

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวโน้มและแนวทางการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาสาของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อ 1) ศึกษาบริบทของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาสา ในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ 2) ศึกษาสภาพและปัญหาด้านการตลาดของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาสา ในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ 3) ศึกษาแนวโน้มความเจริญเติบโตด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาสาในระดับท้องถิ่น 4) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาสาของผู้ประกอบการให้สอดคล้องกับแนวโน้มความเจริญเติบโตด้านการตลาด สาเหตุสำคัญที่เลือกพื้นที่นี้ เนื่องจากต้องการศึกษาสภาพการณ์ของผู้ประกอบการผลิตหัตถกรรมกระดาสาที่เกิดจากการส่งเสริมของภาครัฐ เมื่อผ่านพ้นช่วงการส่งเสริมของภาครัฐไปแล้ว

การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ และการวิจัยแบบมีส่วนร่วมโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดเอง (Purposive sampling) จากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาสา ในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ การเก็บข้อมูลทำโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกประกอบการสังเกต การวิเคราะห์ใช้การพรรณนาวิเคราะห์จากข้อมูลทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

บริบทของกลุ่มผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่มีอาชีพหลักคือการทำเกษตร รับจ้างและค้าขาย ส่วนอาชีพเสริมได้แก่ กลุ่มอาชีพหัตถกรรมและแปรรูปสินค้า โดยในระยะแรกของการประกอบอาชีพดังกล่าวเนื่องจากภาครัฐและเอกชนเข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนให้ดำเนินการ ทำให้ปรากฏรูปแบบของผู้ประกอบการทั้งที่เป็นรายเดี่ยวและการรวมกลุ่มจัดตั้งในลักษณะกลุ่มแม่บ้าน เพื่อจะได้รับประโยชน์จากการสนับสนุนการดำเนินงานจากภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรม

การวิจัยเป็นแบบการมีส่วนร่วมระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาสากับนักวิจัยและองค์กรในท้องถิ่น การประเมินบริหารจัดการด้านการตลาดโดยใช้ทฤษฎี SWOT Analysis พบว่าผู้ประกอบการมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบรายเดี่ยวและรวมกันจัดตั้งในรูปแบบกลุ่มแม่บ้านทั้งในลักษณะของกลุ่มแม่และกลุ่มเทียม การสำรวจสถานะภาพปัจจุบันในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจด้านสินค้าหัตถกรรมกระดาสาพบว่าผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมกระดาสาในพื้นที่ทำการวิจัยที่ร่วมบุกเบิกธุรกิจนี้ทั้งรายเดี่ยวและกลุ่มแม่บ้านได้เลิกกิจการแล้วกว่าร้อยละ 50 ส่วนผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมกระดาสาที่ยังคงดำเนินธุรกิจอยู่ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นผู้รับจ้างผลิต จึงเห็นได้ว่าผู้ประกอบการไม่สามารถรักษาสถานภาพของการเป็นผู้ผลิตเพื่อจัดจำหน่ายได้หลังจากขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ ปัญหาที่

ผู้ประกอบการประสบมากที่สุดในปัจจุบันคือปัญหาด้านต้นทุนการผลิต แหล่งเงินสนับสนุน
 รองลงมาคือปัญหาด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านแรงงาน จากการศึกษาแนวโน้ม
 ความเจริญเติบโตด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษสาใช้การเทียบเคียงกับ
 แนวความคิดทฤษฎีของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle theory: PLC) พบว่าปัจจุบัน
 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษสา ในเขตอำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัดสุรินทร์ ได้ผ่านขึ้นเจริญเติบโตเต็มที่
 และมีลักษณะการเติบโตในอัตราที่ลดลง เริ่มเข้าสู่ระยะถดถอย

แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษสา
 ในส่วนของผู้ประกอบการควรมีการเพิ่มความรู้ด้านการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้าง
 มูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ควรเพิ่มเติมความรู้ด้านการตลาดและการพัฒนากลยุทธ์การตลาด
 หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานส่วนท้องถิ่นควรเข้ามาช่วยทำการส่งเสริมและสนับสนุนการหา
 ตลาดให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษสาอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ผู้ประกอบการควร
 พัฒนาสู่การสร้างเครือข่ายทางด้านธุรกิจทั้งเครือข่ายผลิตภัณฑ์ลักษณะเดียวกันและเครือข่าย
 ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะส่งเสริมกันหรือใช้ประกอบกัน (Complementary products) เพื่อการ
 เจริญเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

ABSTRACT

The study of trends and guideline for developing mulberry paper marketing of entrepreneurs, Saraphee District, Chiang Mai Province aims to; 1) study the context of Chiang Mai mulberry paper entrepreneurs, Saraphee District; 2) study problems of Chiang Mai mulberry paper entrepreneurs' marketing; 3) study trend of marketing growth of local mulberry paper; 4) study guidelines for developing mulberry paper entrepreneurs to be consistent with marketing growth. The main reason to select this area is to study the capability of the promoted entrepreneurs after the government support period has been expired.

Survey research and purposive sampling including participatory research with entrepreneurs to make the guidelines for developing market were conducted. Descriptive analysis was used to analyze the qualitative and quantitative data. The findings of the study are presented below.

The principle occupation of these entrepreneurs is agriculture, hireling, and grocer. Their paregon are handicraft and processing products. A lot of support and promotion were from the government and private sectors to these people at the begining. As a result, set of the individual and group of entrepreneurs appeared to conform to the supporting condition.

SWOT analysis was used in the marketing management consideration. The study has found that the patterns of entrepreneurs are both individual and group of housewives. At present, some mulberry paper entrepreneurs are still runing on their business as sub-producer. However, it is about fifty percent of the pioneer has closed down. Thus, it has shown that the enterpreneurs can not keep their market position as the producer without support. The existing entrepreneurs are confronted the primary problem of production cost and financial aid. The secondary problems are selling price, market channels and labors. Comparing the marketing growth of mulberry paper with product life cycle theory, mulberry paper at Saraphee District has risen to the maturity cycle and it is moving to the decline stage.

The guideline of developing the marketing for the of mulberry paper handicraft is that they should improve the product designs to incentive its value added, improve the knowledge of maketing and develop the market strategy. The government and the local government should continuously give them support and promotion to increase their marketing oppotunity. Entrepreneurs should create the business network both in the similarly product and complementary product type.

