยินยอมจากสามี การชักชวนจากเพื่อนบ้าน การชักชวนจากเจ้าหน้าที่ การชักชวนจากกรรมการกลุ่ม ความเชื่อถือในกรรมการกลุ่ม ความต้องการมีเกียรติยศและความภาคภูมิใจ ความต้องการมีชื่อเสียงกว้างขวาง และความต้องการมีความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าหน้าที่ พบว่าสมาชิกกลุ่มแม่บ้านทั้งสองกลุ่มมีความแตกต่างกัน 2 ประเด็น ได้แก่ การชักชวนจากเจ้าหน้าที่นิคมและความเชื่อถือในกรรมการกลุ่ม โดยกลุ่มแม่บ้านนิคมห้วยหลวงมีค่าเฉลี่ยของระดับอิทธิพลในเรื่องการชักชวนจากเจ้าหน้าที่นิคมสูงกว่ากลุ่มแม่บ้านนิคมโนนสัง แต่ประเด็นความเชื่อถือในกรรมการกลุ่มของกลุ่มแม่บ้านนิคมโนนสัง มีค่าเฉลี่ยของสูงกว่ากลุ่มแม่บ้านนิคมห้วยหลวง

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชน สำหรับกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา โดยการศึกษาจากกลุ่มสมาชิกกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง ผู้นำกลุ่ม ผู้นำชุมในในท้องถิ่น นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้บริโภค เพื่อจะได้แนวทางในการพัฒนาต่อไป ดังนั้นเพื่อให้การวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ กลุ่มผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวมรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. การเสนอรายงานการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา 4 กลุ่ม ดังนี้

1. สมาชิกกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา จำนวน 15 คน จากจำนวนทั้งหมด 36 คน เนื่องจากเป็นบุคคลที่พร้อมจะให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลและเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการวิจัย

2. ผู้นำชุมชนในท้องถิ่น บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ได้แก่ ประธานกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง รองประธานกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งกล้วย ประธานกลุ่มแม่บ้าน จำนวน 5 คน

3. นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พัฒนาการกิ่งอำเภอ พัฒนาการจังหวัดพะเยาพาณิชย์จังหวัดพะเยา อุตสาหกรรมจังหวัดพะเยา เจ้าหน้าที่ศูนย์พัฒนาและสงเคราะห์ชาวเขา จำนวน 5 คน

4. ผู้บริโภค คือ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าใยกัญชง จำนวน 4 คน เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีการติดต่อซื้อขายผลิตภัณฑ์ผ้าใยกัญชง จะทำให้ทราบถึงคุณลักษณะของคุณภาพ และความต้องการของผู้ซื้อ และด้านความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์ผ้าใยกัญชง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการวิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ และสังเกตควบคู่ไป โดยใช้เครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างแน่นอน (Structured interview) โดยให้ผู้สัมภาษณ์เป็นผู้จดบันทึกคำตอบจากผู้ให้สัมภาษณ์ โดยกำหนดคำถามขึ้นมาจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎี เอกสารผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนลักษณะของประชาชนที่จะศึกษา

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ระดับ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก การสัมภาษณ์จะเป็นแบบทางการ ซึ่งผู้วิจัยจะเป็นผู้ถามคำถาม และบันทึกเสียงควบคู่ไปด้วย ในขณะเดียวกันผู้ถูกวิจัยจะเป็นผู้ตอบคำถามที่กำหนดขึ้น การสัมภาษณ์นั้นเนื่องจากเป็นการแสดงความคิดเห็นของแต่ละท่าน ระยะเวลาในการสัมภาษณ์จึงไม่ได้เป็นเกณฑ์กำหนดที่ตายตัว หากแต่ประเด็นคำถามจะเป็นแบบมีโครงสร้าง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary Data) คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารจากหน่วยงานราชการ และเอกชน ตลอดจนข่าวสารจากสื่อมวลชนต่างๆ ในเรื่องเกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้ทำการติดต่อข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

นอกจากข้อมูลที่ได้จาการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยยังได้ข้อมูลอีกส่วนหนึ่งจากการใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ควบคู่กับการสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการจดบันทึกเมื่อพ้นจากการสนทนาทันที

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างอย่างเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาจากเอกสารสัมภาษณ์ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์

2. กำหนดโครงสร้าง รูปแบบ เนื้อหาของการสัมภาษณ์ โดยคำนึงถึงข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายที่จะศึกษา เพื่อให้คำถามในแบบสัมภาษณ์มีความชัดเจน ตอบได้ง่าย กะทัดรัด โดยมีจำนวนข้อคำถามไม่มากนัก เพื่อสร้างแรงจูงใจให้น่าตอบ

3. ร่างแบบสัมภาษณ์โดยนำตัวแปรที่จะศึกษามาประมวลสร้างเป็นคำถาม โดยตั้งถามที่เป็นข้อมูลทั่วไปก่อน แล้วจึงถามคำถามที่เป็นตัวแปรที่ต้องการศึกษาวิจัย โดยกำหนดคำถาม ดังนี้

3.1 ในด้านบทบาทหน้าที่ที่รับผิดชอบ เหตุผลในการเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่ม รายได้ที่ได้รับจากการทำงานกับกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง ปัญหาและความต้องการ ฯลฯ สำหรับสมาชิกกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง

3.2 ในด้านจุดแข็ง จุดอ่อนของกลุ่ม การมีส่วนร่วมในกลุ่ม การให้ความช่วยเหลือ ฯลฯ สำหรับผู้นำชุมชนในท้องถิ่น

3.3 ในด้านปัญหาของกลุ่มและแนวทางแก้ไข นโยบายที่มีต่อกลุ่ม การให้ความช่วยเหลือส่งเสริมกลุ่ม ฯลฯ สำหรับนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง

3.4 ในด้านวิธีการติดต่อซื้อขาย ความพึงพอใจในรูปแบบ คุณภาพของผ้าใยกัญชง และลักษณะที่ตลาดต้องการ สำหรับผู้บริโภค คือผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าใยกัญชง

4. ตรวจร่างแบบสัมภาษณ์ โดยตรวจสอบด้วยตนเอง และนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเชี่ยวชาญ ตรวจสอบแก้ไข

5. ทำการปรับปรุง

6. นำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้ โดยนำไปสัมภาษณ์บุคคลใกล้เคียง เพื่อสอบถามความเข้าใจของข้อคำถามแต่ละข้อ และขอคำปรึกษาเพื่อให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

7. นำแบบสัมภาษณ์ที่แก้ไขปรับปรุง เสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบ ก่อนไปใช้จริง

8. จัดพิมพ์แบบสัมภาษณ์ฉบับจริง

9. นำแบบสัมภาษณ์ไปใช้ในสภาพจริงกับกลุ่มให้ข้อมูลหลัก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารจากหน่วยงานราชการและข่าวสารจากสื่อมวลชนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. ประสาน ติดต่อกับผู้นำชุมชน และนักวิชาการเพื่อเข้าไปยังพื้นที่ที่จะทำการวิจัย

3. เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ที่มีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จาการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ รวมทั้งข้อมูลทุติภูมิจากการค้นคว้า รวบรวม จากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข่าวสารสารสื่อมวลชนต่างๆ มาจัดหมวดหมู่ประมวล และวิเคราะห์ผล เพื่อให้มีความชัดเจนมากขึ้น

การเสนอรายงานวิจัย

นำผลวิจัยที่ได้จาการวิเคราะห์ นำเสนอในแบบวิธีเชิงพรรณา ควบคู่กับการแสดงข้อมูลในรูปแบบอื่น ๆ เช่น รูปภาพประกอบ

20 มค 2550
491178

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคของการทำธุรกิจผ้าใยกัญชงของกลุ่มและเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจการแปรรูปผ้าใยกัญชงของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว หมู่ที่ 10 ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ผู้ทำการศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์จากสมาชิกกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง ผู้นำชุมชนในท้องถิ่น นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มผู้บริโภค

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้เรียงตามลำดับดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของหมู่บ้าน และสภาพทั่วไปของหมู่บ้าน
2. ประวัติความเป็นมาของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง
3. จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง
4. การบริหารจัดการกลุ่ม
5. การจัดการด้านการผลิต
6. การจัดการด้านการตลาด
7. การจัดการด้านการเงิน
8. การได้รับการส่งเสริม สนับสนุน
9. ปัญหา และความต้องการ
10. แนวทางในการพัฒนาธุรกิจแปรรูปผ้าใยกัญชง

ประวัติความเป็นมาของหมู่บ้าน

จากการสัมภาษณ์นายธนโชติ ศักดิ์รุ่งเรือง (2549 ;ภาคผนวก) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของหมู่บ้านว่าก่อนจะมาเป็นบ้านคอดยาว ในปัจจุบัน ชาวเขาเผ่าม้งได้ถือกำเนิดเชื้อชาติที่ประเทศจีนและส่วนใหญ่ถือกำเนิดที่ประเทศมองโกเลีย ชาวเขาเผ่าม้งไม่มีเอกสารหรือหนังสือยืนยันว่าจุดกำเนิดอยู่ทางทิศใดของประเทศมองโกเลียและประเทศจีน จากคำเล่าลือของผู้เฒ่าผู้แก่เป็นเพียงสายใยที่สืบทอดของคำเล่าลือบอกมารุ่นแล้วรุ่นเล่า ว่าชนเผ่าชาวเขาเผ่าม้งต้นตระกูลที่แท้จริงอยู่ที่ประเทศมองโกเลียและประเทศจีนตราบเท่าทุกวันนี้

ต่อมามีสงครามล้างเผ่าพันธุ์และแบ่งแยกชนเผ่าก็เกิดขึ้น เหตุผลเพราะชนเผ่าม้งไม่ยอมตกเป็นเบี้ยล่างหรือไม่ยอมอยู่ใต้บังคับบัญชาของคนจีน จึงถูกทหารจีนกวาดล้างขับไล่ออกจากผืนแผ่นดินจีนและมองโกเลีย ชาวเขาเผ่าม้งและชนเผ่าอื่น บางคนยอมอยู่ใต้บังคับบัญชาของทหารจีนก็จะรอดชีวิตกลายเป็นประชาชนของจีนไป ในที่สุดชนเผ่าม้งทุกคนจึงร่อนเร่หนีตายลงมาอยู่ทางใต้ของประเทศจีนที่มีแนวเขตติดต่อระหว่างประเทศพม่า ลาว และเวียดนาม อีกส่วนหนึ่งหนีลงมาตามแม่น้ำโขงไปทางด้านซ้ายมาโผล่ที่ผืนแผ่นดินลาวและเวียดนาม อีกส่วนหนึ่งหนีลงมาตามแม่น้ำโขงไปทางด้านซ้ายมาโผล่ที่พม่า แต่ต่างก็แยกย้ายกันไปตั้งรกรากในแต่ละประเทศที่หนีเข้าไปอยู่

ต่อมาในปี พ.ศ.2350 พม่าขยายอาณาเขตการปกครอง ชนเผ่าม้งที่อาศัยอยู่แผ่นดินของพม่าก็อพยพอีกครั้งไปทางด้านอำเภอฝาง อำเภอแม่สอด จ.แม่ฮ่องสอน ในปัจจุบัน ส่วนทางประเทศลาวนั้นเกิดสงครามชนเผ่าขึ้น ชนเผ่าม้งส่วนหนึ่งอพยพมาทางด้านอำเภอเชียงคำ จ.พะเยา , อำเภอเชียงของ จ.เชียงราย , อำเภอทุ่งช้าง จ.น่าน , อำเภอนครไทย จ.พิษณุโลก แล้วมาตั้งรกรากอยู่ในผืนแผ่นดินไทยจนถึงปัจจุบัน

ในขณะที่นายสุจริต กัลยศิริกุล (2549 ;ภาคผนวก) กล่าวอีกว่าชนเผ่าม้งยังคงนำเมล็ดของต้นม่างมาปลูกเพื่อทำเครื่องนุ่งห่มเรื่อยมา จนในปี พ.ศ.2520 ทางรัฐบาลไทยมาค้นพบต้นม่างซึ่งมีลักษณะคล้ายต้นกัญชา รัฐบาลคิดว่าเป็นต้นกัญชาซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจต้องห้าม ต่อมาเมื่อปี พ.ศ.2525 กฎหมายควบคุมยาเสพติดมีผลบังคับใช้ รัฐบาลและหน่วยงานราชการจึงห้ามไม่ให้ชนเผ่าม้งปลูกต้นม่างอีกจนกระทั่งถึงปัจจุบันนี้ ขณะที่ประเทศจีนและประเทศลาวยังทำอาชีพปลูกต้นม่าง เพื่อนำมาแปรรูปทำเป็นเครื่องนุ่งห่มกันอยู่ เพราะทางประเทศจีนและประเทศลาวรู้ว่าม่างไม่ใช่กัญชา ไม่ใช่พืชเสพติดอย่างที่รัฐบาลไทยเข้าใจ ที่ประเทศจีนถือว่า ม่างเป็นพืชเศรษฐกิจตัวหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างมากต่อประเทศ

บ้านคอดยาว หมู่ที่ 10 ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา เป็นหมู่บ้านของชาวเขาเผ่าม้งอีกหมู่บ้านหนึ่งที่ยังมีการใช้เปลือกและเส้นใยของต้นม่างนำมาทำเครื่องนุ่งห่มเพราะต้นม่างถือได้ว่าเป็นครึ่งหนึ่งของชีวิตของชนเผ่าม้ง ด้วยเหตุนี้บ้านคอดยาวจึงอนุรักษ์ผ้าที่ทำจากต้นม่าง โดยติดต่อซื้อมาจากชนเผ่าม้งที่อยู่ในประเทศลาว เพื่อนำมาใช้ทำเป็นเครื่องนุ่งห่ม จนถึงปี พ.ศ.2527 ผ้าที่ทำจากต้นม่างก็เริ่มไม่มีให้ชาวเผ่าม้งนำมาใช้ทำเครื่องนุ่งห่ม ชาวบ้านคอดยาวหลายคนจึงไปติดต่อซื้อผ้าที่ทำจากต้นม่างจากชนเผ่าม้งที่ประเทศลาว แล้วนำไปเร่ขายให้กับชนเผ่าม้งที่อยู่ต่างหมู่บ้าน หลังจากนั้นบ้านคอดยาวจึงหันมาทำการค้าขายผ้าที่ทำมาจากเปลือกของต้นม่าง จนเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

ต่อมาหน่วยงานของทางราชการเข้ามาเยี่ยมเยือนหมู่บ้านคอดยาว ชาวบ้านได้มอบผ้าที่ทำจากเปลือกของต้นม่างให้เป็นของที่ระลึก เมื่อเจ้าหน้าที่ได้รับผ้าเป็นของที่ระลึกก็นำไปตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสวมใส่ ผลที่ออกมาคือ เป็นผ้าที่มีคุณภาพ ทนทาน สวมใส่สบายกว่าผ้าชนิดอื่นๆ จากตรงจุดนี้ทำให้ผ้าที่ทำจากเปลือกของต้นม่างได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับของสังคมอย่างรวดเร็ว จนชาวบ้านคอดยาวติดต่อซื้อจากประเทศลาวและจีนนำมาขายแทบไม่ทัน ส่งผลให้ชาวบ้านคอดยาวมีรายได้จากผ้าตัวนี้

ในปี พ.ศ.2540 ความนิยมในสินค้าผ้าที่ทำจากต้นม่างเริ่มลดลง ไม่ค่อยมีใครซื้อ ทำให้รายได้ของชาวบ้านหดหายไป เพราะการที่ชาวบ้านนำผ้าดิบที่ทอเป็นม้วนจากประเทศจีนและประเทศลาวมาขายให้ลูกค้านั้นเริ่มอิ่มตัว ขายไม่ค่อยได้ แต่ในที่สุดชาวบ้านเริ่มหาช่องทางใหม่ โดยนำมาย้อมสีต่างๆจำหน่ายให้ลูกค้า แต่ขายดีอยู่ได้ไม่นาน ก็เริ่มขายไม่ออกอีกครั้ง ต่อมาพระมหาอวยชัย สุนทรโร ซึ่งเป็นพระพัฒนาจากโครงการพระธรรมจาริกจากวัดศรีโสดา มาประจำอยู่ที่อาศรมบ้านคอดยาว ได้ลงมาช่วยเหลือด้วยการเดินทางไปปรึกษาและขอความช่วยเหลือจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมเขตที่ จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการจัดหาวิทยากรมาฝึกอบรมให้สมาชิกชาวบ้านนำผ้าที่ทำจากเปลือกของต้นม่าง มาฟอกแล้วฝึกให้ชาวบ้านนำเทียนมาเขียนลงบนผ้า แล้วสอนให้ชาวบ้านนำสีเพ้นท์ผ้ามาเพ้นท์ลงบนผืนผ้าแล้วนำไปแช่น้ำยาเคมีสิริเกต จากนั้นนำมาต้มให้เทียนหลุดออก จนผ้ามีเส้นลายของเทียนปรากฏออก กลายเป็นผ้าบาติก

จากการฝึกอบรมในครั้งนั้นทำให้สมาชิกชาวบ้านมีความรู้ด้านการทำผ้าบาติก ชาวบ้านจึงหันมาใช้วิชาที่อบรมมาทำให้ผืนผ้าที่ไร้ค่ากลับมามีคุณค่าอีกครั้ง การนำผ้าที่ทำจากเปลือกต้นม่างมาทำเป็นผ้าบาติกได้รับความนิยมจากลูกค้าจนถึงทุกวันนี้ หลังจากที่ชาวบ้านหันมาทำผ้าบาติกต่างก็มีลูกค้าทำให้การจำหน่ายผ้าที่ทำจากเปลือกของต้นม่างกลับฟื้นคืนมา จนกลายเป็นสินค้าส่งออกทำรายได้ให้บ้านคอดยาว

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ชาวบ้านคอดยาวหันมาประกอบอาชีพแปรรูปผ้าใยกัญชงเป็นอาชีพหลักทดแทนการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งปัจจุบันอาชีพเกษตรกรรมได้กลายเป็นอาชีพเสริมไปแล้ว

สภาพทั่วไปของหมู่บ้าน

นายธนโชติ ศักดิ์รุ่งเรือง (2549 ;ภาคผนวก) กล่าวว่าบ้านคอดยาว หมู่ที่ 10 ต.ทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จ.พะเยา เป็นหมู่บ้านของชาวเขาเผ่าม้งอีกหมู่บ้านหนึ่งก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2519 โดยได้อพยพมาจากบ้านห้วยส้าน ต.ภูซาง อ.เชียงคำในขณะนั้น โดยมีนายบุญชู พิชิตคีรี เป็นผู้นำในขณะนั้น ลักษณะภูมิประเทศของหมู่บ้านเป็นพื้นที่ราบ สภาพดินในหมู่บ้านเป็นดิน

ร่วนปนทราย มีเนื้อที่การเกษตรจำนวน 500 ไร่ มีเนื้อที่อยู่อาศัยจำนวน 100 ไร่ และมีเนื้อที่รกร้าง 5 ไร่ เดิมชาวบ้านมีอาชีพหลักคือเกษตรกร ปลูกพืชไร่จำพวก ข้าวโพด ถั่วลิสง และทำสวนผลไม้ เช่น มะม่วง ลำไย ลิ้นจี่เป็นต้น ปัจจุบันหันมาประกอบอาชีพค้าขายจากการแปรรูปผ้าใยกัญชง เป็นอาชีพหลักแทนทำให้อาชีพเกษตรกรกลายเป็นอาชีพรอง

ภายในหมู่บ้านคอดยาวมีระบบสาธารณูปโภคคือ ไฟฟ้า โทรศัพท์สาธารณะ ศาลาอ่านหนังสือ หมู่บ้านคอดยาวยังเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งที่เที่ยว หมู่บ้านคอดยาวมีขนบธรรมเนียมประเพณีในหมู่บ้านที่สำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ม้ง และประเพณีกินข้าวใหม่ ในหมู่บ้านมีจำนวนประชากร 526 คน แบ่งเป็นชาย 260 คน หญิง 266 คน..."

ประวัติความเป็นมาของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง

กลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง เริ่มก่อตั้งครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2520 โดยนายปัญญา มุ่งจันทร์ (แซ่จาง) ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้ใหญ่บ้านในขณะนั้น ได้รวมกลุ่มประมาณ 4 – 5 คน ไปซื้อผ้ามาจากจุดผ่อนปรน ตลาดบ้านฮวก เพื่อนำมาจำหน่ายให้กับพ่อค้า แม่ค้าในตลาด โดยไม่มีกรรมวิธีอะไรเป็นแบบซื้อมาขายไป จนเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายในกลุ่มลูกค้าที่มาซื้อไปเพื่อจำหน่ายต่อ ต่อมาทางกลุ่มจึงได้เริ่มมีการรวมกลุ่มเพื่อนำผ้าใยกัญชงที่ได้มาแปรรูปมากขึ้นโดยการย้อมสีและทำผ้าบาติก เนื่องจากเริ่มมองเห็นช่องทางการเพิ่มรายได้จากการนำผ้าใยกัญชงเป็นม้วน มาแปรรูปโดยการเขียนเทียนเป็นลวดลายต่าง ๆ เช่นดอกกล้วยไม้ ทำให้สมาชิกกลุ่มทำการค้าขายผ้าใยกัญชงเพิ่มมากขึ้น จนส่งผลให้มีรายได้ที่มากขึ้นตามลำดับ (นายปัญญา มุ่งจันทร์ 2549 ; ภาคผนวก)

แรกเริ่มเดิมมีสมาชิกกลุ่ม จำนวน 58 คน ในปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 36 คน สาเหตุที่จำนวนสมาชิกลดลงเนื่องจากสมาชิกเกิดความขัดแย้งภายในกลุ่มระหว่างประธานกลุ่มและสมาชิกบางส่วน ซึ่งทำให้สมาชิกบางส่วนเริ่มไม่ยอมรับประธานกลุ่ม เพราะประธานกลุ่มดำเนินธุรกิจส่วนตัว (นายธนโชติ ศักดิ์รุ่งเรือง 2549 ; ภาคผนวก)

ปัจจุบันจำนวนสมาชิกทั้งหมด 36 คน ได้แบ่งหน้าที่ ความรับผิดชอบดังนี้

1. นายปัญญา	มุ่งจันทร์	ประธานกลุ่ม
2. นายสุจริต	กัลยศิริกุล	รองประธานกลุ่ม
3. นายสิงห์ทอง	ครองวารี	เหรัญญิก
4. นายนพดล	วงศ์พิชญมณี	กรรมการ
5. นายเกษมพงษ์	วงศ์พิชญมณี	กรรมการ
6. นางจิราภรณ์	เสริมมติวงศ์	กรรมการ
7. นางผวั้ว	จางพิทักษ์คีรี	สมาชิก

8. นางอรทัย	มุ่งจันทร์	สมาชิก
9. นางคำดี	พูนผลแสนชัย	สมาชิก
10. นางสุจารี	วงศ์พิชญมณี	สมาชิก
11. นางอิจู	วงศ์พิชญมณี	สมาชิก
12. นางเจ๋อ	แซ่ลี	สมาชิก
13. นางชั๊ว	แซ่ลี	สมาชิก
14. นางเหม่	วงศ์พิชญมณี	สมาชิก
15. นางแหยง	แซ่ว่าง	สมาชิก
16. นางจิตนา	แซ่ว่าง	สมาชิก
17. นางศศิธร	แซ่ลี	สมาชิก
18. นางป้าง	แซลี้	สมาชิก
19. นางเช่า	แซ่กือ	สมาชิก
20. นายแสวง	แซ่ลี	สมาชิก
21. น.ส.มาลี	แซ่ลี	สมาชิก
22. นางใหม่	แซ่ลี	สมาชิก
23. นางสุวนันท์	แซ่ลี	สมาชิก
24. นางนิภา	แซ่ลี	สมาชิก
25. นางเจี้ยวออน	ยศโสธร	สมาชิก
26. นางจื้อ	ศักดิ์รุ่งเรือง	สมาชิก
27. นางเก๋อ	ตะวันแสง	สมาชิก
28. นางเพ้ง	แซ่ท้าว	สมาชิก
29. นางจื๋อ	มุ่งจันทร์	สมาชิก
30. นางอภิสรา	มุ่งจันทร์	สมาชิก
31. นางยุวเรศ	แซ่ลี	สมาชิก
32. นางซอง	วงศ์พิชญมณี	สมาชิก
33. นางชง	แซ่ลี	สมาชิก
34. นางจั๊ว	มุ่งจันทร์	สมาชิก
35. น.ส.หล่า	แซ่ย่าง	สมาชิก
36. นายสมบูรณ์	จางพิทักษ์คีรี	เลขานุการ

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งจากกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มนักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง กลุ่มผู้บริโภค หรือผู้ซื้อผ้าใยกัญชง และจากการสังเกตของผู้วิจัย สามารถนำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว ได้ดังนี้

จุดแข็ง

1. เป็นสินค้าทำด้วยมือ (Hand Made)
2. สำเนียงภาษาของกลุ่มบ่งบอกถึงที่มาของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน ทำให้เป็นจุดขายได้
3. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษและเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. ทำมาจากเส้นใยธรรมชาติ
5. ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
6. เป็นสินค้าที่ผ่านเกณฑ์การคัดสรรหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับ 3 ดาว

จุดอ่อน

1. การดำเนินงานของกลุ่มยังไม่ดีเท่าที่ควร
2. มีปัญหาขัดแย้งภายในกลุ่ม
3. การบันทึกบัญชีไม่เป็นระบบ
4. สินค้ามีราคาแพง
5. รูปแบบไม่หลากหลาย
6. สีสันไม่สดใส

โอกาส

1. ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการด้านการออกร้านเพื่อจำหน่ายและแสดงสินค้า
2. สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติต์ พระบรมราชินีนาถ ได้ทรงพระราชทานแปลงทดลองปลูกต้นกัญชงเพื่อนำมาทดลองผลิตเส้นใยในการทอ

อุปสรรค

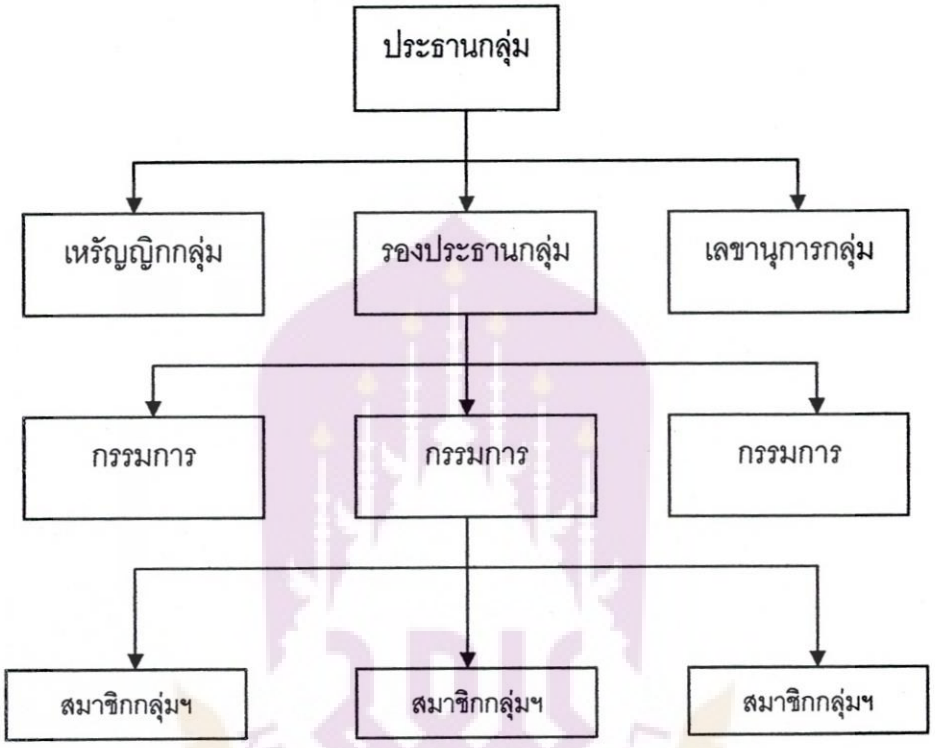
1.กฎหมายควบคุมยาเสพติดมีผลบังคับใช้ทำให้รัฐบาลและหน่วยงานราชการห้ามมิให้ชาวเขาปลูกต้นกัญชง

2. ต้องมีการอาศัยการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศลาว

การบริหารจัดการกลุ่ม

การบริหารจัดการกลุ่มจะมีประธานกลุ่มเป็นผู้วางแผนกระบวนการต่าง ๆ ให้กับแต่ละคน ซึ่งมีหน้าที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นรองประธานกลุ่ม เหรัญญิก เลขานุการกลุ่ม กรรมการตลอดจนสมาชิกกลุ่ม

ผังองค์กรกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง สามารถสรุปได้ดังนี้



ภาพ 2 แสดงผังองค์กรกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง

การบริหารของกลุ่มมีรูปแบบกระจายอำนาจจากประธานกลุ่มไปยังรองประธานกลุ่มเพื่อให้จัดการงานของกลุ่มกรณีที่ประธานไม่อยู่หรือไม่สามารถปฏิบัติงานได้ เช่นกรณีที่มีองค์กรจากภาครัฐหรือเอกชนมาขอข้อมูลหรือความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก็จะสามารถปฏิบัติงานแทนประธานได้และยังทำหน้าที่ในด้านการจัดสรรค่าตอบแทนให้แก่สมาชิกกลุ่มด้วย นอกจากนั้นประธานกลุ่มยังกระจายอำนาจไปให้กับเหรัญญิกในการจัดทำบัญชีของกลุ่ม สำหรับเลขานุการกลุ่มก็จะมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการเบิกจ่ายเงินของกลุ่มร่วมกับกรรมการกลุ่มอีก 3 คน ซึ่งในการเบิกจ่ายก็จะใช้ระบบ 2 ใน 3

สำหรับสมาชิกกลุ่มจะได้มีหน้าที่ในการผลิตสินค้าตามที่ประธานกลุ่มได้รับคำสั่งจากลูกค้า ซึ่งสมาชิกชิกกลุ่มแต่ละคนจะมีหน้าที่แตกต่างกันไปตามความถนัด สมาชิกคนใดที่ถนัดในเรื่องการชัก ทุบ ตาก ก็จะทำเกี่ยวกับด้านนี้ ในขณะที่สมาชิกที่ถนัดหรือมีความสามารถเกี่ยวกับการ

ย้อมสีผ้าใยกัญชงและมีความสามารถด้านการทำผ้าบาติกก็จะได้รับมอบหมายให้ทำงานในด้านที่ตนเองถนัด (นายปัญญา มุ่งจันทร์ 2549 ; ภาคผนวก)

ในด้านของสมาชิกกลุ่มแปรรูปผ้าใยกัญชง ได้แบ่งหน้าที่ตามความถนัดของขั้นตอนการแปรรูป ดังนี้

1. ผู้ที่เตรียมผ้าใยกัญชงเพื่อรอการแปรรูป
2. ผู้มีหน้าที่ย้อมสีผ้าใยกัญชง
3. ผู้มีหน้าที่เพ้นท์ผ้าบาติก

การดำเนินงานของกลุ่มยังไม่ค่อยเป็นแบบแผน แต่เป็นลักษณะถ้อยทีถ้อยอาศัยซึ่งกันและกัน คือใครถนัดทางด้านไหนก็จะทำหน้าที่นั้น แต่ทางกลุ่มจะมีค่าตอบแทนแก่สมาชิกกลุ่มดังนี้คือ (นายสุจริต กัลยศิริกุล 2549 ; ภาคผนวก)

การเตรียมผ้า (ฟอก ซัก ทุบ)	ผืนละ	3	บาท	(1 ผืน เท่ากับ 1 ม้วน)
การเขียนเทียน	ผืนละ	45	บาท	
การเพ้นท์สี	ผืนละ	25	บาท	

ในปัจจุบันกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง ประสบปัญหาความขัดแย้งภายใน ซึ่งทำให้สมาชิกบางส่วนไม่ยอมรับประธานกลุ่ม สาเหตุมาจากการที่ประธานกลุ่มดำเนินธุรกิจส่วนตัว (นายสุภาพ บุญสว่าง 2549 ; ภาคผนวก)

การจัดการด้านการผลิต

ในการดำเนินงานด้านการผลิตของกลุ่ม จะมีการจัดการโดยแบ่งสมาชิกตามความถนัด คือมีทั้งสมาชิกที่ถนัดทางด้านฟอกผ้าและทุบผ้าก็จะทำหน้าที่เกี่ยวกับการฟอกผ้าและทุบผ้าเป็นหลัก ซึ่งจะสามารถทำได้ประมาณวันละ 60 ผืน การย้อมผ้าสมาชิกสามารถทำได้ประมาณวันละ 60 ผืน ส่วนสมาชิกที่ถนัดทางด้านการเพ้นท์สี จะสามารถทำได้ประมาณวันละ 15 ผืน ในขณะที่สมาชิกที่ถนัดทางด้านการเขียนลายเทียน ก็สามารถทำได้ประมาณวันละ 15 ผืน

สำหรับกระบวนการผลิตจะเริ่มตั้งแต่การนำเอาวัตถุดิบ คือผ้าใยกัญชงที่ยังไม่ได้ทำการแปรรูปจากประเทศลาวผ่านทางตลาดนัดบ้านฮวกเป็นสำคัญ ประมาณ 10,000 ม้วนต่อเดือน ไปจัดสรรให้แก่สมาชิกกลุ่ม เพื่อเข้าสู่กระบวนการผลิตตามหน้าที่ของสมาชิกกลุ่มแต่ละคน ทำการผลิตเป็นสินค้าออกมาสองชนิด คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าใยกัญชงย้อมสีและผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก ซึ่งมีสัดส่วนการผลิตจากยอดสั่งซื้อโดยประมาณคือ ผ้าย้อมสี จำนวนร้อยละ 60 และผ้าบาติก จำนวนร้อยละ 40 โดยจะมีทั้งสมาชิกที่ทำหน้าที่ฟอกผ้าและทุบผ้าเพียงอย่างเดียว (นายสิงห์ทอง ครองวารี 2549 ; ภาคผนวก) ในส่วนของวัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในกระบวนการผลิตมีตั้งแต่หม้อสำหรับ

ย้อมสี กาละมังเพื่อใช้ซักผ้า จับติ้ง ไฮโดรเจน สิริเกต สบู่เทียม น้ำ สี ขี้ผึ้ง พาราฟิน พู่กัน ตลอดจนไม้ที่ใช้ทำเชื้อเพลิง

ในการเขียนลายเทียนจะมีสมาชิกรุ่นพี่ที่ได้ผ่านการฝึกอบรมเข้ามาสอนการเขียนลายเทียนให้กับสมาชิกรุ่นหลังเพื่อให้เกิดความชำนาญและทำให้ได้รับค่าตอบแทนที่มากขึ้น (นายแสวง แซ่ลี 2549 ; ภาคผนวก)

กระบวนการจัดการด้านการผลิตสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การวางแผน (Plan) เมื่อได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า ประธานกลุ่ม จะตรวจสอบวัตถุดิบว่ามีพอหรือไม่ หากไม่พอก็จะไปทำการซื้อเพิ่มที่ตลาดบ้านฮวกโดยมีกรรมการจำนวน 2 คน เป็นผู้ไปซื้อวัตถุดิบและร่วมกันตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบในขั้นต้น รวมทั้งมีการวางแผนร่วมกันในการกำหนดวันเวลาในการผลิตว่าจะผลิตและจัดส่งให้กับลูกค้าเมื่อใด หลังจากนั้นจะแจ้งให้กับสมาชิกในกลุ่มผลิตสินค้าตามที่ลูกค้าสั่ง

2. การปฏิบัติ (Do) เมื่อได้รับคำสั่งจากประธานกลุ่มแล้ว สมาชิกกลุ่มผู้มีหน้าที่ในด้านต่าง ๆ เช่นการเตรียมผ้า การย้อมผ้า และการทำผ้าบาติกก็จะทำการผลิตตามหน้าที่และความถนัดของตนเอง

3. การตรวจสอบ (Check) ระหว่างที่สมาชิกกลุ่มดำเนินการผลิต ประธานกลุ่มและรองประธานจะทำหน้าที่ในการตรวจสอบว่าการผลิตสินค้าของสมาชิกดำเนินการไปถึงขั้นตอนใดแล้วเพื่อให้ทันตามกำหนดที่จะต้องส่งให้ลูกค้ารวมถึงทำการตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่จะจัดส่งให้ลูกค้าด้วย

4. การแก้ไขปรับปรุง (Action) ในกรณีที่สินค้ามีปัญหา คือไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้าเช่นปัญหาเรื่องสีสันทางผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบจะดำเนินการสั่งให้มีการแก้ไขใหม่ให้ตรงกับที่ลูกค้าต้องการ

สำหรับการคิดต้นทุนของทางกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง สามารถสรุปได้ดังนี้

ผ้าย้อมสีธรรมชาติ	เกรด A (บาท/ม้วน)	เกรด B (บาท/ม้วน)
วัตถุดิบ	100	80
ค่าซัก ,ทุบ	3	3
รวมต้นทุน	103	83
บวก กำไร	47	47
ราคาขาย	150	130

ผ้าย้อมสีเคมี	เกรด A (บาท/ม้วน)	เกรด B (บาท/ม้วน)
วัตถุดิบ	100	80
ค่าซัก ,ทุบ	3	3
รวมต้นทุน	103	83
บวก กำไร	57	57
ราคาขาย	160	140

ผ้าบาติก	หน่วย : บาท/ม้วน
วัตถุดิบ	100
ค่าซัก ,ทุบ	3
เขียนลายเทียน	45
เพ้นท์สี	25
รวมต้นทุน	173
บวก กำไร	227
ราคาขาย	400

ซึ่งการคำนวณต้นทุนของทางกลุ่มไม่ถูกต้องโดยทางกลุ่มใช้วิธีบวกกำไรเข้ากับต้นทุนของสินค้าแต่ไม่ได้คำนึงถึงวัสดุสิ้นเปลืองอื่น ๆ ที่นำมาใช้ในการผลิต

การจัดการด้านการตลาด

ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมี 2 ชนิด คือ ผ้าใยกัญชงย้อมสีธรรมชาติและย้อมสีเคมี, รวมทั้งผ้าบาติกซึ่งเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี เพราะได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)และเป็นสินค้า OTOP ระดับ 3 ดาว กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ร้านที่นำไปจำหน่ายและแปรรูป รวมถึงลูกค้าที่มาซื้อจากสมาชิกกลุ่มที่ตรอกเล้าโจ้ว จังหวัดเชียงใหม่ ในรอบปีที่ผ่านมามีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์เพียงเล็กน้อย ขาดการพัฒนาในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ (นายสุภาพ บุญสว่าง 2549 ; ภาคผนวก)

การจัดจำหน่าย (Place)

การจำหน่ายสินค้าใช้วิธีการขายตรงไปยังผู้บริโภค ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยทางกลุ่มจะนำสินค้าไปส่งให้กับลูกค้าด้วยตนเองทางรถยนต์ ทางกลุ่มจะมีการเก็บสินค้าไว้เพียงเล็กน้อยเพื่อเพียงพอให้สำหรับสมาชิกนำไปจำหน่ายเท่านั้น เนื่องจากสินค้าที่ผลิตส่วนใหญ่

จะเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าและการให้สมาชิกไปตั้งแผงเพื่อจำหน่ายสินค้าที่ตรอกเล่าโจ้ว จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงการออกร้านแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ ที่ส่วนราชการจัดขึ้น การสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าจะติดต่อประธานกลุ่มผ่านทางโทรศัพท์ ซึ่งการจัดส่งสินค้าจะจัดส่งด้วยตนเองโดยวิธีการผ่านกลุ่มสมาชิกที่ต้องไปจำหน่ายสินค้าที่จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับการสั่งซื้อสินค้าคิดเฉลี่ยประมาณ 1 หมื่นม้วนต่อเดือน (นายปัญญา มุ่งจันทร์ 2549 ; ภาคผนวก)

การกำหนดราคา (Price)

เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่จะต้องนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศลาวและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักเป็นร้านค้าที่นำไปจำหน่ายและแปรรูป เพื่อจำหน่ายต่อให้กับลูกค้าซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ ประกอบกับเป็นสินค้าที่ไม่มีคู่แข่งขัน เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นภูมิปัญญาของกลุ่มโดยเฉพาะ การตั้งราคาขายจึงตั้งตามความยากง่ายของการแปรรูป และทางกลุ่มไม่มีการคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง ราคาขายจึงค่อนข้างสูง โดยกำหนดราคาขายดังนี้

ราคาขาย ต่อม้วน		(ความยาว 5 เมตร)
1. ผ้าสีธรรมชาติ	เกรด A	ราคา 150 บาท
	เกรด B	ราคา 130 บาท
2. ผ้าย้อมสีเคมี	เกรด A	ราคา 160 บาท
	เกรด B	ราคา 140 บาท
3. ผ้าบาติก		ราคา 400 บาท

การชำระเงินค่าสินค้า ลูกค้าจะชำระเป็นเงินสด สำหรับยอดขายของทางกลุ่มเฉลี่ยเดือนละ 10,000 ม้วน ยอดขายไม่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มเพราะลูกค้าเกิดความรู้สึกอิ่มตัวกับตัวสินค้าที่ไม่มีรูปแบบที่หลากหลาย ยังคงเป็นรูปแบบเดิมไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ทางพัฒนากรจังหวัดให้การสนับสนุนการจัดทำเว็ปไซด์เพื่อแนะนำสินค้าให้กับทางกลุ่มเป็นการประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักเพิ่มมากขึ้น (นายปัญญา มุ่งจันทร์ ; 2549)

การจัดการด้านการเงิน

การจัดการด้านการเงินของกลุ่ม จะมีการระดมทุนจากสมาชิกของกลุ่มซึ่งรวมไปถึงการที่สมาชิกที่นำผ้าที่แปรรูปแล้วไปจำหน่ายเองก็จะต้องถูกหักเงินเพื่อเข้ากลุ่มเพื่อนำไปใช้ในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม จำนวน 5 –10 บาทต่อม้วน โดยจะนำไปซื้อวัตถุดิบจากประเทศลาวผ่านทางตลาดนัดบ้านฮวก เพื่อนำมาทำการแปรรูปเป็นผ้าย้อมสีและผ้าบาติกแล้วจึงนำออกจำหน่าย ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับเงินลงทุนแล้วพบว่าผลการดำเนินงานดังนี้

1. ผ้าสีธรรมชาติ	เกรด A	กำไร	47	บาท/ม้วน
	เกรด B	กำไร	47	บาท/ม้วน
2. ผ้าย้อมสีเคมี	เกรด A	กำไร	57	บาท/ม้วน
	เกรด B	กำไร	57	บาท/ม้วน
3. ผ้าบาติก		กำไร	227	บาท/ม้วน

ส่วนคนที่จัดทำบัญชี คือเหรัญญิก ส่วนการเบิกจ่ายเงิน ผู้มีอำนาจในการเบิกจ่ายเงิน คือ ประธานกลุ่ม เลขานุการกลุ่ม และกรรมการกลุ่ม ใช้ระบบ 2 ใน 3 (นายปัญญา มุ่งจันทร์ 2549 ; ภาคผนวก)

ขณะเดียวกันในระยะเริ่มแรกก็มีศูนย์พัฒนาและสงเคราะห์ชาวเขาได้ให้เงินทุนจำนวน 200,000 บาท และจักรเย็บผ้าจำนวน 3 หลัง (นายนรินทร์ ศรีเจริญพันธ์ 2549 ; ภาคผนวก)

การได้รับการช่วยเหลือส่งเสริมสนับสนุน

ทางกลุ่มตั้งแต่เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2530 ได้รับเงินช่วยเหลือจากศูนย์พัฒนาชาวเขาจำนวน 200,000 บาท เพื่อใช้ในการฝึกอบรมและให้ความรู้แก่สมาชิกกลุ่ม เพื่อจะได้นำมาพัฒนากลุ่มให้ดียิ่งขึ้น และมีการสนับสนุนจักรเย็บผ้าแก่ทางกลุ่ม ทำให้สมาชิกในกลุ่มมีความรู้เกี่ยวกับวิธีการแปรรูปมากขึ้น ตลอดจนมีเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงานของกลุ่ม (นายธนโชติ ศักดิ์รุ่งเรือง 2549;ภาคผนวก)

นอกจากนั้นทางกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว ยังได้รับการช่วยเหลือจากอบต. ทุ่งกล้วยที่ให้การสนับสนุนในการจัดซื้อตู้แสดงสินค้าในหมู่บ้าน ทำให้กลุ่มมีตู้ไว้แสดงสินค้าให้กับผู้ที่เข้ามาเที่ยวในหมู่บ้าน (นายบุญลือ ศักดิ์รุ่งเรือง 2549;ภาคผนวก)

อีกหน่วยงานที่มีส่วนช่วยเหลือกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาวก็คือพัฒนานำชุมชนซึ่งจะคอยแจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านทางผู้นำหมู่บ้านหรือผู้นำกลุ่มให้ทราบว่าจะมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องของผลิตภัณฑ์อย่างไร ในการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย มีหลักเกณฑ์อย่างไร จะทำอย่างไรถึงจะส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนได้ นอกจากนั้น ยังมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการตลาดของกลุ่ม และมีการแจ้งข่าวสารในการออกร้าน เพื่อจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าตามงานที่หน่วยงานราชการจัดขึ้น เช่น งานประจำปีของจังหวัด งานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เมืองทองธานี เป็นต้น (นายสุภาพ บุญสว่าง 2549;ภาคผนวก)

หน่วยงานที่มีส่วนช่วยเหลือกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาวอีกหน่วยงานหนึ่งก็คือสำนักงานพาณิชย์จังหวัดพะเยาซึ่งจะมีการติดต่อประสานงานกับกลุ่มให้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าของกระทรวงพาณิชย์ เนื่องจากทางสำนักงานพาณิชย์จังหวัดพะเยา มีข้อมูลของกลุ่มผู้แปรรูปผลิต

ภัณฑ์ผ้าใยกัญชง จากผลการคัดสรร OTOP Product Champion ระดับประเทศปี 2547 ซึ่งก็ทำให้ทางกลุ่มได้มีโอกาสเข้าไปร่วมแสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้าทำให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น (นางสาวแก้วตา มั่งเขียว 2549;ภาคผนวก)

ในขณะที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้ให้การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ้าบาติก, ผ้าป่านกัญชง เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2547 ซึ่งจะมีอายุการรับรอง 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ระบุในวันรับรอง โดยมีการให้เครื่องหมายการรับรองเพื่อเป็นหลักประกันและเพิ่มความเชื่อถือให้กับผู้บริโภคแก่กลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว ทำให้ทางกลุ่มจะต้องรักษาคุณภาพตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่กำหนดไว้ตลอดเวลาที่ได้รับการรับรอง ซึ่งถือได้ว่ามีส่วนให้ความช่วยสนับสนุนในการทำผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและส่งเสริมทางด้านการตลาด (นางสาวสุชาวดี ควรสมาคม 2549;ภาคผนวก)

ปัญหาและความต้องการ

1. ปัจจุบันทางกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชงจะมีปัญหาในเรื่องการออกแบบสินค้า ซึ่งจะมีรูปแบบไม่มากเท่าที่ควรและอยากจะแปรรูปผ้าใยกัญชงให้เป็นผลิภัณฑ์อย่างอื่นบ้าง เพื่อต้องการจะขยายตลาด นอกจากนั้นการแปรรูปผ้าใยกัญชงจะทำได้ต้องอาศัยการดูรูปแบบตามหนังสือนิตยสารแฟชั่นต่าง ยังไม่มีวิธีการคิดหรือแนวคิดเป็นของตนเอง แรงงานภายในกลุ่มก็มีจำนวนลดลง ทำให้การผลิตไม่เป็นไปตามลูกค้าที่ต้องการ และในบางครั้งเกิดการแย่งตลาดกันเองระหว่างสมาชิกในกลุ่มกับสมาชิกที่ออกไปดำเนินธุรกิจเอง จนเกิดการขายตัดราคาขึ้น (นายปัญญา มุ่งจันทร์2549;ภาคผนวก)

2. ปัญหาเรื่องสีสันของผ้าใยกัญชงยังมีสีสันที่ไม่สดใสเหมือนผ้าที่ทำมาจากใยสังเคราะห์ทำให้ไม่เป็นที่นิยมสำหรับลูกค้ากลุ่มคนไทยมากนัก นอกจากนั้นในเรื่องของวัตถุดิบที่สำคัญคือ ผ้าใยกัญชงที่ทอแล้ว จะต้องมีการนำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้านเช่นประเทศลาวและจีน โดยผ่านทางตลาดนัดบ้านฮวก ตำบลทุ่งกล้วย ทุกวันที่ 10 และ 30 ของเดือน เพราะชาวบ้านไม่สามารถปลูกต้นกัญชงเพื่อนำเส้นใยมาทอเองได้ เนื่องจากมีปัญหาคือ ส่วนราชการยังมีการเข้าใจผิดคิดว่าต้นกัญชง เป็นต้นกัญชา เมื่อปลูกจะผิดกฎหมาย จะปลูกในเฉพาะพื้นที่ที่มีการควบคุมการปลูกเท่านั้น เช่น แปลงทดลองปลูกที่เกษตรที่สูงดอยผาหม่น อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย ซึ่งยังไม่เพียงพอกับที่ต้องการ (นายสุจริต กัลยศิริกุล 2549;ภาคผนวก)

3. ทางกลุ่มมีปัญหาที่เห็นชัดเจนคือเรื่องของการบริหารจัดการกลุ่ม แม้ว่าจะมีการเริ่มจัดตั้งกลุ่มมากกว่า 5 ปีขึ้นไป ซึ่งจากเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ประเภทผ้าเครื่องแต่งกายนั้น ทางกลุ่มมีการระดมหุ้นจากสมาชิกอย่างเดียว และแม้ว่าจะมีผู้นำ

กลุ่มแต่ก็ไม่มีการกำหนดระเบียบปฏิบัติของกลุ่มที่ชัดเจน นอกจากนั้นแล้วเรื่องของระบบการบันทึกบัญชีของกลุ่ม ก็มีการบันทึกบัญชีอย่างง่าย ๆ ไม่เป็นระบบ หากจะให้ดีขึ้นควรจะให้สมาชิกมาฝึกอบรมเกี่ยวกับระบบการบันทึกบัญชีให้เข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง โดยอาจจะทำให้สมาชิกเห็นถึงความสำคัญของเรื่องการบันทึกบัญชี และหากมองด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของที่มาของรูปแบบ สีสัน ขนาด ส่วนประกอบ ของผลิตภัณฑ์ แม้ว่าจะเป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นตั้งเดิม แต่ก็ไม่มีการพัฒนาที่ต่อเนื่อง โดยในรอบ 1 ปีมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตอื่นเพียงเล็กน้อย ซึ่งรวมไปถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มด้วย ยังคงเป็นแบบดั้งเดิม คือใส่ถุงพลาสติกอยู่ ไม่มีความเด่นชัดในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นควรให้การส่งเสริม ปลูกฝังความคิดให้เข้าใจการบริหารจัดการด้านการตลาด ต้องสร้างนักการตลาดขึ้นมา กระทำได้โดยการประสานความร่วมมือกันระหว่างเจ้าหน้าหรือหน่วยงานในภาครัฐบาลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง นอกจากนั้นควรจะประสานขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ หรือหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการหาวิทยากรมาให้ความรู้ หรือสอนเทคนิควิธีการออกแบบและย้อมสีให้ได้สีสันตามความต้องการ สอนการออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่เพื่อจะได้ขยายตลาดให้กว้างออกไป (นายสุภาพ บุญสว่าง 2549;ภาคผนวก)

ปัญหาด้านอื่น ๆ

จากการสังเกตของผู้ศึกษา พบปัญหาที่ทางกลุ่มผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าใยกัญชงและส่วนราชการอาจมองข้ามไปคือปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อม เช่น น้ำเสียจากการย้อมผ้า มีการทิ้งน้ำเสียในพื้นที่บ้านของตนเอง ไม่มีการบำบัดน้ำเสียก่อนทิ้ง ในปัจจุบันอาจจะยังไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมในชุมชนมากนัก แต่ในอนาคตอาจจะส่งผลกระทบด้านสุขภาพเมื่อสูดดมเข้าไปมาก ๆ เป็นเวลานาน

แนวทางในการพัฒนาธุรกิจแปรรูปผ้าใยกัญชง สำหรับกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งจากกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง กลุ่มผู้บริโภค หรือผู้ซื้อผ้าใยกัญชง จากการสังเกตของผู้วิจัยและการวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่ม สามารถเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาธุรกิจการแปรรูปผ้าใยกัญชง สำหรับกลุ่มผู้แปรรูป บ้านคอดยาว กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ได้ดังนี้

1. แนวทางในการบริหารจัดการกลุ่ม เนื่องจากปัญหาของกลุ่มที่พบคือปัญหาด้านการบริหารงานของกลุ่มยังไม่ดีเท่าที่ควรสาเหตุเกิดจากความขัดแย้งภายในกลุ่มเกี่ยวกับเรื่องการดำเนินธุรกิจส่วนตัวแบบเดียวกับกลุ่มของสมาชิกบางคน ทำให้เกิดความแตกแยกของกลุ่มขึ้นและ

ในขณะเดียวกันก็เกิดปัญหาการแย่งตลาดเกิดขึ้น นอกจากนั้นยังยากต่อการประสานงานระหว่างสมาชิกแต่ละคน ดังนั้นควรจะมีการกำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกำหนดบทลงโทษของกลุ่มที่เป็นลายลักษณ์อักษรให้ชัดเจนและรัดกุม โดยให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดกฎเกณฑ์และลงมติเห็นชอบด้วยหลักประชาธิปไตย เมื่อได้ข้อสรุปในเรื่องดังกล่าวแล้วให้สมาชิกที่เข้าร่วมลงลายมือชื่อรับรองเพื่อจะเป็นข้อผูกมัดไม่ให้กระทำความผิดที่ก่อให้เกิดความเสียหายกับทางกลุ่ม

นอกจากนั้นทางกลุ่มยังมีปัญหาด้านการบันทึกบัญชีที่ยังไม่เป็นระบบถูกต้องเพียงพอจึงควรจะประสานขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการหาวิทยากรมาให้ความรู้ หรือสอนวิธีการบริหารจัดการกลุ่ม เช่น สอนวิธีการทำบัญชีที่เป็นระบบมากขึ้น สอนเทคนิคในการประสานงาน ตลอดจนพยายามทำให้กลุ่มมีภาพพจน์ที่น่าเชื่อถือ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกลุ่ม และผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

2. แนวทางในการพัฒนาด้านการตลาด เนื่องจากสินค้าของทางกลุ่มมีจุดขายคือเป็นสินค้าที่ทำด้วยมือและทำมาจากเส้นใยธรรมชาติซึ่งได้รับรางวัลการคัดสรรหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับสามดาว ตลอดจนได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำให้สามารถพัฒนาไปสู่ระดับการส่งออกได้ อาจต้องอาศัยความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องเพื่อช่วยเหลือในเรื่องของการฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการตลาดเพิ่มเติมแก่สมาชิกกลุ่ม หรือเชิญผู้ประกอบธุรกิจกลุ่มอื่นที่มีการจัดตั้งกลุ่มในลักษณะเดียวกันที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ในขณะเดียวกันก็ต้องเพิ่มการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นวารสารของหน่วยงานต่าง ๆ วิทยุกระจายเสียง ป้ายโฆษณา หรือในอินเตอร์เนต โดยการสอนทำ Home Page และจากแนวพระราชดำริกของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติต์ พระบรมราชินีนาถได้ทรงพระราชทางแปลงทดลองปลูกต้นกัญชง เพื่อนำมาทดลองผลิตเป็นเส้นใยทำให้ในอนาคตอาจจะไม่ต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบประเภทเส้นใยกัญชงจากประเทศเพื่อนบ้าน

3. แนวทางในการพัฒนาคุณภาพ และรูปแบบผลิตภัณฑ์ จากการศึกษา พบว่า ทางกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชงมีปัญหาในเรื่องของการย้อมสี เพราะสีที่ได้จะมีสีที่ไม่สด มีสีที่ไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชงยังมีปัญหาในเรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบไม่ทันสมัย ไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ในการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มยังต้องอาศัยการดูรูปแบบตามหนังสือ หรือนิตยสารแฟชั่นต่าง ๆ ดังนั้นจึงควรจะประสานขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ หรือหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการหาวิทยากรมาให้ความรู้ หรือสอนเทคนิควิธีการออกแบบและย้อมสีให้ได้สีสันตามความต้องการ เพื่อจะได้ขยายตลาดให้กว้างออกไปอีกด้วย

4. แนวทางในการกำหนดราคา เนื่องจากสินค้าของทางกลุ่มเป็นสินค้าที่ทำด้วยมือและต้องอาศัยการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ส่งผลให้สินค้ามีราคาสูงกว่าผ้าชนิดอื่นและการตั้งราคาไม่ได้คำนวณต้นทุนที่ถูกต้องจึงมีผลต่อการตั้งราคาขายที่อาจจะสูงกว่าหรือต่ำกว่าความเป็นจริง อย่างไรก็ตามถ้าสมมติว่าทางกลุ่มได้มีการคำนวณต้นทุนที่ถูกต้องแล้วจำเป็นต้องราคาสูง ดังนั้นทางกลุ่มจึงควรจะมุ่งเจาะตลาดระดับบนหรือเน้นการส่งออกไปตลาดต่างประเทศ โดยยังต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐในการให้การส่งเสริมด้านข้อมูลข่าวสารและการอบรมให้ความรู้ในเรื่องของการคำนวณต้นทุนตามหลักบัญชีควบคู่กับหลักเศรษฐศาสตร์

5. แนวทางในการจัดหาวัตถุดิบ จากการศึกษานักวิชาการที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง ให้ความเห็นว่า ควรจะเร่งสร้างความเข้าใจให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือภาครัฐให้เข้าใจว่าต้นกัญชงไม่ใช่พืชที่ใช้เป็นวัตถุดิบของการผลิตยาเสพติด หรือพยายามหาทางทำให้ภาครัฐส่งเสริมการปลูกต้นกัญชงให้เป็นพืชเศรษฐกิจให้มากขึ้น เพื่อจะได้ไม่ต้องนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศเพื่อนบ้าน และยังเป็นการลดการขาดดุลให้กับประเทศได้ด้วย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุป

การวิจัยเรื่อง "แนวทางในการพัฒนาธุรกิจกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง กรณีศึกษา : บ้านคอดยาว หมู่ที่ 10 ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา" มีวัตถุประสงค์ เพื่อเพื่อศึกษาการดำเนินงานของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว, ปัญหาและอุปสรรคของการทำธุรกิจแปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว และเพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาธุรกิจแปรรูปผ้าใยกัญชงของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง

วิธีการดำเนินการวิจัย มีเครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์ ร่วมกับการบันทึกเสียงและบันทึกภาพประกอบ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคือ กลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มนักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มผู้บริโภค รวมทั้งหมดจำนวน 29 คน คือสมาชิกกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว จำนวน 15 คน และผู้นำชุมชนในท้องถิ่นจำนวน 5 คน นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 คน และผู้บริโภค คือผู้ซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าใยกัญชง จำนวน 4 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนาความ ซึ่งผลการวิจัยสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. การบริหารการจัดการกลุ่ม
2. การจัดการด้านผลิต
3. การจัดการด้านการตลาด
4. การจัดการด้านการเงิน
5. การให้การส่งเสริม สนับสนุน
6. ปัญหา และความต้องการ
7. แนวทางในการพัฒนาธุรกิจแปรรูปผ้าใยกัญชง

สรุปผลการวิจัย

การบริหารจัดการกลุ่ม

การบริหารจัดการของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว มีการบริหารกลุ่มแบบกระจายอำนาจจากประธานกลุ่มไปยังรองประธานกลุ่ม เหรัญญิกกลุ่ม เลขานุการกลุ่ม กรรมการกลุ่มตลอดจนสมาชิกกลุ่มในขั้นตอนการผลิตสินค้า ในขณะเดียวกันก็มีการจัดสรรค่าตอบแทนให้สมาชิกกลุ่ม แต่ในปัจจุบันกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง ประสบปัญหาความขัดแย้งภายใน ซึ่งทำให้

สมาชิกบางส่วนไม่ยอมรับประธานกลุ่ม สาเหตุมาจากการที่ประธานกลุ่มดำเนินธุรกิจส่วนตัว มีการซื้อวัตถุดิบและขายสินค้าตัดราคากับกลุ่ม

การจัดการด้านการผลิต

ด้านการผลิตทางกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชงมีการจัดการโดยแบ่งสมาชิกตามความถนัดคือ การฟอกผ้า ทุบผ้า ย้อมสีผ้า การเพ้นท์สีและการเขียนลายเทียน ส่วนกระบวนการผลิตจะเริ่มตั้งแต่การนำวัตถุดิบ คือผ้าใยกัญชงที่ยังไม่ได้ทำการแปรรูปจากประเทศลาวประมาณ 10,000 ม้วนต่อเดือนไปจัดสรรให้สมาชิกเพื่อเข้าสู่กระบวนการผลิต โดยจะผลิตสินค้าออกมา 2 ชนิด คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าใยกัญชงย้อมสี และผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก มีสัดส่วนการผลิตผ้าย้อมสีร้อยละ 60 และผ้าบาติกร้อยละ 40 ทางกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาวมีการจัดการด้านการผลิตโดยใช้หลัก Q.C.C ซึ่งมีขั้นตอนคือ การวางแผน (Plan) การปฏิบัติ (Do) การตรวจสอบ (Check) และ การแก้ไขปรับปรุง (Action) สำหรับวัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในกระบวนการผลิตได้แก่หม้อ กาละมังซักผ้า จับติ้ง ไฮโดรเจน สิริเกต สบู่เทียม น้ำ สี ขี้ผึ้ง พาราฟิน ฟู่กันและไม้ที่ใช้ทำเชื้อเพลิง ในส่วนของการคำนวณต้นทุนกลุ่มใช้การคำนวณโดยวิธีบวกกำไรเข้ากับต้นทุนของสินค้าโดยไม่คำนึงถึงวัสดุสิ้นเปลืองอื่น ๆ

การจัดการด้านการตลาด

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมี 2 ชนิดคือผ้าใยกัญชงย้อมสี และผ้าบาติกซึ่งงเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีเพราะได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและเป็นสินค้า OTOP ระดับ 3 ดาว ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือร้านที่นำไปจำหน่ายและแปรรูป รวมถึงลูกค้าที่มาซื้อจากสมาชิกกลุ่มที่ตรอกเล่าโจ้ว จังหวัดเชียงใหม่

การจัดจำหน่ายใช้วิธีการขายตรงไปยังผู้บริโภค ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยทางกลุ่มจะนำสินค้าไปส่งให้กับลูกค้าด้วยตนเองทางรถยนต์ ทางกลุ่มจะมีการเก็บสินค้าไว้เพียงเล็กน้อยเพื่อเพียงพอให้สำหรับสมาชิกนำไปจำหน่ายเท่านั้น เนื่องจากสินค้าที่ผลิตส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าและการให้สมาชิกไปตั้งแผงเพื่อจำหน่ายสินค้าที่ตรอกเล่าโจ้ว จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงการออกร้านแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ ที่ส่วนราชการจัดขึ้น การสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าจะติดต่อประธานกลุ่มผ่านทางโทรศัพท์ ซึ่งการจัดส่งสินค้าจะจัดส่งด้วยตนเองโดยวิธีการผ่านกลุ่มสมาชิกที่ต้องไปจำหน่ายสินค้าที่จังหวัดเชียงใหม่

การกำหนดราคา เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่จะต้องนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศลาวและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักเป็นร้านค้าที่นำไปจำหน่ายและแปรรูป เพื่อจำหน่ายต่อให้กับลูกค้าซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ ประกอบกับเป็นสินค้าที่ไม่มีคู่แข่งขัน เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นภูมิปัญญาของกลุ่มโดยเฉพาะ การตั้งราคาขายจึงตั้งตามความยากง่ายของการแปรรูป และทางกลุ่มไม่มีการคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง ราคาขายจึงค่อนข้างสูง โดยกำหนดราคาขายต่อม้วนคือ

1. ผ้าสีธรรมชาติ	เกรด A	ราคา 150 บาท
	เกรด B	ราคา 130 บาท
2. ผ้าย้อมสีเคมี	เกรด A	ราคา 160 บาท
	เกรด B	ราคา 140 บาท
3. ผ้าบาติก		ราคา 400 บาท

การชำระเงินค่าสินค้า ลูกค้าจะชำระเป็นเงินสด สำหรับยอดขายของทางกลุ่มเฉลี่ยเดือนละ 10,000 ม้วน ยอดขายไม่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มเพราะลูกค้าเกิดความรู้สึกอิ่มตัวกับตัวสินค้าที่ไม่มีรูปแบบที่หลากหลาย ยังคงเป็นรูปแบบเดิมไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การส่งเสริมการตลาด ทางพัฒนากรจังหวัดให้การสนับสนุนการจัดทำเว็ปไซด์เพื่อแนะนำสินค้าให้กับทางกลุ่มเป็นการประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักเพิ่มมากขึ้น

การจัดการด้านการเงิน

การจัดการด้านการเงินของกลุ่ม จะมีการระดมทุนจากสมาชิกของกลุ่มซึ่งรวมไปถึงการที่สมาชิกที่นำผ้าที่แปรรูปแล้วไปจำหน่ายเองก็จะต้องถูกหักเงินเพื่อเข้ากลุ่มเพื่อนำไปใช้ในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม จำนวน 5 –10 บาทต่อม้วน โดยจะนำไปซื้อวัตถุดิบจากประเทศลาวผ่านตลาดนัดบ้านฮวก

ส่วนคนที่จัดทำบัญชี คือเหรัญญิก ส่วนการเบิกจ่ายเงิน ผู้มีอำนาจในการเบิกจ่ายเงินคือ ประธานกลุ่ม เลขานุการกลุ่ม และกรรมการกลุ่ม ใช้ระบบ 2 ใน 3 ขณะเดียวกันในระยะเริ่มแรกก็มีศูนย์พัฒนาและสงเคราะห์ชาวเขาได้ให้เงินทุนจำนวน 200,000 บาท และจักรเย็บผ้าจำนวน 3 หลัง

การได้รับการส่งเสริม สนับสนุน

ในปี พ.ศ. 2530 ได้รับเงินช่วยเหลือจากศูนย์พัฒนาชาวเขาจำนวน 200,000 บาท เพื่อใช้ในการฝึกอบรมและให้ความรู้แก่สมาชิกกลุ่ม และจักรเย็บผ้าจำนวน 3 หลัง ได้รับความช่วยเหลือในการจัดซื้อตู้แสดงสินค้าในหมู่บ้านจากอบต.ทุ่งกล้วย ในส่วนของหน่วยงานราชการอื่น ๆ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพะเยา จะให้ความช่วยเหลือกลุ่มด้วยการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการอบรมให้ความรู้เรื่องของผลิตภัณฑ์ หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย, การให้ความรู้เรื่องการตลาด ตลอดจนข่าวการออกร้านแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ ที่หน่วยงานราชการจัดขึ้น ในขณะที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้ให้การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีส่วนช่วยสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและเป็นการส่งเสริมด้านการตลาดได้อีกทาง

ปัญหา และความต้องการ

จากการศึกษาด้วยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้พบข้อมูลดังนี้

ปัญหา

1. ปัญหาการบริหารจัดการกลุ่ม ซึ่งไม่มีการกำหนดระเบียบปฏิบัติของกลุ่มที่ชัดเจน ตลอดจนการบันทึกบัญชีของกลุ่มยังไม่เป็นระบบ และปัญหาความขัดแย้งภายในกลุ่ม ทำให้เกิดการแย่งตลาดกันเองระหว่างสมาชิกกลุ่มกับสมาชิกที่แยกตัวออกไปดำเนินธุรกิจเอง

2. ปัญหาการออกแบบสินค้า ที่มีรูปแบบไม่มากและความต้องการแปรรูปผ้าใยกัญชงให้เป็นผลิตภัณฑ์อย่างอื่น เพื่อต้องการขยายตลาด

3. ปัญหาเรื่องรูปแบบผลิตภัณฑ์และมีสีของผ้าที่ไม่สดใส ทำให้ไม่เป็นที่นิยมของลูกค้ากลุ่มคนไทย รวมถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ยังใช้ถุงพลาสติกอยู่ ไม่มีความเด่นชัดของบรรจุภัณฑ์

4. ปัญหาการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้เกิดการเสียภาษีนำเข้าจำนวนมากในแต่ละปี

5. ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม เช่น น้ำเสียจากการย้อมผ้า มีการทิ้งน้ำเสียในพื้นที่บ้านของตนเอง ไม่มีการบำบัดน้ำเสียก่อนทิ้ง ส่งกลิ่นเหม็น และอาจทำให้ส่งผลต่อสุขภาพในอนาคตได้

ความต้องการ

1. ต้องการวัตถุดิบที่สามารถผลิตได้เองในประเทศ ไม่ต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศ

2. ต้องการผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อจะได้มาฝึกอบรมหรือฝึกสอนให้สมาชิกกลุ่มมีทักษะและความรู้ที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อประโยชน์ในการออบแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและทันสมัยต่อไป

แนวทางในการพัฒนาธุรกิจแปรรูปผ้าใยกัญชง สำหรับกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง

1. แนวทางในการบริหารจัดการกลุ่ม ควรกำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกำหนดบทลงโทษของกลุ่มที่เป็นลายลักษณ์อักษรให้ชัดเจนและรัดกุม โดยให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดกฎเกณฑ์และลงมติเห็นชอบด้วยหลักประชาธิปไตย พร้อมทั้งให้ลงรายมือชื่อรับรองเพื่อเป็นข้อผูกมัดไม่ให้กระทำความผิดที่ก่อให้เกิดความเสียหายกับทางกลุ่ม ในขณะเดียวกันก็ควรประสานขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการหาวิทยากรมาให้ความรู้ หรือสอนวิธีการบริหารจัดการกลุ่ม

2. แนวทางในการพัฒนาด้านการตลาด อาศัยความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องเพื่อช่วยเหลือในเรื่องของการฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการตลาดเพิ่มเติมแก่สมาชิกกลุ่มหรือเชิญผู้ประกอบธุรกิจกลุ่มอื่นที่มีการจัดตั้งกลุ่มในลักษณะเดียวกันที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ในขณะเดียวกันก็ต้องเพิ่มการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นวารสารของหน่วยงานต่าง ๆ วิทยุกระจายเสียง ป้ายโฆษณา หรือในอินเตอร์เนต โดยการสอนทำ Home Page

3. แนวทางในการพัฒนาคุณภาพ และรูปแบบผลิตภัณฑ์ ควรจะประสานขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ หรือหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการหาวิทยากรมาให้ความรู้ หรือสอนเทคนิควิธีการออกแบบและย้อมสีให้ได้สีสันตามความต้องการ

4. แนวทางในการกำหนดราคา เนื่องจากสินค้ามีราคาสูง ทางกลุ่มจึงควรมุ่งเจาะตลาดระดับบนหรือเน้นการส่งออก โดยต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐในการให้การส่งเสริมด้านข้อมูลข่าวสาร

5. แนวทางในการจัดหาวัตถุดิบ เนื่องจากต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ จึงควรเร่งสร้างความเข้าใจให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือภาครัฐให้เข้าใจว่าต้นกัญชงไม่ใช่พืชที่ใช้เป็นวัตถุดิบของการผลิตยาเสพติด หรือพยายามหาทางทำให้ภาครัฐส่งเสริมการปลูกต้นกัญชงให้เป็นพืชเศรษฐกิจให้มากขึ้น

6. แนวทางในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ควรจะมีการสร้างบ่อบำบัดน้ำเสีย โดยอาจขอความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านสิ่งแวดล้อมภายในจังหวัดโดยตรงเพื่อขอคำแนะนำที่ถูกต้องต่อไป

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น สามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1. ความเป็นมาและการบริหารจัดการกลุ่ม กลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2530 โดยเริ่มแรกนายปัญญา มุ่งจันทร์ (แซ่จาง) ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้ใหญ่บ้านในขณะนั้น ได้รวมกลุ่มกันในหมู่บ้าน 4 – 5 คน ไปซื้อผ้าใยกัญชง มาจำหน่ายภายในหมู่บ้าน ในลักษณะการซื้อมาขายไป โดยมีลูกค้าซื้อไปใส่และนำไปขายต่อ จนเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายในกลุ่มของพ่อค้าและแม่ค้า ก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ และได้ชักชวนให้ชาวบ้านจัดตั้งกลุ่มขึ้นมา โดยใช้ชื่อกลุ่มว่า ลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา เนื่องจากมีรายได้ที่ดีขึ้น ส่งผลให้มีชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของปาริชาติ วลัยเสถียร (2540) ที่กล่าวว่าธุรกิจชุมชน คือ กิจกรรมที่บุคคลหรือองค์กรในชุมชนมีส่วนเป็นเจ้าของกิจการ และ/หรือช่วยดำเนินงานบางส่วนหรือทั้งหมด โดยประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ มีการเรียนรู้และการจัดการร่วมเพื่อดำเนินการในกิจกรรมการผลิต การแปรรูป การค้า และการบริการที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนได้อย่างสอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน อันจะนำไปสู่ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี และการพัฒนาที่ยั่งยืน

การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในกลุ่ม ได้แบ่งหน้าที่รับผิดชอบกันตามขั้นตอนการแปรรูปตามความถนัดของสมาชิกในกลุ่ม เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ การนำวัตถุดิบไปแจกจ่ายให้กับสมาชิกเพื่อทำการแปรรูป เช่นการซัก การย้อมสี การฟอกผ้า การออกแบบลายผ้า การเขียนเทียน การเพ้นท์สี การเคลือบสี การต้มเทียน โดยสมาชิกจะแบ่งหน้าที่กันเพื่อให้แต่ละขั้นตอนบรรลุเป้าหมายสอดคล้องกับแนวคิดอุษา โสทรจิตร์ (2545) ที่ว่าการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบจะแบ่งหน้าที่กันตามลักษณะของการผลิต ยังไม่มีหลักในการบริหารจัดการตามลักษณะโครงสร้างขององค์การ

2. การจัดการด้านการผลิต ในการแปรรูปผ้าใยกัญชงสมาชิกจะมีการนำเอาวัตถุดิบ มาเข้าสู่กระบวนการแปรรูปตามขั้นตอนต่าง ๆ จนกระทั่งได้สินค้าคือผ้าย้อมสีและผ้าบาติก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของณัฏฐพันธ์ เขจรนันท์ (2545) สรุปว่า ปกติองค์การจะทำการแปรรูปปัจจัยนำเข้า (Input) เช่น แรงงาน วัตถุดิบ และพลังงานให้กลายเป็นผลลัพธ์ (Output) ในรูปแบบของสินค้าหรือบริการสำหรับลูกค้า และแนวคิดของ บรรยงค์ โตจินดา(2542) ได้สรุปว่าลักษณะของการ

นำปัจจัยในการบริหารที่เรียกว่า "in – put" เข้าไปในกระบวนการจัดการหรือกระบวนการบริหาร (Management Process) แล้วออกมาเป็น "out – put" หรือผลงานตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

3. การจัดการด้านการตลาด ในการหาตลาด ทางกลุ่มจะใช้วิธีการไปออกร้านแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ เช่น งานประจำอำเภอ งานของดีเมืองภูซาง, งานประจำปีของจังหวัด หรือตามงานต่าง ๆ ที่หน่วยงานราชการจัดขึ้น และ ทางพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา ได้มีการให้ความรู้ด้านการตลาดแก่กลุ่มผู้แปรรูปบ้านคอดยาว และมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านทางผู้นำหมู่บ้านหรือผู้นำกลุ่ม และการจำหน่ายสินค้าโดยสมาชิกกลุ่มโดยตรงที่ตรอกเล่าโจ้ว จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับสุดาดวง เรืองรุจิระ (2543) กล่าวว่าเมื่อผู้ผลิตสินค้าออกมาได้แล้วพร้อมที่จะกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาดโดยจะต้องพยายามเลือกช่องทางการจำหน่ายให้เหมาะสมและดีที่สุดสำหรับสินค้าของตน ลักษณะของช่องทางการจำหน่ายอาจกำหนดรูปแบบให้เป็นช่องทางการจำหน่ายโดยทางตรง (Direct Channel) กับช่องทางการจำหน่ายโดยทางอ้อม (Indirect Channel)

4. การได้รับการส่งเสริม สนับสนุน กลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ได้รับการช่วยเหลือ ส่งเสริม สนับสนุนจากบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานราชการ และกลุ่มนักวิชาการที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดตั้งกลุ่ม การฝึกอบรมเกี่ยวกับกระบวนการและวิธีการในการแปรรูป การให้ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด ให้ไปร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ่านทางInternet และ Home Page ของหน่วยงานราชการในจังหวัดพะเยา การติดต่อ ประสานของบประมาณสนับสนุน ซึ่งสอดคล้องกับเสรี วงษ์มณฑา (2540) ได้กล่าวถึงตัวอย่างกลุ่มผลประโยชน์ซึ่งเป็นเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์มี (1) รัฐบาล (2) ข้าราชการ (3) นักการเมือง (4) สื่อมวลชน (5) ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (6) ผู้นำชุมชน (7) คู่ค้า (8) ผู้นำด้านความคิด และยังสอดคล้องกับอุษา โสทรจิตร์ (2545) ที่กล่าวว่าได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อจัดตั้งกลุ่ม ฝึกอบรมเกี่ยวกับกระบวนการและวิธีการแปรรูป การให้ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดและให้ไปร่วมงามจำหน่ายและแสดงสินค้าตามที่ต่าง ๆ

5. ปัญหา และความต้องการของกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา พบว่าปัญหาการบริหารจัดการเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุด เนื่องจากปัจจุบันกลุ่มประสบปัญหาความแตกแยกภายใน ซึ่งต่างจากผลการศึกษาของอุษา โสทรจิตร์ (2545) ที่กล่าวว่าปัญหาการตลาดเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุด

นอกจากนั้นยังมีปัญหาด้านอื่น ๆ ได้แก่ ปัญหาด้านคุณภาพ ปัญหาด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ และปัญหาด้านการนำเข้าวัตถุดิบ ทางกลุ่มยังมีปัญหาเรื่องคุณภาพของสีที่ย้อมเพี้ยนไม่

ตรงตามความต้องการของลูกค้า สีสันไม่สดใส สำหรับปัญหาด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่มจะต้องอาศัยการดูแบบจากนิตยสารต่าง ๆ ไม่มีความคิดใหม่ ๆ เป็นของตัวเอง ซึ่งกลุ่มต้องการความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ในภาครัฐในการสอนเทคนิคในการย้อมสีให้ได้มาตรฐาน เทคนิคและแนวคิดในการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย ตรงกับความต้องการของตลาด จากปัญหาดังกล่าวจะสอดคล้องกับอุษา โสทรจิตร์ (2545) ได้ศึกษาถึงแนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตกระดาษจากใบสับประรด พบว่า กลุ่มมีปัญหาและความต้องการในด้านต่าง ๆ 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) ปัญหาด้านการตลาด (2) ปัญหาด้านคุณภาพและรูปแบบผลิตภัณฑ์ (3) ปัญหาด้านการบริหารจัดการกลุ่ม

สำหรับปัญหาที่สำคัญที่ได้จากการศึกษาอีกปัญหาหนึ่งคือ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม คือการไม่มีระบบบำบัดน้ำเสีย

6. แนวทางในการพัฒนาธุรกิจการแปรรูปผ้าใยกัญชง สำหรับกลุ่มผู้แปรรูป บ้านคอดยาว กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา จากการศึกษาแบบสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักและจากสังเกตของผู้ศึกษาเอง มีแนวทางในการแก้ไข และการพัฒนา คือ (1) ปลูกฝังความคิดในด้านการตลาดโดยตรง จากนักวิชาการ หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้นำชุมชน (2) กลุ่มและผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้ควรมีการสำรวจตลาดด้วยตนเองเพื่อหาข้อมูลความต้องการของตลาดและนำมาประยุกต์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด (3) การประชาสัมพันธ์ต้องทำให้ทั่วถึงและต่อเนื่อง โดยอาจประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วารสารของหน่วยงานภาครัฐ วิทยุชุมชน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ หรือ Internet เป็นต้น (4) การพัฒนาคุณภาพและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยการได้รับการส่งเสริม สนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น จากพาณิชย์จังหวัด พัฒนาชุมชน ประชาสัมพันธ์จังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล ศูนย์พัฒนาและสงเคราะห์ชาวเขา ตลอดจนสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ในจังหวัดพะเยา โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาและระดับอาชีวศึกษา

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐบาล

1. ผู้นำชุมชน นักวิชาการหรือเจ้าหน้าที่ในภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรปลูกฝังความคิดในด้านการตลาดให้กับสมาชิกกลุ่ม ให้เห็นถึงความจำเป็นในการมีผู้ที่ทำหน้าที่ด้านการตลาดโดยตรง

2.ควรมีการส่งเสริมให้สามารถปลูกต้นกัญชงในประเทศเพื่อลดปัญหาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ โดยต้องอาศัยความร่วมมือจากนักวิชาการและนักกฎหมายเพื่อที่จะให้ได้ข้อสรุปในเชิงวิชาการว่าพืชชนิดนี้ไม่มีสารเสพติด และผลักดันให้สามารถปลูกเป็นพืชเศรษฐกิจในประเทศได้

3. ควรมีการประสานความร่วมมือ วางแผนร่วมกัน ตลอดจนส่งเสริม สนับสนุนกับหน่วยงานต่าง ๆ ในจังหวัดพะเยา ทั้งในภาครัฐและเอกชน เพื่อกำหนดกิจกรรม และเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบให้ชัดเจนเพื่อลดปัญหาความซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะสำหรับสมาชิกกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง

1.ควรมีการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมโดยการศึกษาดูงานเกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่มของกลุ่มผู้ผลิตที่มีการดำเนินธุรกิจที่คล้าย ๆ กันและประสบความสำเร็จเพื่อนำมาปรับปรุงองค์กรหรือการบริหารจัดการกลุ่มให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ควรมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและตรงกับความต้องการของตลาดอยู่ตลอดเวลาเพื่อการขยายตลาดในอนาคต

3. ควรมีการคำนึงการคำนวณต้นทุนที่แท้จริงของสินค้าเพื่อจะได้ตั้งราคาขายที่ถูกต้อง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการพัฒนาคุณภาพ และเทคนิคการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย

2.ควรมีการศึกษาวิจัยและนำเสนอเรื่องของต้นกัญชงในรูปแบบของวิชาการให้มากเพื่อจะเป็นการส่งเสริมให้บุคคลทั่วไปได้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับต้นกัญชง

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ณรงค์ เพชรประเสริฐ.(2542).ธุรกิจชุมชน เส้นทางที่เป็นไปได้. กรุงเทพฯ:สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์.(2545).การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน.กรุงเทพฯ :ซีเอ็ดยูเคชั่น

บรรยงค์ โตจินดา.(2542). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.

ปาริชาติ วลัยเสถียร.(2538). การศึกษาเปรียบเทียมปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จระดับต่างๆ ของจังหวัดปราจีนบุรี. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชา ส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์ และ พสุ เดชะรินทร์.(2542).การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. กรุงเทพฯ:คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วระวุฒิ หล้าทุม. (2540). ประสิทธิภาพของกลุ่มเกษตรกรตามความคิดเห็นของเกษตรตำบลในจังหวัดเลย. การค้นคว้าแบบอิสระ. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วรินทรีย์ ธานีวรรณ. (2542). หลักการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

สมเดช ประวิลวรรณ. (2540). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม: เปรียบเทียบกลุ่มแม่บ้าน ในนิคมสร้างตนเองโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู และนิคมสร้างตนเองห้วยหลวง จังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ. สำนักงานมาตรฐานอุดมศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย. (2543).

เสกสรร สายสีสด. (2543). การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด. คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏอุดรธานี.

เสรี วงษ์มณฑา. (2540). การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: เอ เอ็น.การพิมพ์.

สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2543).หลักการตลาด.กรุงเทพฯ:ประกายพรึก

สุวิมล แม้นจริง. (2541). การส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ: เอซ เอ็น.กรุ๊ป.

อุษา โสทรจิตร์. (2545). แนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชน สำหรับกลุ่มผู้ผลิตกระดาษจากใยสับปะรด บ้านทรายมูล ตำบลเสด็จ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์. ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชา อาชีวศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แสดงแบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์กลุ่ม สมาชิกกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง
เรื่อง
แนวทางในการพัฒนาธุรกิจ กลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง กรณีศึกษา :
บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา

1. การบริหารจัดการกลุ่ม

1.1 Planning :

ทางกลุ่มผู้ผลิตผ้าใยกัญชง มีสมาชิกจำนวนกี่คน

.....

.....

ทางกลุ่มมีการวางแผนด้านการตลาดหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

ทางกลุ่มมีการวางแผนด้านการผลิตหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

ทางกลุ่มมีการวางแผนด้านการการเงินหรือไม่ อย่างไรและมีการจัดหาเงินทุนจากที่ไหน

.....

.....

ทางกลุ่มมีการวางแผนด้านทรัพยากรบุคคลหรือไม่อย่างไรและมีการฝึกอบรมหรือไม่

.....

.....

1.2 Organizing :- ทางกลุ่มมีใครเป็นหัวหน้ากลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง และมีหน้าที่ทำอะไรบ้าง

ผู้นำกลุ่มมีการติดต่อประสานงานกับสมาชิกภายในกลุ่มบ่อยแค่ไหน

.....

.....

การติดต่อสื่อสารระหว่างหัวหน้ากลุ่มกับสมาชิกเป็นอย่างไร

.....

.....

ผู้นำกลุ่มมีเวลาให้กับทางกลุ่มหรือไม่

.....

.....

มีการกระจายอำนาจภายในกลุ่มหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

หากทางกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชงทำงานผิดพลาดจะมีการลงโทษหรือว่า กล่าวตักเตือน อย่างไร

.....

.....

2. การจัดการด้านการตลาด

- สินค้ามีวางจำหน่ายที่ใดบ้าง

.....

.....

- ใครเป็นตัวแทนหรือผู้นำในการนำสินค้าไปจำหน่าย

.....

.....

- การกำหนดราคาสินค้า มีหลักเกณฑ์อย่างไร

.....

.....

- ตลาดผ้าใยกัญชงเป็นอย่างไร

.....

.....

- มีกลุ่มลูกค้าที่มารับซื้อจากทางกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชงโดยตรงหรือไม่

.....

.....

- ตลาดส่งออกเป็นอย่างไร และมีแนวโน้มเป็นอย่างไร

.....

.....

- มีการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

3. การจัดการด้านการเงิน

- ทางกลุ่มได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากหน่วยงานใดหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

- มีการจัดสรรการใช้จ่ายเงินทุนอย่างไร

.....

.....

- ทางกลุ่มมีการระดมทุนจากสมาชิกกลุ่มหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

- ทางกลุ่มมีระบบการควบคุมทางด้านการเงินหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

- สมาชิกกลุ่มได้ค่าตอบแทนอะไรจากกลุ่มบ้าง

.....

.....

4. การจัดการด้านการผลิต

- วัตถุดิบที่ใช้คืออะไร มีแหล่งที่มาจากไหน

.....

.....

- มีขั้นตอนการผลิตอย่างไร

.....

.....

- ผลผลิตที่ได้คืออะไร

.....

.....

แบบสัมภาษณ์กลุ่ม ผู้นำชุมชนท้องถิ่นและนักวิชาการ หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง
เรื่อง
แนวทางในการพัฒนาธุรกิจ กลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง กรณีศึกษา :
บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา

ข้อ 1. ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ..... สกุล .....

ตำแหน่งงาน.....

ข้อ 2. ประเด็น

2.1 ท่านทราบการจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตผ้าใยกัญชงบ้านคอดยาวหรือไม่ เมื่อใด

.....

.....

2.2 ท่านมีส่วนร่วมกับกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชงบ้านคอดยาวหรือไม่

.....

.....

2.3 ท่านคิดว่าการดำเนินงานของกลุ่มมีข้อดี ข้อเสียอย่างไรบ้าง

.....

.....

2.4 ท่านเคยให้ความช่วยเหลือ ส่งเสริม สนับสนุน กลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

2.5 ท่านมีนโยบายที่จะช่วยเหลือ ส่งเสริม สนับสนุนกลุ่มผู้แปรรูป บ้านคอดยาวหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

2.6 ท่านคิดว่ากลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว มีปัญหาด้านใดบ้าง และควรมีการแก้ปัญหาอย่างไร

.....

.....

แบบสัมภาษณ์กลุ่ม ผู้บริโภค (ผู้ซื้อ)
เรื่อง
แนวทางในการพัฒนาธุรกิจ กลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง กรณีศึกษา :
บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา

ข้อ 1. ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ..... สกุล.....

อายุ.....

ภูมิลำเนา.....

ข้อ 2. ประเด็น

2.1 ท่านรู้จักผู้แปรรูปผ้าใยกัญชงมาก่อนหรือไม่

.....

.....

2.2 ท่านทราบได้อย่างไรว่ามีผลิตภัณฑ์ผ้าใยกัญชง ของบ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย

.....

.....

2.3 ท่านติดต่อซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าใยกัญชงจากกลุ่มนี้ ที่ใดหรือติดต่อกับผู้ใดในกลุ่ม

.....

.....

2.4 ปริมาณและราคาในการสั่งซื้อที่ละประมาณเท่าใด

.....

.....

2.5 ท่านมีความพึงพอใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผ้าใยกัญชง ของกลุ่มแปรรูปกลุ่มบ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย ดีหรือไม่อย่างไร

.....

.....

2.6 ท่านมีวัตถุประสงค์อะไรในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าใยกัญชง

- ถ้านำไปขายต่อ ลูกค้าของท่านเป็นกลุ่มใด

.....

.....

- ถ้านำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ชนิดใดบ้าง

.....

.....

2.7 ท่านมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าใยกัญชง ในรูปแบบใดบ้าง

.....

.....

ภาคผนวก ข
แสดงรายชื่อผู้ให้ข้อมูลในการศึกษา

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลในการศึกษา

โดยการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล โดยนำเสนอเป็นตัวแทนของการแบ่งเป็นกลุ่มต่างๆ ดังนี้

นายธนโชติ ศักดิ์รุ่งเรือง

(ผู้ใหญ่บ้านบ้านคอดยาว)

นายธนโชติ ศักดิ์รุ่งเรือง อายุ 40 ปี อยู่บ้านเลขที่ 24 หมู่ 10 ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ใหญ่บ้านคอดยาว

นายธนโชติ กล่าวว่า ในอดีตชาวเขาเผ่าม้งมีเชื้อชาติอยู่ที่ประเทศจีน ส่วนใหญ่ถือกำเนิดที่ประเทศมองโกเลีย แต่ไม่มีหลักฐานยืนยันว่าอยู่ทางทิศใดของประเทศมองโกเลีย แต่ไม่มีหลักฐานยืนยันว่าอยู่ทางทิศใดของประเทศมองโกเลีย และประเทศจีน จากคำบอกเล่าของผู้เฒ่าผู้แก่ที่บอกมารุ่นแล้วรุ่นเล่า ชาวเขาเผ่าม้งมีต้นตระกูลที่แท้จริงอยู่ที่ประเทศมองโกเลีย จนถึงทุกวันนี้

เกิดสงครามล้างเผ่าพันธุ์และแบ่งแยกชนเผ่าขึ้น เพราะชาวเขาเผ่าม้งไม่ยอมตกเป็นเบี้ยล่างของคนจีนจึงถูกทหารจีนกวาดล้างขับไล่จากผืนแผ่นดินจีนและมองโกเลีย ในที่สุดชนเผ่าม้งจึงร่อนเร่หนีตามยอยู่ทางใต้ของประเทศจีนที่มีแนวเขตติดต่อระหว่างประเทศพม่า ลาวและเวียดนาม ส่วนหนึ่งที่ยอมอยู่ใต้บังคับบัยชาของทหารจีนก็จะรอดชีวิตกลายเป็นประชาชนของจีนไป แต่ก็มีบางส่วนที่ถูกฆ่าฟันจนล้มตายจำนวนมากและบางส่วนที่หนีเร่รอนมาตามฝั่งแม่น้ำโขงทางด้านซ้ายมาโผล่ที่ลาวและเวียดนาม อีกส่วนหนึ่งข้ามแม่น้ำโขงไปทางด้านขวามาโผล่ที่พม่า

ต่อมาในปี พ.ศ.2530 พม่าได้ขยายอาณาเขตการปกครอง ชนเผ่าม้งที่อาศัยอยู่ในประเทศพม่าก็ต้องอพยพอีกครั้งทางด้านอำเภอฝาง อำเภอแม่สอด จังหวัดแม่ฮ่องสอน ในปัจจุบัน ส่วนในประเทศลาวก็เกิดสงครามชนเผ่าขึ้น ชนเผ่าม้งส่วนหนึ่งจึงอพยพมาทางด้านอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา, อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย, อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน, อำเภอนครไทย จังหวัดพิษณุโลก แล้วมาตั้งรกรากในแผ่นดินไทยจนถึงปัจจุบัน

บ้านคอดยาวเป็นหมู่บ้านของชาวเขาเผ่าม้ง ที่ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2519 โดยได้อพยพมาจากบ้านห้วยส้าน ตำบลภูซาง อำเภอเชียงคำในขณะนั้น โดยมีนายบุญชู พิชิตคีรี เป็นผู้นำในขณะนั้น ลักษณธภูมิประเทศของหมู่บ้านเป้นพ้นที่ราบและเป็นพื้นที่ปลูกสวนผลไม้ เช่น มะม่วง ลำไย ซึ่งมีเนื้อที่การเกษตร จำนวน 500 ไร่ มีเนื้อที่อยู่อาศัยจำนวน 100 ไร่ มีเนื้อที่รกร้าง 5 ไร่ ภายในหมู่บ้านมีระบบสาธารณูปโภค คือไฟฟ้า โทรศัพท์สาธารณะ ศาลาอ่านหนังสือ หมู่บ้านคอยาว มีจำนวนประชากร 526 คน แบ่งเป็นชาย 260 คน หญิง 266 คน หมู่บ้านคอดยาวยังเป็น

หมู่บ้านท่องเที่ยวในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งที่เที่ยว ซึ่งจะมีขนบธรรมเนียมประเพณีในหมู่บ้านที่สำคัญคือ เทศกาลปีใหม่ม้งและประเพณีกินข้าวใหม่

ในส่วนของกลุ่มผ้าใยกัญชง ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2530 โดยมีนายปัญญา มุ่งจันทร์ (แซ่จาง) ซึ่งเป็นผู้ใหญ่บ้านในขณะนั้น ได้รวมกลุ่มกันในหมู่บ้าน 4-5 คน ไปซื้อผ้าใยกัญชงที่จุดผ่อนปรนบ้านฮวกมาจำหน่ายในหมู่บ้าน เป็นแบบการซื้อมาขายไป แรก ๆ มีสมาชิก จำนวน 58 คน แต่ปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมด 36 คน เนื่องจากมีปัญหาความขัดแย้งเกิดขึ้นภายในกลุ่ม คือไม่รงรอยกันระหว่างประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม

ภาพ 1 แสดงการสัมภาษณ์นายธนโชติ ศักดิ์รุ่งเรือง

นายบุญลือ ศักดิ์รุ่งเรือง
(สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล หมู่ที่ 10)

นายบุญลือ ศักดิ์รุ่งเรือง อายุ 42 ปี อยู่บ้านเลขที่ 10 หมู่ 10 ต.ทุ่งกล้วย กิ่งอ.ภูซาง จ.พะเยา ปัจจุบัน ดำรงตำแหน่ง สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล หมู่ที่ 10

นายบุญลือ กล่าวว่า ในฐานะที่เป็นสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลของหมู่บ้าน เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานจากรัฐบาล ก็จะทำหน้าที่ประสานงานกับทางกลุ่มในเรื่องการไปออกร้านแสดงสินค้าตามที่ต่าง ๆ ที่หน่วยงานราชการแจ้งมา เช่นที่ผ่านมามีการแจ้งข่าวสารให้นำสินค้าไปแสดงและจำหน่ายในงานของดีเมืองภูซาง และเคยประสานในเรื่องการเสนอโครงการเกี่ยวกับตู้แสดงสินค้าในหมู่บ้าน ซึ่งก็ผ่านการอนุมัติงบประมาณแล้วให้อบต.ทุ่งกล้วยสนับสนุนตู้แสดงสินค้า เพื่อเอาไว้แสดงผ้าใยกัญชงหรือแสดงผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าใยกัญชง

ภาพ 2 แสดงการสัมภาษณ์นายบุญลือ ศักดิ์รุ่งเรือง

นายสุภาพ บุญสว่าง
(นักวิชาการพัฒนาชุมชน 6 ว. จังหวัดพะเยา)

นายสุภาพกล่าวว่า ในฐานะที่เป็นผู้เกี่ยวข้องกับทางกลุ่ม ก็จะมีส่วนร่วมในการให้ความรู้ด้านการตลาด การบริหารจัดการกลุ่ม โดยมีการพูดคุยบ้างเป็นครั้งคราว ในกรณีที่มีการอบรมที่สำคัญ ก็จะมีการโทรศัพท์ประสานผ่านทางกิ่งอ.ภูซางและผ่านทางผู้นำหมู่บ้าน ผู้นำกลุ่มให้ทราบว่าจะมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องของผลิตภัณฑ์อย่างไร คือในการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย มีหลักเกณฑ์อย่างไรบ้าง จะทำอย่างไรจึงจะส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนได้ นอกจากนั้นยังมีนโยบายที่ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และ CEO ยังสนับสนุนโครงการนี้ หรือว่าจะเป็นการแจ้งข่าวสารการออกร้านเพื่อเพื่อจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าที่จัดขึ้นตามงานต่าง ๆ ที่หน่วยงานราชการจัดขึ้น เช่นงานประจำปีของจังหวัด งานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เมืองทองธานี เป็นต้น

ในส่วนของการดำเนินงานของกลุ่ม ยังมีความขัดแย้งในด้านการตลาดเพราะจะแย่งตลาดกันและในกลุ่มก็มีความขัดแย้งภายใน นอจกจากนั้นทางกลุ่มยังต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบเพื่อจะมาทำการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพราะไม่สามารถปลูกเองได้

ทางกลุ่มจะมีปัญหาที่ชัดเจนคือเรื่องของการบริหารจัดการกลุ่ม แม้ว่าจะมีการเริ่มจัดตั้งกลุ่มมากกว่า 5 ปีก็ตาม ซึ่งจากหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ประเภทผ้า เครื่องแต่งกายนั้น ทางกลุ่มมีการระดมหุ้นจากสมาชิกอย่างเดียวและแม้ว่าจะมีผู้นำกลุ่มแต่ก็ไม่มีการกำหนดระเบียบปฏิบัติของกลุ่มที่ชัดเจน นอกจากนั้นแล้วเรื่องของระบบการบันทึกบัญชีของกลุ่มก็มีการบันทึกอย่างง่าย ๆ ไม่เป็นระบบ ซึ่งอาจเนื่องมาจากสมาชิกยังไม่มีความสนใจหรือไม่มีความรู้ในเรื่องของการบันทึกบัญชีที่พียงพอ

หากจะให้ดีขึ้น จะต้องให้สมาชิกมาฝึกอบรมเกี่ยวกับระบบการบันทึกบัญชีให้เข้าใจและสามารถนำปฏิบัติได้จริง โดยอาจทำให้สมาชิกเห็นถึงความสำคัญของการบันทึกบัญชี

ภาพ 3 แสดงการสัมภาษณ์นายสุภาพ บุญสว่าง

นายปัญญา มุ่งจันทร์
(ประธานกลุ่ม)

นายปัญญา มุ่งจันทร์ อายุ 43 ปี อยู่บ้านเลขที่ 2 หมู่ที่ 10 ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ได้ให้ข้อมูลว่า การจัดตั้งกลุ่มเริ่มจัดตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2530 โดยได้รวมกลุ่ม 4-5 คน ไปซื้อผ้าจากจุดผ่อนปรนตลาดบ้านฮวก มาจำหน่ายให้กับพ่อค้า แม่ค้าในตลาดอำเภอเชียงคำ โดยไม่มีกรรมวิธีอะไรเป็นแบบซื้อมาขายไป จนเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายในกลุ่มลูกค้าที่มาซื้อไปเพื่อจำหน่ายต่อ ทางกลุ่มจึงได้เพิ่มจำนวนการสั่งซื้อมาขายให้กับลูกค้ามากขึ้น ส่งผลให้สมาชิกกลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้นตามมา ต่อมาได้มีการเปิดรับจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้น ในระยะแรกมีจำนวนสมาชิกกลุ่มทั้งหมด 58 คน แต่ในปัจจุบันเหลือสมาชิกทั้งสิ้น 36 คน เนื่องจากสมาชิกบางส่วนมีความรู้ความสามารถในการแปรรูปมากขึ้น เพราะได้รับการสนับสนุนด้านการให้ความรู้ในการทำผ้าบาติก ทำลายไทย การเพ้นส์ผ้า การย้อมสีเคมี การย้อมสีธรรมชาติ จากหน่วยงานราชการที่เข้ามาฝึกให้กับทางกลุ่ม สมาชิกบางส่วนจึงได้แยกตัวออกไปทำธุรกิจส่วนตัว นอกจากการได้รับการสนันสนุนในเรื่องความรู้แล้ว ทางกลุ่มยังได้รับการสนับสนุนในการจัดหาเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปผ้าใยกัญชง จำนวนเงิน 200,000 บาท ในด้านการตลาด ทางกลุ่มจะใช้วิธีการไปออกร้านแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ ประจำอำเภอ งานของดีเมืองภูซาง งานประจำปีของจังหวัดหรือตามงานต่าง ๆ ที่หน่วยงานราชการจัดขึ้น นอกจากนั้นยังมีการให้สมาชิกผัดเปลี่ยนหมุนเวียนไปตั้งแผงเพื่อจำหน่ายสินค้าด้วยตนเองครั้งละ 8 คน ที่จังหวัดเชียงใหม่ บริเวณตลาดวโรรสที่เรียกว่า "ตรอกเล่าโจ้ว" เพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าอีกวิธีหนึ่ง สำหรับ ทางส่วนราชการยังให้การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดในเวปไซด์ของทางราชการอีกด้วย

ในการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้านั้น จะสั่งซื้อโดยการใช้โทรศัพท์ติดต่อโดยตรงกับประธานกลุ่ม จากนั้นประธานกลุ่มก็จะแจ้งให้ทางสมาชิกกลุ่มทราบถึงรายละเอียดของสินค้าที่ลูกค้าต้องการเพื่อให้ทางกลุ่มทำการแปรรูปสินค้าตามที่ลูกค้าสั่ง

ในส่วนของการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า ส่วนใหญ่จะนำไปส่งให้ลูกค้าด้วยตนเองโดยผ่านกลุ่มสมาชิกที่ได้รับมอบหมายให้ผลัดเปลี่ยนกันไปจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม ซึ่งลูกค้ากลุ่มใหญ่จะอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่โดยจะใช้รถของสมาชิกกลุ่มที่มีหน้าที่จะต้องไปจำหน่ายสินค้าที่ตรอกเล่าโจ้วจังหวัดเชียงใหม่ ไปส่งให้กับลูกค้า ปริมาณการสั่งซื้อสินค้าทุกประเภทของลูกค้า คิดเฉลี่ยแล้วมีปริมาณ 1 หมื่นม้วน ต่อเดือน สำหรับราคาในการซื้อขาย ประธานกลุ่มได้ให้ข้อมูล ดังนี้

ราคาขาย ต่อม้วน (ความยาว 5 เมตร)

1. ผ้าสีธรรมชาติ	เกรด A ราคา	150 บาท
	เกรด B ราคา	130 บาท
2. ผ้าสีเคมี	เกรด A ราคา	160 บาท
	เกรด B ราคา	140 บาท
3. ผ้าบาติก	ราคา	400 บาท/ม้วน

การชำระเงินค่าสินค้า ลูกค้าจะชำระเป็นเงินสด แต่ไม่สามารถกำหนดระยะเวลาที่จะชำระเงินได้แน่นอนอาจเนื่องมาจากความไว้วางใจระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ทำให้มีการให้เครดิตในเรื่องระยะเวลาการชำระหนี้แก่ลูกค้า การจัดซื้อวัตถุดิบ จะมีการซื้อผ้าที่จุดผ่อนปรนตลาดบ้านฮวก ทุกวันที่ 10 และ 30 ของเดือน เพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบในการแปรรูป ส่วนวัสดุในการแปรรูปอื่น เช่น ไฮโดรเจน , สิริเกตุ, สบู่เทียม, ขี้ผึ้ง, พาราพินและสี จะมีการสั่งซื้อมาจากเชียงใหม่

ในด้านของร้านค้าที่ทางกลุ่มนำไปส่งให้ที่จังหวัดเชียงใหม่นั้น ได้แก่ ร้านป้าบัว ร้านวิรัชผ้าไทย ร้านเอื้องคำ ร้านฝ้ายทอง และร้านบุญชัย เป็นต้น

ปัจจุบันปัญหาที่ทางกลุ่มกำลังประสบอยู่คือ ปัญหาในเรื่องของการออกแบบสินค้า ซึ่งจะมีรูปแบบไม่มากเท่าที่ควร และอยากจะแปรรูปผ้าใยกัญชงให้เป็นผลิตภัณฑ์อย่างอื่นบ้าง เพื่อต้องการขยายตลาด ในปัจจุบันการออกแบบต้องอาศัยการดูแบบจากหนังสือ นิตยสารต่าง ๆ ยังไม่มีการคิดหรือแนวคิดเป็นของตัวเอง แต่ทางกลุ่มจะมีลายที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มอยู่ลายหนึ่งคือ ลายทราย หรือลายหินแตก และปัญญาหาอีกอย่างหนึ่งของทางกลุ่มคือแรงงานภายในกลุ่มมีจำนวนลดลง ทำให้การผลิตไม่ปันไปตามที่ลูกค้าต้องการ ในบางครั้งก็เกิดการแย่งตลาดกันเองระหว่างสมาชิกกลุ่มกับสมาชิกที่ลาออกไปดำเนินธุรกิจเอง จนเกิดการตัดราคากันขึ้น

ภาพ 4 แสดงการสัมภาษณ์นายปัญญา มุ่งจันทร์

นายสุจริต กัลยศิริกุล
(รองประธานกลุ่ม)

นายสุจริต กัลยศิริกุล อายุ 40 ปี อยู่บ้านเลขที่ 10 หมู่ที่ 10 ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูชาง จังหวัดพะเยา ได้ให้ข้อมูลว่า ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มจำนวน 36 คน การบริหารจัดการกลุ่มมีโครงสร้างและระบบการบริหารจัดการอย่างหลวม ซึ่งเดิมให้ความสำคัญกับผู้นำกลุ่มเพื่อที่จะสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่ม ในการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ และการจัดสรรผลประโยชน์ให้กับสมาชิกกลุ่ม สามชิกในกลุ่มได้แบ่งหน้าที่กันตามขั้นตอนการแปรรูป ดังนี้

1. ผู้ที่เตรียมผ้าใยกัญชงเพื่อรอการแปรรูป
2. ผู้มีหน้าที่ย้อมสีผ้าใยกัญชง
3. ผู้มีหน้าที่เพ้นท์ผ้าบาติก

ในปัจจุบันทางกลุ่มประสบกับปัญหาความขัดแย้งภายในกลุ่ม ระหว่างประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม ซึ่งเริ่มไม่ยอมรับในตัวผู้นำกลุ่มคือประธานกลุ่ม เพราะประธานกลุ่มได้ดำเนินธุรกิจส่วนตัว นำสินค้ามาขายตัดราคา ส่งผลให้มีปัญหาทางด้านราคาขายที่ไม่แน่นอน เกิดปัญหาการแย่งลูกค้ากันเอง นอกจากนั้นประธานกลุ่มมีการซื้อวัตถุดิบตัดหน้าสมาชิก ซึ่งจะเข้าไปซื้อที่ตลาดบ้านฮวก ทุกวันที่ 10 และ 30 ของทุกเดือน แต่ประธานกลุ่มจะเข้าไปซื้อก่อนถึงกำหนดวันเปิดตลาดนัด และสมาชิกบางคนก็จะไปรับออเดอร์จากลูกค้าแล้วลงทุนแปรรูปด้วยตนเองเพื่อขายให้กับลูกค้าโดยตรงไม่ผ่านทางกลุ่ม

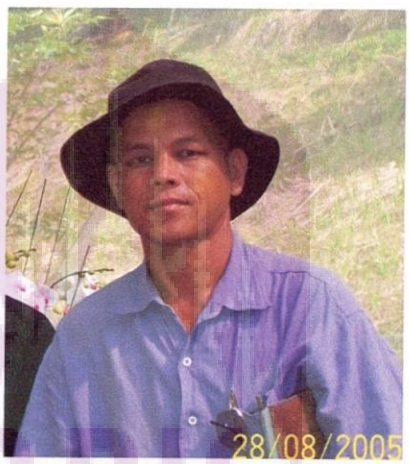
การดำเนินงานของกลุ่มยังไม่ค่อยเป็นแบบแผนมากนัก จะเป็นลักษณะถ้อยทีถ้อยอาศัยซึ่งกันและกัน คือใครถนัดทางด้านไหนก็จะทำหน้าที่นั้น แต่ทางกลุ่มจะมีค่าตอบแทนแก่สมาชิกกลุ่มดังนี้คือ

การเตรียมผ้า (ซัก ทุบ)	ผืนละ 3 บาท (1 ผืน เท่ากับ 1 ม้วน)
การเขียนเทียน	ผืนละ 45 บาท
การเพ้นท์สี	ผืนละ 25 บาท

สำหรับสมาชิกที่จะนำผ้าของทางกลุ่มที่แปรรูปแล้วไปจำหน่ายเอง จะต้องถูกหักเงินเข้ากลุ่มเพื่อการดำเนินกิจกรรม จำนวน 5 – 10 บาท ต่อม้วน

ในการแปรรูปผ้าใยกัญชง สมาชิกกลุ่มสามารถจะทำที่บ้านของสมาชิกเองได้ ถ้ามีปัญหาขัดข้องในแต่ละกระบวนการ ก็จะไปขอคำแนะนำและปรึกษาคนในกลุ่ม

ปัญหาอีกอย่างหนึ่งที่ทางกลุ่มกำลังประสบอีกคือ เรื่องสีสันของผ้าใยกัญชงยังมีสีสันที่ไม่สดใสเหมือนผ้าที่ทำมาจากใยสังเคราะห์ ทำให้ไม่เป็นที่นิยมสำหรับลูกค้ากลุ่มคนไทยมากนัก นอกจากนั้นในเรื่องของวัตถุดิบที่สำคัญคือ ผ้าใยกัญชงที่ทอแล้ว จะต้องมีการนำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้านของเช่นประเทศลาวและจีน โดยผ่านทางตลาดนัดบ้านฮวก ตำบลทุ่งกล้วย ทุกวันที่ 10 และ 30 ของเดือน เพราะชาวบ้านไม่สามารถปลูกต้นกัญชงเพื่อนำเส้นใยมาทอเองได้ เนื่องจากมีปัญหาคือ ส่วนราชการยังมีการเข้าใจผิดคิดว่าต้นกัญชง เป็นต้นกัญชา เมื่อปลูกจะผิดกฎหมาย จะปลูกในเฉพาะพื้นที่ที่มีการควบคุมการปลูกเท่านั้น เช่น แปลงทดลองปลูกที่เกษตรที่สูงดอยผาหม่น อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย ซึ่งยังไม่เพียงพอกับที่ต้องการ



ภาพ 5 แสดงการสัมภาษณ์นายสุจริต กัลยศิริกุล

นางสาวแก้วตา มั่งเขียว
(นักวิชาการพาณิชย์ 3)

นางสาวแก้วตา มั่งเขียว นักวิชาการพาณิชย์ 3 สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพะเยา ให้ข้อมูลว่า ได้รับทราบการจัดตั้งกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชงบ้านคอดยาวจากผลการคัดสรร OTOP Product Champion ระดับประเทศเมื่อ พ.ศ. 2547 ซึ่งทางพาณิชย์จังหวัด ได้มีการติดต่อประสานงานกับทางกลุ่มให้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าของกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเป็นการส่งเสริมทางด้านการตลาด ส่วนข้อเสียของทางกลุ่มที่ทราบก็คือ มีทุนในการดำเนินการน้อย บางครั้งถ้าเชิญให้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่ทางกลุ่มจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเองในบางส่วน มักจะไม่ได้รับการตอบรับจากทางกลุ่มเพราะอ้างว่าไม่มีงบประมาณ แต่ถ้าเป็นงานแสดงสินค้าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายทางกลุ่มจะให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ส่วนนโยบายที่จะให้ความช่วยเหลือต่อไปก็คือ ปัจจุบันมีงบส่งเสริมศักยภาพการตลาดสินค้า ที่จะช่วยเหลือพัฒนาโดยการฝึกอบรมและส่งเสริมให้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าภายในประเทศ

นางสาวสุชาวดี ควรสมาคม
(เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน 3)

นางสาวสุชาวดี ควรสมาคม เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน 3 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดพะเยา ได้ให้ข้อมูลว่า ได้รู้จักกับทางกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชง บ้านคอดยาว จากข้อมูลของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา และได้รู้จักกับทางกลุ่มจากการที่ทางกลุ่มได้ยื่นคำขอให้รับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ซึ่งทางกลุ่มได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ้าบาติก , ผ้าป่านกัญชง เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2547 ซึ่งจะมีอายุการรับรอง 3 ปี นับแต่วันที่ระบุในใบรับรอง และผู้ได้รับการรับรองจะต้องรักษาคุณภาพตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่กำหนดไว้ตลอดเวลาที่ได้รับการรับรอง โดยที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมจะทำการตรวจติดตามผลอย่างน้อยปีละครั้ง ซึ่งถือได้ว่ามีส่วนให้ความช่วยเหลือสนับสนุนให้ทำผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เป็นหลักประกันและเพิ่มความเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภค

นายนรินทร์ ศรีเจริญพันธ์
(นักพัฒนาสังคม 6ว)

นายนรินทร์ ศรีเจริญพันธ์ นักพัฒนาสังคม 6ว ศูนย์พัฒนาและสงเคราะห์ชาวเขา จังหวัดพะเยาได้ให้ข้อมูลว่า ได้รับทราบการจัดตั้งกลุ่มผู้แปรรูปผ้าใยกัญชงมานานแล้ว เมื่อประมาณ พ.ศ. 2530 ซึ่งได้มีส่วนช่วยเหลือทางกลุ่มในเรื่องของการฝึกอบรมให้ความรู้ในเรื่องของการทำผ้าบาติกและด้านเงินทุนเพื่อสนับสนุนในการจัดหาเครื่องมือ อุปกรณ์ และวัสดุเป็นเงิน 200,000 บาท รวมทั้งมีการซื้อจักรเย็บผ้าให้จำนวน 3 หลัง ในระยะเริ่มต้น สำหรับปัญหาของทางกลุ่มเท่าที่ทราบปัจจุบันจะมีปัญหาทางด้านการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งทางศูนย์สงเคราะห์ชาวเขาก็จะพยายามให้ความช่วยเหลืออยู่ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้วย

นางป้าง แซ่ลี
สมาชิกกลุ่ม (ผู้เพ้นท์สี)

นางป้าง แซ่ลี อายุ 38 ปี อยู่บ้านเลขที่ 46 หมู่ที่ 10 บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ได้ให้ข้อมูลว่า ตนเองได้เข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่มนานแล้ว ประมาณ 10 ปี เดิมก่อนที่จะเข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่ม มีอาชีพทำไร่ทำสวน รายได้ไม่ค่อยพอกับค่าใช้จ่ายในครอบครัว แต่ในปัจจุบันตนเองมีรายได้เพิ่มขึ้น จากการทำผ้าบาติก ประมาณเดือนละ 6,000-8,000 บาท นอกจากจะทำให้กับทางกลุ่มและนำผ้าของทางกลุ่มไปขายที่จังหวัดเชียงใหม่แล้ว ผ้าบาติกอีกส่วนหนึ่งก็เป็นผ้าของตนเองที่ลูกค้าสั่งมาให้ตนเองเป็นผู้ทำ โดยไม่เกี่ยวกับทางกลุ่ม เพราะใช้ทุนของตนเอง ซึ่งมีบุตรชายเป็นผู้ช่วยในการเขียนลายเทียน

ภาพ 6 แสดงการสัมภาษณ์นางป้าง แซ่ลี

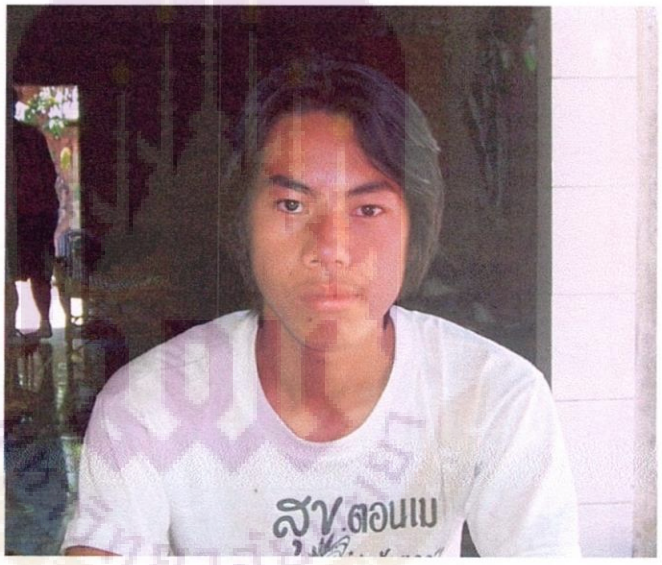
นายสิงห์ทอง ครองวารี
(เหรัญญิกกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม)

นายสิงห์ทอง ครองวารี อายุ 54 บ้านเลขที่ 1 หมู่ 10 บ้านคอดยาว ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ได้ให้ข้อมูลว่า ตนเองได้เข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่มเป็นระยะเวลา 13 ปี โดยรับทำหน้าที่ฟอกผ้าและทุบผ้าเพียงอย่างเดียว เนื่องจากตนเองไม่มีทุนเพียงพอที่จะทำผ้าบาติกได้เองจึงได้ทำงานให้กับทางกลุ่มเพียงอย่างเดียวไม่ได้ทำธุรกิจส่วนตัว ซึ่งคิดว่าพอใจแล้วกับรายได้ที่ได้รับอยู่ ซึ่งจะมีรายได้ประมาณเดือนละ 5,000 – 6,000 บาท

ภาพ 7 แสดงการสัมภาษณ์นายสิงห์ทอง ครองวารี

นายแสวง แซ่ลี
(สมาชิกกลุ่ม)

นายแสวง แซ่ลี อายุ 19 ปี บ้านเลขที่ 46 หมู่ 10 ตำบลทุ่งกล้วย กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ได้ให้ข้อมูลว่า ตนเองพึ่งจะเข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่มได้เพียง 3 ปีแทนสมาชิกกลุ่มที่ได้แยกออกไปทำธุรกิจส่วนตัว เมื่อตนเองจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปีที่ 3 แล้ว ไม่ได้เรียนต่อและไม่คิดที่จะออกไปทำงานตามเมืองใหญ่ ๆ ประกอบกับแม่ซึ่งได้เป็นสมาชิกมาก่อนจึงได้ชักชวนให้มาเป็นสมาชิกกลุ่ม และตนเองก็เห็นว่ามีรายได้ดี ตอนแรกที่เข้ามาตนเองมีหน้าที่ฟอกผ้าและทุบผ้าก่อนเพราะไม่ต้องใช้ความรู้และฝีมือมากเท่าไหร่ ต่อมาจึงได้หัดเขียนลายเทียนกับรุ่นพี่ที่เข้ามาเป็นสมาชิกก่อนและได้ผ่านการฝึกอบรมมาแล้วจนตนเองเกิดความชำนาญ จึงได้หันมาเป็นผู้เขียนลายเทียน เพราะได้ค่าตอบแทนที่ดีกว่า



ภาพ 8 แสดงการสัมภาษณ์นายแสวง แซ่ลี

ร้านป้าบัว

นางสายบัว พินิจพรพรรณ เจ้าของร้าน อายุ 55 ปี ได้ให้ข้อมูลว่า ได้รู้จักผ้าใยกัญชงจากกลุ่มสมาชิกที่นำมาขายบริเวณตรอกเล่าโจว้ จึงได้ติดต่อค้าขายกันตลอดมา โดยติดต่อผ่านทางประธานกลุ่มและบางครั้งก็ซื้อจากสมาชิกกลุ่มที่นำมาขายโดบตรง จำนวนการสั่งซื้อแต่ละครั้งมีตั้งแต่ 300 – 1,000 ม้วน โดยทางกลุ่มจะนำมาส่งให้ ซึ่งสินค้าของบ้านคอดยาวจะเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีถ้าเป็นเกรด A จะมีราคาสูง ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาซื้อจะเป็นชาวต่างชาติมากกว่าคนไทย ชาวต่างชาติส่วนมากจะเป็นชาวญี่ปุ่น ทางร้านจะไม่นำผ้าใยกัญชงมาแปรรูปและยังไม่มีความต้องการที่จะซื้อผ้าใยกัญชงในลักษณะที่แปรรูปเป็นลักษณะอื่น

ภาพ 10 แสดงการสัมภาษณ์นางสายบัว พินิจพรพรรณ (ร้านป้าบัว)

ร้านวิรัชผ้าไทย

นางวิรัช เลิศปริสัญญู เจ้าของร้าน อายุ 59 ปี บ้านเลขที่ 1/2 ถนนข่วงเมรุ ตำบลช้างม่อยอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้ข้อมูลว่า ได้รู้จักผ้าใยกัญชงมานานประมาณ 10 ปีแล้ว ตั้งแต่ก่อนมาอยู่ที่เชียงใหม่ ซึ่งตนเองเคยเป็นครูสอนอยู่ที่อำเภอชียงคำ ได้ไปซื้อของที่ตลาดแล้วพบคนขายผ้ามาจากหมู่บ้านคอดยาว รู้สึกชอบจึงได้ซื้อไปขายต่อที่จังหวัดชลบุรี,กรุงเทพ ,จังหวัดทางภาคกลางและทางภาคใต้ จนกระทั่งได้ลาออกจากราชการมาเปิดร้านอยู่ที่ตรอกเล่าโจ้วในปัจจุบันและเป็นร้านแรกที่นำเอาผ้าใยกัญชงจากบ้านคอดยาวมาจำหน่ายในละแวกนี้ โดยได้ติดต่อซื้อจากนายปัญญา มุ่งจันทร์ ประธานกลุ่ม และบางครั้งก็ซื้อจากชาวบ้านคอดยาวเองก็มี ผ้าใยกัญชงที่ซื้อมาส่วนมากจะนำมาแปรรูปเป็นเสื้อ กระโปรง กระเป๋า ซึ่งลูกค้าที่มาซื้อมีหลายกลุ่ม ส่วนมากจะเป็นชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะเป็นชาวญี่ปุ่น ส่วนลูกค้าที่เป็นคนไทยมีจำนวนน้อย สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าใยกัญชงจากทางกลุ่มที่เป็นรูปแบบอื่นยังไม่มีความต้องการเพราะส่วนมากทางร้านจะนำมาแปรรูปอยู่แล้ว

ภาพ 11 แสดงการสัมภาษณ์นางวิรัช เลิศปริสัญญู (ร้านวิรัชผ้าไทย)

ร้านเอื้องคำ

นายวัชรพล จิตตาวงค์ เจ้าของร้าน อายุ 41 ปี ได้ให้ข้อมูลว่า ได้รู้จักผ้าใยกัญชงจากกลุ่มผู้แปรรูปที่นำมาขายในตรอกเล่าโจ้ว จึงได้ติดต่อซื้อขายโดยผ่านทางสมาชิกและประธานกลุ่ม การสั่งซื้อแต่ละครั้งเฉลี่ยประมาณเดือนละ 200 ม้วน ซึ่งคุณภาพของสินค้าจะมีหลายเกรดและหลายราคา โดยรวมแล้วจะมีคุณภาพดี แต่บางครั้งถ้ามีการสั่งซื้อสินค้าชนิดเดียวกันในแต่ละครั้งมักจะไม่ได้สีสันของผ้าตามที่สั่ง สำหรับลูกค้าจะมีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยลูกค้าที่เป็นคนไทยจะอยู่ที่กรุงเทพฯ ซึ่งมีส่วนน้อย ส่วนลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นชาวยุโรป ผ้าที่สั่งมาจะนำมาแปรรูปเป็นหมวกและกระเป๋า สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าใยกัญชงของทางกลุ่มที่แปรรูปเป็นแบบอื่น ทางร้านยังไม่มีความต้องการเพราะทางร้านได้ทำการแปรรูปเป็นสินค้าเองอยู่แล้ว

ภาพ 12 แสดงการสัมภาษณ์นายวัชรพล จิตตาวงค์ (ร้านเอื้องคำ)

ภาคผนวก ค
แสดงภาพประกอบการศึกษา

ภาพประกอบการศึกษา

ภาพ 1 แสดงต้นกัญชง

ภาพ 2 แสดงใบต้นกัญชง

ภาพ 3 แสดงเปลือกต้นที่ใช้เป็นเส้นใย

ภาพ 4 แสดงเครื่องทอผ้าใยกัญชง

ภาพ 5 แสดงการฟอกผ้าใยกัญชง

ภาพ 6 แสดงการเขียนเทียน

ภาพ 7 แสดงการลงสี (เพ้นสี) ผ้าใยกัญชง

ภาพ 8 แสดงสมาชิกที่กลุ่มตรอกเล้าโจ้ว

ภาคผนวก ง
แสดงเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

เกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย
(OTOP Product Champion)
ปี พ.ศ. 2547

1. บทนำ

ในปี 2546 คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ.นตผ) โดย ฯพณฯ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง (นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์) ประธานคณะกรรมการฯ ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการดำเนินการโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเรื่องสินค้า OTOP product Champion โดยจะคัดสรรจากสินค้าสุดยอดของจังหวัด ภาค และประเทศ รวมทั้ง มีการเชื่อมโยงมาตรฐานสินค้าจากระดับจากระดับภูมิภาคสู่สากล (Local Links-Global Reaches)

กรอบในการคัดสรรสิค้าสุดยอดของจังหวัด กลุ่มจังหวัด และประเทศ คือ

1. สามารถส่งออกได้ (Exportable) โดยมีความแกร่งของตราสินค้า (Brand Equity)
2. ผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม Continuous & Consistent)
3. ความมาตรฐาน (Standardization) โดยมีคุณภาพ (Quality) และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Satisfaction)
4. มีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Story of Product)

ในปี พ.ศ.2547 คณะอนุกรรมการการบริหาร หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ได้กำหนดแนวทางกาคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย พ.ศ.2547 โดยกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ OTOP ที่จะเข้าคัดสรรฯ จะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่เชื่อมโยงกับชุมชน และเปิดโอกาสให้ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ ที่ส่งผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรรฯ ในปี พ.ศ.2547 ด้วย โดยในช่วงระยะเวลาก่อนที่จะดำเนินการคัดสรรฯ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะได้รับการส่งเสริมให้มีการพัฒนาคุณภาพ เพื่อให้มีมาตรฐานขั้นต่ำ (Minimum Standard) ก่อนเข้ารับการคัดสรร

ประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรร (Product Classification) แบ่งออกเป็น 6 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. ประเภทอาหาร หมายถึง ผลิตผลทางการเกษตรที่บริโภคสด เช่น พืชผัก ผลไม้ เป็นต้น และผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ทั้งอาหารแปรรูปที่ใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น น้ำพริก เป็นต้น

2. ประเภทเครื่องดื่ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น สุราแช่ สุรากลั่น เป็นต้น และไม่มีแอลกอฮอล์ รวมถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่พร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทชง

ละลาย ขิงผงสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์ประเภทชง เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร ชาใบหม่อน ชาจีน เป็นต้น

3. ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติ หรือเส้นใยธรรมชาติผสมเส้นใยสังเคราะห์ เช่น ผ้าแพรวา ผ้าถักโครเชท์ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าเครื่องประดับตกแต่งร่างกายจากวัสดุทุกประเภท เช่น ผ้าพันคอ หมวก กระเป๋า เข็มขัด สร้อยคอ ต่างหู รองเท้า เป็นต้น

4. ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องเขียน เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องตกแต่งบ้าน เครื่องใช้สอยต่างๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจักสาน,ถักสาน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้สอย เช่นโต๊ะ เก้าอี้ ดอกไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น

5. ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก หมายถึง สิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น

6. ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลผลิตจากธรรมชาติที่ไม่ใช่การบริโภค เช่น เครื่องสำอางสมุนไพร สบู่สมุนไพร แชมพูสมุนไพร น้ำหอมระเหย เป็นต้น

ในกรณีที่มีปัญหา ไม่สามารถจัดอยู่ในประเภทใด ให้คำนึงถึงวัตถุประสงค์ หรือ ประโยชน์ในการใช้สอยเป็นหลัก

วัตถุประสงค์ การจัดทำคู่มือหลักเกณฑ์การคัดสรรมสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion) เพื่อใช้เป็นแนวทางเพื่อการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ในระดับอำเภอ/กิ่งอำเภอ/เขต กทม.จังหวัด/กทม.,กลุ่มจังหวัด ,ประเทศ โดยเกณฑ์การคัดสรรพิจารณาถึงความสามารถในการผลิต (Supply Side) การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ควบคู่ไปกับความต้องการของตลาด (Demand Side) คู่มือเล่มนี้เป็นการผสมผสานระหว่าง Supply Side และ Demand Side ซึ่งจะใช้เป็นคู่มือสำหรับคณะอนุกรรมการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในระดับอำเภอ/กิ่งอำเภอ/เขต กทม.,จังหวัด/กทม., กลุ่มจังหวัด, ประเทศ ในการพิจารณาคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ต่อไป

หลักเกณฑ์การคัดสรร OTOP Product Champion ที่จะกล่าวต่อไปนี้ใช้ในการคัดเลือกสินค้า “ผู้ผลิต” ซึ่งได้แก่

1) กลุ่มผู้ผลิตชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่รวมกลุ่มกันทั้งที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการและไม่มีการจดทะเบียน ได้แก่ กลุ่ม ชมรม สามาคม สหกรณ์ มูลนิธิ โดยที่สมาชิกในกลุ่มมีการร่วมกับผลิต บริหารจัดการ และรับผลประโยชน์

2) กลุ่มผู้ผลิตวิสาหกิจขนากลางและขนาดย่อม ได้แก่ วิสาหกิจที่มีจำนวนการจ้างงาน มูลค่าสินทรัพย์ถาวร หรือทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว ตามจำนวนที่กำหนดในกฎกระทรวง

ซึ่งสินค้าของผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ ตามข้อ 1) และ 2) จะต้องมีคุณสมบัติผ่านเกณฑ์การพิจารณาที่กำหนดไว้

กรอบแนวคิดหลักเกณฑ์คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion) ปี พ.ศ.2547 โดยการสร้างหลักเกณฑ์ทั่วไป (General Criteria) ที่สามารถใช้พิจารณาได้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ และหลักเกณฑ์เฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria) การพัฒนาเกณฑ์ได้จัดการประชุมร่วมกันของทุกกลุ่มงานที่เกี่ยวข้อง มีการถกแถลง และการมีส่วนร่วมในการหาข้อมูล รายละเอียดในการจัดเกณฑ์ครั้งนี้ ซึ่งเป็นการทำงานในเชิงบูรณาการความคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

การจัดระดับสินค้า (Product Level)

การคัดสรร OTOP product Champion ประกอบด้วย ปัจจัยต่างๆ ทั้งในดานหลักเกณฑ์ทั่วไป (Genera Criteria) และหลักเกณฑ์เฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria)

โดยในปี พ.ศ.2547 กอ.นตผ. มีนโยบายจะเน้น "คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์" โดยผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าคัดสรร ต้องได้รับการรับรองมาตรฐานที่กำหนด เป็นสำคัญ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ต้องผ่านมาตรฐาน หรืออยู่ในการะบวนการพัฒนาเพื่อให้ได้มาตรฐาน

ดังนั้น จึงได้กำหนดหลักเกณฑ์ทั่วไป (General Criteria) และหลักเกณฑ์เฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria) ใหม่ โดยกำหนดคะแนนรวมไว้ 100 คะแนน ได้แก่ ด้านหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านการผลิต และความเข้มแข็งของชุมชน 40 คะแนน ด้านตัวผลิตภัณฑ์ 30 คะแนน และด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ 30 คะแนน ซึ่งจะนำมากำหนดระดับสินค้า (Product Level) ออกเป็น 5 ระดับ ตามค่าคะแนน ดังนี้

1. ระดับ 5 ☆☆☆☆☆ ได้คะแนนตั้งแต่ 90 คะแนนขึ้นไป

เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน หรือมีศักยภาพในการส่งออก

2. ระดับ 4 ☆☆☆☆ ได้คะแนนระหว่าง 80-89 คะแนน

เป็นสินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากลได้

3. ระดับ 3 ☆☆☆ ได้คะแนนระหว่าง 70-79 คะแนน

เป็นสินค้าระดับกลาง ที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้

4. ระดับ 2 ☆☆ ได้คะแนนระหว่าง 50 – 59 คะแนน

เป็นสินค้าที่ ที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

5. ระดับ 5 ☆ ได้คะแนนต่ำกว่า 50 คะแนน

เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 2 ดาวได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมาก และยากต่อการพัฒนา

ส่วนที่ 2

- คำอธิบายเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ.2547

- เกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไทย

  - ประเภทอาหาร
  - ประเภทเครื่องดื่ม
  - ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย
  - ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง
  - ประเภทศิลปะประดิษฐ์ และของที่ระลึก
  - ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

คำอธิบายหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

(OTOP Product Champion)

****

องค์ประกอบ เกณฑ์การคัดสรร ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

ส่วน ก. ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1) ชื่อกลุ่ม จำนวนสมาชิก ประเภทผลิตภัณฑ์ ชื่อหัวหน้ากลุ่ม สถานที่ตั้ง และการติดต่อกลุ่ม

2) สถานะของกลุ่ม

ส่วน ข. หลักเกณฑ์การพิจารราด้านพิจาณาและความเข้มแข็งของชุมชน 3 ด้าน ประกอบด้วย

1) ด้านการผลิต ประกอบด้วยปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้

1.1 แหล่งที่มาของวัตถุดิบ หมายถึง ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากพื้นที่ในจังหวัดนั้น ต่อปริมาณวัตถุดิบทั้งหมดที่ใช้ในการผลิต

1.2 การขยายแรงงาน หมายถึง จำนวนแรงงาน หรือเครื่องจักร อุปกรณ์ หรือผลผลิตที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี

1.3 การรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต หมายถึง กระบวนการผลิตสินค้ามีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพียงใด และมีระบบในการแก้ไขผลกระทบของสิ่งแวดล้อมหรือไม่

1.4 ศักยภาพการผลิตจำนวนมากเพื่อจำหน่าย หมายถึง เมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากและหลายครั้ง สามารถผลิตสินค้าได้คุณภาพเหมือนเดิมหรือไม่เพียงใด

2) ด้านการตลาด ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

2.1 แหล่งจำหน่ายจำหน่วยหลักของสินค้า หมายถึง แหล่งจำนวนที่นำสินค้าไปขาย

2.2 รายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้าเทียบกับปีที่ผ่านมา หมายถึง ปริมาณรายได้จากการจำหน่ายสินค้ารอบ 12 เดือนที่แล้ว

2.3 ความต่อเนื่องของตลาด หมายถึง การมีลูกค้าเก่าหรือลูกค้าเก่าหรือลูกค้าใหม่อย่างเดียวหรือทั้งสองอย่างและการสั่งซื้อ เป็นอย่างไร

2.4 ช่องทางการจำหน่าย หมายถึง วิธีการที่ผู้ผลิตจำหน่ายสินค้า เช่น จำหน่ายเอง ผ่านคนกลาง ทั้งในและต่างประเทศ

3) ด้านความเข้มแข็งของชุมชน ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

3.1 ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม หมายถึง จำนวนปี นับจาการที่กลุ่มเริ่มทำธุรกิจหรือเริ่มผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย ไม่นับรวมการผลิตเพื่อใช้เองหรือเมื่อเริ่มรวมกลุ่มแต่ยังไม่มีการผลิต

3.2 ที่มาของแหล่งทุน หมายถึง ที่มาของเงินทุนดำเนินงานได้มาจากการระดมหุ้นจากสมาชิก หรือการกู้ยืม จากแหล่งต่าง ๆ

3.3 การบริหารจัดการองค์กร/กลุ่ม หมายถึง กรบริหารจัดการ กลุ่มที่มีระเบียบโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน มีกฎระเบียบปฏิบัติของกลุ่มชัดเจน ทั้งที่กำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรหรือข้อตกลงร่วมกัน รวมทั้งกลุ่มที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ และรวมตัวกันเองโดยธรรมชาติ

3.4 ระบบการบันทึกบัญชี หมายถึง การบันทึกบัญชีเมื่อรายรับ-รายจ่ายของกลุ่มเกิดขึ้น

ส่วน ค. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านตัวผลิตภัณฑ์ 2 ด้าน ประกอบด้วย

1) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1.1 ที่มาของรูปแบบ สีสัน ขนาด ส่วนประกอบ ของผลิตภัณฑ์ หมายถึงลักษณะและที่มาของรูปแบบ และสีสันของผลิตภัณฑ์ได้มาโดยวิธีการใด

1.2 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในรอบ 1 ปี หมายถึง รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ได้มีการพัฒนามาอย่างไร จากใคร

1.3 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบบรรจุภัณฑ์

1.4 รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์

2) ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ ประอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

2.1 เรื่องรวมของตัวผลิตภัณฑ์ 9Story of Product) หมายถึง ประวัติความเป็นมาของตัวผลิตภัณฑ์ เช่น วัตถุดิบ วิธีการผลิต หรือภูมิปัญญาที่ใช้ในการผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

2.2 ภูมิปัญญาท้องถิ่น/เอกลักษณ์ของท้องถิ่น หมายถึง มีการนำความรู้ทักษะ ความสามารถในการผลิตที่สืบสานมาจากบรรพบุรุษในท้องถิ่นนั้น ๆ มาใช้ในการผลิตมากน้อยเพียงใด

ส่วน ง. หลักเกณฑ์กรพิจารณาด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์

"ประเภทอาหาร"

1. กรณีอาหารบริโภคสด
2. กรณีอาหารแปรรูป

"ประเภทเครื่องดื่ม"

1. เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
2. เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์

"ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย"

1. กรณีผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานรองรับ
2. กรณีผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐานรองรับ

"ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง"

1. กรณีผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานรองรับ
2. กรณีผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐานรองรับ

"ประเภทศิลปะประดิษฐ์ และของที่ระลึก"

1. กรณีผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานรองรับ
2. กรณีผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐานรองรับ

"ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร"

1. กรณีผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานรองรับ
2. กรณีผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐานรองรับ

เกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

(OTOP Product Champion)

ปี พ.ศ. 2547

ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย

<u>คำชี้แจง</u>

1. เกณฑ์การคัดสรร ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

<u>ส่วน ก</u> ข้อมูลทั่วไป 2 ข้อ (ไม่มีคะแนน)

<u>ส่วน ข</u> หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านการผลิต และความเข้มแข็งของชุมชน (12 ข้อ 40 คะแนน)

1. ด้านการผลิต 4 ข้อ	(16 คะแนน)
2. ด้านการตลาด 4 ข้อ	(16 คะแนน)
3. ด้านความเข้มแข็งของชุมชน 4 ข้อ	(16 คะแนน)

<u>ส่วน ค</u> หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านตัวผลิตภัณฑ์ (6 ข้อ 30 คะแนน)

1. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4 ข้อ	(20 คะแนน)
2. ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ 2 ข้อ	(10 คะแนน)

<u>ส่วน ง</u> หลักเกณฑ์กรพิจารณาด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (1 ข้อ 30 คะแนน)

1. กรณีผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานรองรับ 1 ข้อ	(30 คะแนน)
2. กรณีผลิตภัณฑ์ยังไม่มีมาตรฐานรองรับ 1 ข้อ	(30 คะแนน)
รวม	(100 คะแนน)

2. ให้ขีดเครื่องหมายถูก ( ) ในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับข้อเท็จจริง

ส่วน ก ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อกลุ่ม ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ.....เลขที่ลงทะเบียนกลุ่ม.....

จำนวนสมาชิกกลุ่ม.....คน ชื่อผลิตภัณฑ์.....

ชื่อหัวหน้า/ผู้แทนกลุ่ม.....

ที่อยู่.....ตำบล.....อำเภอ.....

จังหวัด.....โทรศัพท์.....

2. สถานะของกลุ่ม

❑ กลุ่มผู้ผลิตชุมชน ❑ SMEs

ส่วน ขหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านการผลิตและความเข้มแข็งของชุมชน 3 ประเด็น

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต (16 คะแนน)

1.1 แหล่งที่มาของวัตถุดิบ (5 คะแนน)

❑ ใช้วัตถุดิบภายในประเทศน้อยกว่าน้อยละ 80 1 คะแนน

❑ ใช้วัตถุดิบภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป 3 คะแนน

❑ ใช้วัตถุดิบในประเทศทั้งหมด 5 คะแนน

1.2 การขยายแรงงาน (3 คะแนน)

❑ ไม่มีการขยายแรงงาน 1 คะแนน

❑ มีการขยายแรงงานน้อยกว่า 20% 2 คะแนน

❑ มีการขยายแรงานมากว่า 20% ขึ้นไป 3 คะแนน

1.3 การรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต (5 คะแนน)

❑ ไม่มีการคำนึงถึงผลกระทบสิ่งแวดล้อม 1 คะแนน

❑ ผลผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่มีการดำเนินการแก้ไข 3 คะแนน

❑ การผลิตไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 5 คะแนน

1.4 ศักยภาพการผลิตจำนวนมากเพื่อจำหน่าย (3 คะแนน)

❑ ไม่สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพเดิม 1 คะแนน

❑ สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงของเดิม 2 คะแนน

❑ สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพเดิม 3 คะแนน

<u>ประเด็นที่ 2 ด้านการตลาด</u> 12 คะแนน

2.1 แหล่งจำหน่ายหลักของสินค้า (3 คะแนน)

❑ ตลาดภายในจังหวัด 1 คะแนน

❑ ตลาดระหว่างจังหวัด 2 คะแนน

❑ ตลาดต่างประเทศ 3 คะแนน

2.2 รายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมา (3 คะแนน)

❑ เพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 25 1 คะแนน

❑ เพิ่มร้อยละ 25-30 2 คะแนน

❑ เพิ่มขึ้นร้อยละ 51 ขึ้นไป 3 คะแนน

2.3 ความต่อเนื่องของตลาด (3 คะแนน)

❑ มีเฉพาะลูกค้าใหม่ 1 คะแนน

❑ มีลูกค้าเก่าแต่ไม่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ 2 คะแนน

❑ มีลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ 3 คะแนน

2.4 ช่องทางการจัดจำหน่าย (3 คะแนน)

❑ จำหน่ายเองในประเทศ 1 คะแนน

❑ จำหน่ายผ่านตัวแทนการค้าทั้งในและต่างประเทศ 2 คะแนน

❑ จำหน่ายเองทั้งในและต่างประเทศ 3 คะแนน

<u>ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน</u> (12 คะแนน)

3.1 ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม (ตั้งแต่เริ่มทำธุรกิจ) (3 คะแนน)

❑ น้อยกว่า 3 ปี 1 คะแนน

❑ 3-5 ปี 2 คะแนน

❑ 5 ปีขึ้นไป 3 คะแนน

3.2 ที่มาของแหล่งเงินทุนหลัก (3 คะแนน)

❑ จากการกู้ยืมมากกว่าหุ้นสมาชิก 1 คะแนน

❑ จากหุ้นสมาชิกมากกว่ากู้ยืม 2 คะแนน

❑ ระดมหุ้นจากสมาชิกอย่างเดียว 3 คะแนน

3.3 การบริหารจัดการองค์กร/กลุ่ม (3 คะแนน)

❑ ไม่มีการรวมกลุ่ม ต่างคนต่างผลิต 1 คะแนน

❑ มีผู้นำกลุ่มแต่ไม่มีการกำหนดระเบียบปฏิบัติของกลุ่ม 2 คะแนน

❑ มีผู้นำกลุ่ม มีระเบียบปฏิบัติและโครงสร้างการบริหารกลุ่ม 3 คะแนน

9.4 ระบบการบันทึกบัญชี (3 คะแนน)

❑ ไม่มีการบันทึกบัญชี หรือบันทึกเมื่อนึกได้ 1 คะแนน

❑ มีการบันทึกบัญชีอย่างง่าย ๆ ไม่เป็นระบบ 2 คะแนน

❑ มีการบันทึกบัญชีตามระบบบัญชี 3 คะแนน

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านตัวผลิตภัณฑ์ 2 ประเด็น

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิตภัณฑ์ (20 คะแนน)

1.1 ที่มาของรูปแบบ สีสัน ขนาด ส่วนประกอบ ของผลิตภัณฑ์ (5 คะแนน)

- ❑ เป็นการออกแบบและสร้างสรรค์ใหม่ทั้งหมด 1 คะแนน
- ❑ เป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิม 3 คะแนน
- ❑ เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการพัฒนาสร้างสรรค์ 5 คะแนน

1.2 การพัฒนารูปแบบ สีสัน ของผลิตภัณฑ์ (5 คะแนน)

- ❑ ไม่มีการพัฒนาต่อเนื่อง 1 คะแนน
- ❑ มีการพัฒนาต่อเนื่องโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอื่น 3 คะแนน
- ❑ มีการพัฒนาต่อเนื่องด้วยตนเองโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น 5 คะแนน

1.3 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในรอบ 1 ปี (5 คะแนน)

- ❑ พัฒนาจากผู้ผลิตอื่นเล็กน้อย 1 คะแนน
- ❑ พัฒนาจากแนวคิดของกลุ่ม 3 คะแนน
- ❑ พัฒนาตามข้อแนะนำของลูกค้า 5 คะแนน

1.4 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (5 คะแนน)

- ❑ เป็นแบบดั้งเดิม 1 คะแนน
- ❑ มีการพัฒนาไม่สม่ำเสมอ 3 คะแนน
- ❑ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ 5 คะแนน

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ (10 คะแนน)

2.1 เรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ (5 คะแนน)

- ❑ ไม่มีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ 1 คะแนน
- ❑ มีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ 3 คะแนน
- ❑ มีเรื่องราวพร้อมทั้งวิธีการนำเสนอ เช่น มีเอกสาร หรือคำอธิบายประกอบตัวผลิตภัณฑ์ 5 คะแนน

2.2 ภูมิปัญญาท้องถิ่น/เอกลักษณ์ของท้องถิ่น (5 คะแนน)

- ❑ นำมาจากที่อื่นไม่ได้พัฒนาเพิ่มเติม 1 คะแนน
- ❑ นำมาจากที่อื่นและพัฒนาเพิ่มเติม 3 คะแนน
- ❑ เป็นของท้องถิ่น และพัฒนาเพิ่มขึ้น 5 คะแนน

<u>ส่วน</u> ง หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (30 คะแนน)

"กรณีผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานรองรับ" (30 คะแนน)

- ❑ ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน (มผช) 10 คะแนน
- ❑ แข็งแรง ทนทาน เหมาะสมกับการใช้งาน 5 คะแนน
- ❑ สวยงาม ประณีต ทันสมัย 5 คะแนน
- ❑ ปลอดภัยต่อผู้ใช้ 5 คะแนน
- ❑ ดูแลรักษาง่าย /ไม่หดตัว / สีไม่ตก 5 คะแนน

"กรณีผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐานรองรับ" (30 คะแนน)

- ❑ ได้รับรางวัลระดับประเทศ 10 คะแนน
- ❑ แข็งแรง ทนทาน เหมาะสมกับการใช้งาน 5 คะแนน
- ❑ สวยงาม ประณีต ทันสมัย 5 คะแนน
- ❑ ปลอดภัยต่อผู้ใช้ 5 คะแนน
- ❑ ดูแลรักษาง่าย /ไม่หดตัว / สีไม่ตก 5 คะแนน

ประวัติผู้ทำวิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - ชื่อสกุล : นางสาวชไมพร อุดมนพวิทยา

เกิดเมื่อ : 17 ตุลาคม 2520

สถานที่เกิด : ตำบลเด่นชัย อำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่

สถานที่อยู่ปัจจุบัน : 292 หมู่ที่ 15 ตำบลหย่วน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา 56110

ตำแหน่งหน้าที่ : เจ้าพนักงานการเงินและบัญชี

สถานที่ทำงาน : องค์การบริหารส่วนตำบลศรีดอนไชย อำเภอเทิง
: จังหวัดเชียงราย 57230

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2535 : ม.3 จากโรงเรียนเชียงคำวิทยาคม อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

พ.ศ. 2538 : ม.6 จากโรงเรียนเชียงคำวิทยาคม อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

พ.ศ. 2542 : บธ.บ.(การเงินและการธนาคาร) จากมหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่

พ.ศ. 2549 : บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) จากมหาวิทยาลัยนเรศวร

ชื่อ - ชื่อสกุล : นางสาวภัคจิรา ใจจันทร์
เกิดเมื่อ : 20 ตุลาคม 2520
สถานที่เกิด : ตำบลเชียงแรง กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน : 23 หมู่1 ตำบลเชียงแรง กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา
ตำแหน่งหน้าที่ : ครูอัตราจ้าง
สถานที่ทำงาน : วิทยาลัยการอาชีพชุมแพ อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2535 : ม.3 จากโรงเรียนเชียงคำวิทยาคม อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา
พ.ศ 2538 : ม.6 จากโรงเรียนเชียงคำวิทยาคม อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา
พ.ศ.2540 : ปวส.(การบัญชี) จากวิทยาลัยอาชีวศึกษาเชียงราย
พ.ศ.2545 : ศศ.บ.(การบัญชี) จากมหาวิยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
พ.ศ. 2549 : บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) จากมหาวิทยาลัยนเรศวร

ชื่อ - ชื่อสกุล	: นายอุดร กุสาวดี
เกิดเมื่อ	: 26 กรกฎาคม 2514
สถานที่เกิด	: ตำบลออย อำเภอปง จังหวัดพะเยา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	: 199 ม.1 ต.ออย
ตำแหน่งหน้าที่	: เจ้าหน้าที่ที่ดิน
สถานที่ทำงาน	: สำนักงานที่ดินจังหวัดพะเยา สาขาอำเภอปง

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2529	: ม.3 จากโรงเรียนปงพัฒนาวิทยาคม อำเภอปง จังหวัดพะเยา
พ.ศ. 2532	: ปวช.(การบัญชี) จากวิทยาลัยเทคนิคพะเยา
พ.ศ. 2534	: ปวส.(การบัญชี) จากวิทยาลัยเทคนิคพะเยา
พ.ศ. 2542	: ศศ.บ.(การจัดการทั่วไป แขนงบัญชี) จากสถาบันราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย
พ.ศ. 2549	: บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) จากมหาวิทยาลัยนเรศวร