

หัวข้อแผนงานวิจัย	การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชนในผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กรณีศึกษา : กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือบ้านดอนหลวง ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน
ชื่อหัวหน้าโครงการวิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์มานพ ชุ่มอ่อน
ทีมนักวิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมบัติ สิงฆราช ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิไล เลิศพงศ์พิรุฬห์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริจันทร์ เชื้อสุวรรณ
คณะวิชา	คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ปีงบประมาณ	2553

บทคัดย่อ

แผนงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจชุมชนอย่างบูรณาการในผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือบ้านดอนหลวงตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน ทางด้านการผลิต การตลาด เงินทุน การดำเนินงาน และการบริหารจัดการกลุ่ม โดยผสมผสานกับแนวความคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภูมิปัญญาของท้องถิ่น และการพึ่งพาทรัพยากรภายในชุมชน และเพื่อศึกษาสภาพและศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือบ้านดอนหลวงฯ

การวิจัยจะประยุกต์ใช้ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน การเปิดเวทีชาวบ้านเพื่อระดมสมอง การสัมภาษณ์ผู้รู้ในชุมชน การสนทนากลุ่มย่อย การสังเกต การสัมภาษณ์แบบกึ่ง โครงสร้างกับสมาชิกและแกนนำกลุ่ม การใช้แบบสอบถามและแบบวิเคราะห์เอกสารเพื่อรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานของกลุ่ม การจัดโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ และการศึกษาดูงาน ทั้งนี้เพื่อหาแนวทางพัฒนาธุรกิจชุมชนให้เหมาะสมกับขีดความสามารถในการดำเนินงานของกลุ่ม ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ จะใช้ค่าร้อยละ ค่าความถี่ และค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัยการพัฒนากระบวนการจัดการทางการตลาดที่เหมาะสมของกลุ่ม พบว่า กลุ่มควรขยายตลาดไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ซื้อผ้าฝ้ายทอมือไปเป็นของฝากของที่ระลึก กลุ่มโรงเรียน และสถานศึกษาที่ใช้ผลิตภัณฑ์สำหรับทำกิจกรรม กลุ่ม โรงแรมและร้านอาหารที่นำไปตกแต่งภายใน และกลุ่มตลาดต่างประเทศ โดยจำหน่ายผ่านทางเว็บไซต์ ด้านตำแหน่งผลิตภัณฑ์ควรกำหนดไปที่ ความเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ 100 % ทอดด้วยก๊อบโบราณ สามารถสัมผัสได้ถึงคุณค่าเวลาใช้งาน ด้านผลิตภัณฑ์ ควรพัฒนารูปแบบให้ทันสมัย ตรงกับความต้องการของลูกค้า ชื่อตราสินค้าที่ร่วมกันพัฒนาขึ้นมา คือ ผ้าฝ้ายดอนหลวง (Donluang Cotton) โดยมีโลโก้และเครื่องหมายการค้าเป็นรูปผู้หญิง

สาวชาวยอง กำลังนั่งกรอเส้นด้าย มีฉากหลังเป็นรูปผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือที่หลากหลายรูปแบบและสีสัน สอดรับกับสโลแกน คือ แต่งสี อวดลาย ผ้าฝ้าย ดอนหลวง ด้านราคาควรคำนึงถึงกำไรสุทธิมากขึ้น เพราะส่วนใหญ่ร้อยละของผลตอบแทนจากการขาย จะต่ำกว่าร้อยละ 10 ส่วนการขายปลีกจะได้รับผลตอบแทน ระหว่างร้อยละ 11-38 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ นอกเหนือจากการจำหน่ายผ่านศูนย์ฯ และผ่านค้าส่งและค้าปลีก ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ (1) การโฆษณา ควรจัดทำสปอตโฆษณาผ่านวิทยุชุมชน การใช้สื่อ ณ จุดขาย อาทิ โบรชัวร์ นามบัตร และการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ (2) การขายโดยบุคคล ควรมีพนักงานขายแสวงหาคำสั่งซื้อเพื่อทำการตลาดในเชิงรุก (3) การประชาสัมพันธ์ ควรร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อประชาสัมพันธ์ไปยังสาธารณชนภายนอกมากขึ้น (4) ด้านการส่งเสริมการขาย ควรเลือกทำกับกลุ่มลูกค้าประจำและกลุ่มลูกค้าใหม่ และ (5) การตลาดทางตรง ควรเร่งสร้างฐานข้อมูลของลูกค้า และใช้กิจกรรมการตลาดทางตรงในการเข้าไปเสนอขายสินค้า อาทิ การใช้จดหมายขายตรงและการใช้โทรศัพท์ทางตรง

ผลการวิจัยทางการพัฒนากระบวนการผลิตของกลุ่ม พบว่า การผลิต การตั้งราคาขาย และผลตอบแทน ส่วนใหญ่ร้อยละของผลตอบแทนจากการขายส่ง ต่ำกว่าร้อยละ 10 ถึง 7 รายการจาก 12 รายการที่ผลิต หรือคิดเป็นร้อยละ 58.3 และมีรายการผลิตที่ได้ผลตอบแทนระหว่างร้อยละ 10.0-20.0 จำนวน 4 รายการ คิดเป็นร้อยละ 33.3 และมีเพียง 1 รายการผลิต ที่ให้ผลตอบแทนมากกว่าร้อยละ 20.0 แต่ผลตอบแทนจากการขายปลีก จะได้รับผลตอบแทนระหว่างร้อยละ 11.1-318.67 ส่วนปัญหาที่เกิดจากการผลิตและการตลาด พบว่า ปัญหาการขาดผู้สืบทอดการทอผ้าฝ้ายมีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมา คือ ปัญหาราคาวัตถุดิบสูงคิดเป็นร้อยละ 63.6 ส่วนปัญหาที่อยู่ในระดับมาก คือ ขาดช่างฝีมือ ขาดความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขาดเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตและการออกแบบ และปัญหาขาดความรู้ด้านการตลาด ส่วนด้านการพัฒนากระบวนการผลิต พบว่า สมาชิกกลุ่มสนใจเข้าร่วมโครงการศึกษาดูงานเพื่อนำกลับมาพัฒนากระบวนการผลิตและการทำตลาดของกลุ่ม ดังนั้นการศึกษาดูงานจึงเป็นการทบทวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้กับสมาชิก และเป็นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการผลิตและการตลาดต่อไปในอนาคต แต่อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์บางส่วนของกลุ่มเป็นสินค้าแฟชั่น ที่ความนิยมในตัวสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์จะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของแฟชั่นที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ผลการวิจัยด้านความต้องการทางการเงินและแหล่งเงินทุนในการดำเนินธุรกิจ พบว่า มีผู้ผลิตจำนวน 21 คน จากกลุ่มตัวอย่าง 37 คนใช้เงินทุนส่วนตัวในการผลิต อีก 10 คนใช้แหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินของรัฐ ที่เหลือไม่มีการกู้ยืมเงินเพราะเป็นลูกจ้างของผู้ผลิตรายใหญ่ในกลุ่ม ปัญหาที่เกิดขึ้นจากแหล่งเงินทุนในปัจจุบัน พบว่า มีผู้ผลิต 9 คนขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันวงเงินกู้ รองลงไป คือ มีจำนวน 5 คน ระบุปัญหาที่เกิดขึ้นจากแหล่งเงินทุน คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมสูง และยังขาดความรู้ในการขอกู้ยืมเงิน ส่วนวัตถุประสงค์การขอวงเงินสินเชื่อ พบว่า มีจำนวน 12 คนที่ต้องการสินเชื่อเพื่อ

การซื้อวัตถุดิบ ส่วนอีก 11 คนต้องการเงินทุนหมุนเวียนในการจ่ายค่าจ้างโดยมี 10 คน ต้องการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายในระยะเวลา 1-3 เดือน และ 6 คน ต้องการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายในระยะเวลา 1 ปี ด้านแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ดำเนินธุรกิจ พบว่า มีผู้ผลิตจำนวน 13 คน ต้องการเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินของรัฐ และ 6 คนต้องการใช้เงินทุนส่วนตัว ส่วนระยะเวลากู้ยืมเงิน มีจำนวน 6 คน ต้องการกู้ยืมระยะเวลาปานกลาง (1-2 ปี) อีก 5 คน ต้องการกู้ยืมระยะสั้น (7-12 เดือน) และอีก 4 คน ต้องการกู้ยืมเงินระยะยาว (3 ปีขึ้นไป) ด้านแหล่งเงินทุนที่กลุ่มต้องการความช่วยเหลือ พบว่า มีจำนวน 10 คน ต้องการความช่วยเหลือจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 เชียงใหม่ อีก 5 คน ต้องการความช่วยเหลือจากธนาคารพาณิชย์ ส่วนปัญหาทางการเงินที่เกิดขึ้น คือ มีจำนวน 5 คน ขาดเงินทุนในการดำเนินธุรกิจ มี 4 คนที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการขาดความรู้ในการขอกู้ยืมเงิน ส่วนข้อมูลความรู้ทางการเงินที่ต้องการ พบว่า มีผู้ผลิตตอบจำนวน 6 คนต้องการจัดวิทยากรมาบรรยายให้ความรู้ทางการเงินและการจัดกลุ่ม และสัมมนาทางวิชาการ และมีผู้ผลิต 5 คนต้องการไปศึกษาดูงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และอีก 4 คน ต้องการฝึกเขียน โครงการทางการเงินเพื่อนำเสนอขอกู้เงินในการทำธุรกิจต่อไป

ผลการวิจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่มเพื่อพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า การก่อตั้งกลุ่มในเริ่มแรกจะมีสมาชิกเพียง 10 คน โดยทำการจัดจำหน่ายในท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ จนเมื่อปี 2535 จึงได้รวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มทอผ้าและกลุ่มกิจกรรมเครือข่ายบ้านดอนหลวงขึ้นอย่างเป็นทางการ โดยติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยเหลือด้านการผลิต การตลาด เงินทุนหมุนเวียนจนกลุ่มเริ่มมีความเข้มแข็งมากขึ้น จนกระทั่งได้รับคัดเลือกให้เป็นหมู่บ้านอุตสาหกรรมดีเด่นประจำปี 2542 ต่อมาในปี 2543 ได้ก่อสร้างศูนย์ร่วมผลิตภัณฑท์เครือข่ายกลุ่มทอผ้าหัตถกรรมพื้นบ้านขึ้นในบริเวณหมู่บ้านดอนหลวง ซึ่งใช้เป็นศูนย์จำหน่ายสินค้ากลุ่มทอผ้าบ้านของหมู่บ้าน ซึ่งเมื่อมีคำสั่งซื้อเข้ามาที่ศูนย์ประสานกลุ่มจะแจกจ่ายงานให้กับสมาชิกตามความถนัดของแต่ละกลุ่ม อย่างไรก็ตาม กลุ่มไม่ค่อยมีการวางแผนการทำธุรกิจชุมชน โดยเฉพาะแผนในระยะยาว ซึ่งในภาพรวมจะทำโดยประสานกลุ่มด้านการจัดองค์การ จะมีการจัดโครงสร้างองค์กรแบบง่าย โดยมีประธานกลุ่ม และ รองประธานกลุ่มทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลศูนย์ มีฝ่ายการเงินและบัญชีทำหน้าที่ดูแลระบบบัญชีรายรับรายจ่ายของกลุ่มและดูแลงบประมาณการผลิต ด้านฝ่ายการผลิตจะทำหน้าที่ดูแลและควบคุมคุณภาพการผลิตของสมาชิกในแต่ละกลุ่ม และฝ่ายการตลาดจะทำหน้าที่ด้านการขาย และการทำกิจกรรมด้านการตลาดต่างๆ ส่วนการควบคุมการดำเนินงาน ยังไม่มีการติดตามและควบคุมผลการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมมากนัก โดยมีเพียงการตรวจเช็คสินค้า การควบคุมการเงิน และการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิกเท่านั้น



Research Title The Knowledge Management to develop Community Business Enterprise in Cotton Products, Case Study: The Hand Made Cotton Weaving Groups at Donluang Village, Tambon Maerang, Amphur Pasang, Lamphun Province.

Researchers Mr.Manop Chum-un
Mr. Sombat Singkharat
Mrs.Philai Lertpongpiroon
Ms.Sirijan Chuesuwan

University Faculty of Management Sciences, Chiangmai Rajabhat University.

Year 2010

Abstract

The purposes of this study were to study and develop the management of community business of Donluang cotton hand weaving group in production, marketing, financial demands and funds, and group administration by integration with the economy sufficiency philosophy, local wisdom and resources, and to study phenomenon and potential of group management. This research applied both qualitative and quantitative. The data analysis completed by using frequencies, percentages, and means. The participation action Research (PAR) regarded to workshop, focus group, in-depth interviews, observation, questionnaires and contents analysis.

The results of marketing study showed that the appropriated marketing management: should expand market to tourist, educational segment, hotels, restaurants and foreign market. The product positioning should focus on the products made from 100 % cotton weaving. The product strategies: should survey market demand and developed the design, styles, brand, color, logo, and slogan that applied from the research. The price strategies: the price setting should be higher about 40-50 % mark up on cost for retail price and 20-30 % for wholesale. The place strategies: used both direct channel and indirect channel, especially, the website. The promotion strategies: applied the integrated marketing communication: the advertising, such as, radio sport, brochure and internet advertising, sales promotion should focus on current market and new market, personal selling should have the order getter salesman to activate market, public relation should join

with the government sectors to publicize the products, and the last, the group should collect customer's data and use direct marketing tools to offer the sell contact.

The results of production study indicated that these 16 producers were divided into 4 types: cloth weaving 2 producers, cut out 11 producers, weaving and cut out 2 producers, and flag weaving 1 producer. The analysis of cost and return showed that 58.3 % of all products selling generated profits less than 10 %, 33.3 % of the products provided 10-20 % profit, and the rest brought the producers above 20 % in profit. The retail channel' sells could bring more profit than wholesale channel. Furthermore, the problems in production also included their young generation losing interests in the traditional products, high cost of raw materials, lack of skilled labor, lack of new technologies, and lack of the new product designs to attract buyers. In order to solve the above problems, every involved parties, such as, local administrations and schools should encourage young generation to be more interested in local wisdom, so that this production skill could pass to their children. Product differentiation was also crucial for a better price which was important of its survival. Packaging and brand building were recommended for future development.

The result of financial demands and funds found as follows; the basic information of the groups by getting 37 questionnaires indicated that the groups were female, aged around 51-60 years old. Their average salaries were lower than 5,000 baht per month. By that time, the groups used their own funds to support their business. The group's financial funds problems were lacking collateral to guarantee their loan, high interest rate in lending, and lacking financial information to get their funds. The groups needed more 1 year working capital for labor cost paying and material expenditures, and the most favorable funds were from government financial institutions. Finally, most of members chosen only their financial funds from the government.

The results of group management study showed that the initial of a beginning, the groups had only 10 members. By the year 1992, they established Donluang cotton hand weaving group and contacted the involved parties to help them in production and marketing which made them stronger later. In 1999, the group received the OTOP reward for the best of cotton hand weaving village, until 2000, the group built a center of cotton distribution in Donluang village that used for selling member's group products and group' meeting and activities. However, the group

did not have their plan for their community business, especially, long term planning. Although the organization chart was set simply; the financial and accounting department, the marketing department and production department, but they still lacked of the controlling. The other problems of group management caused by the member; most of the members were not interested in participating in the meeting and activity, and did not offer their ideas for developing the groups. However, the SWOT analysis showed that they still had the potential for building a strong group if they had a long term planning and controlling. Furthermore, the head of the group was a young generation who attended in new concepts of modern management and marketing that would led the members surviving from the serious competition, and built the growth to their business community.

