

(ค)

หัวข้อวิจัย : การพัฒนาสินค้าชุมชนไทลื้อ อำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่
สู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP)
: Development Thai Leau community products,
Doi Saket District, Chiang Mai

ผู้วิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิไลลักษณ์ กิติบุตร

ทุนอุดหนุนการวิจัย : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

ปีงบประมาณ : 2550

บทคัดย่อ

โครงการวิจัย “การพัฒนาสินค้าชุมชนไทลื้อ อำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP)” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 3 ประการ คือ ประการแรกเป็นการศึกษาศักยภาพของสินค้าชุมชนไทลื้อ ประการที่สอง เป็นการศึกษาความต้องการในการพัฒนาสินค้าชุมชนไทลื้อ และประการที่สามเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาสินค้าชุมชนไทลื้อ อำเภอ คอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ใช้ระบบวิธีวิจัย และพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) เพื่อให้ชาวไทลื้อมีส่วนร่วมในการพัฒนาตนเองอย่างแท้จริง กลุ่มประชากรผู้ร่วมกระบวนการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สินค้าแหยมหมู หมู่ที่ 4 บ้านลวงเหนือ , สินค้าเขื่อนปอดกระดาศา หมู่ที่ 4 บ้านลวงเหนือ, สินค้าน้ำยาสมุนไพร หมู่ที่ 5 บ้านลวงเหนือ สินค้าทอผ้า หมู่ที่ 5 บ้านลวงเหนือ , สินค้าหัตถกรรมทอผ้าไทลื้อ หมู่ที่ 8 บ้านลวงใต้, สินค้าหัตถกรรมและสิ่งประดิษฐ์ หมู่ที่ 8 บ้านลวงใต้ และสินค้าแปรรูปอาหาร หมู่ที่ 8 บ้านลวงใต้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสนทนากลุ่ม (Focus Group) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth) การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่ม (SWOT Analysis) รวมถึงการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าชุมชนไทลื้อ

ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถอธิบายผลการวิจัยตามระยะเวลา การวิจัยได้ 3 ระยะ กล่าวคือ ระยะที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า บริบทของกลุ่มซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานที่แสดงถึงศักยภาพของกลุ่มสินค้า

(ง)

ชุมชนทั้ง 7 สินค้า ประกอบไปด้วย 3 ส่วน ส่วนแรกคือ ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารองค์กรของกลุ่ม รวมถึงข้อมูลด้านการผลิต และข้อมูลด้านการตลาดของกลุ่มสินค้าชุมชน ส่วนที่สองเป็นข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรค (SWOT Analysis) ของกลุ่ม และข้อมูลส่วนที่สามเป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของกลุ่มในการเพิ่มระดับการพัฒนาของสินค้าให้สูงขึ้นผลการวิจัยดังกล่าวนำไปสู่การพัฒนางานวิจัยในระยะที่ 2 ซึ่งพบว่าความต้องการของกลุ่มในการพัฒนาสินค้าชุมชนสู่มาตรฐานชุมชนและท้องถิ่น OTOP สามารถสรุปแนวทางการพัฒนาได้ทั้งสิ้น 3 ด้าน คือ ด้านที่หนึ่ง เป็นการพัฒนาด้านคุณภาพการผลิตประกอบไปด้วยกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐาน การแปรรูปสินค้าชนิดใหม่ๆ การพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐาน ส่วนความต้องการด้านที่สองเป็นความต้องการด้านการตลาด อันประกอบไปด้วยการเพิ่มยอดขายสินค้า การหาช่องทางทางการตลาดสินค้าได้มากขึ้น และความต้องการด้านที่สามเป็นความต้องการพัฒนาด้านสินค้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จะ เป็นความต้องการที่จะวางแผนในการพัฒนาสินค้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และพัฒนารูปแบบสินค้าใหม่ ๆ เพื่อนำไปขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จากความต้องการทั้งสามด้านของกลุ่ม นำไปสู่ผลการวิจัยในระยะที่ 3 ซึ่งพบว่าแนวทางในการพัฒนาตามความต้องการของกลุ่มบนพื้นฐานของศักยภาพของกลุ่มที่จะพัฒนาได้นั้น การวิจัยครั้งนี้ก็วิจัยไม่ได้เป็นผู้ให้ทุนสนับสนุนในการพัฒนา แต่การพัฒนาของกลุ่มจะเกิดขึ้นเองจากการระดมความคิดของสมาชิกในการยกระดับการพัฒนา สิ่งที่นักวิจัยสามารถช่วยได้เป็นอย่างมากคือ การให้ความรู้ทางวิชาการ การให้แนวคิด แนวปฏิบัติ เพื่อให้กลุ่มรู้จักการคิดด้วยตนเอง รู้จักการระดมความคิดกันภายในกลุ่ม และเครือข่ายของกลุ่มอื่นจะก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน จากการศึกษาสรุปได้ว่า แนวทางที่กลุ่มสินค้าชุมชนจะสามารถพัฒนาไปสู่สินค้าชุมชนและท้องถิ่น OTOP ควรจะมีแนวทางในการพัฒนาด้านต่าง ๆ ทั้งสิ้น 4 ลำดับขั้นคือ

ขั้นแรก เมื่อกลุ่มได้พัฒนาการบริหารจัดการองค์กร จนสามารถจัดตั้งกลุ่มเป็นสินค้าชุมชนแล้ว กลุ่มต้องมีระบบการบริหารจัดการที่ดี อัน ได้แก่ หน้าที่และบทบาทของสมาชิกทุกคน ต้องเกิดขึ้นจากความเหมาะสมและความสามารถของสมาชิกในตำแหน่งนั้นจริงๆ นอกเหนือจากการยอมรับของสมาชิกท่านอื่นแล้วต้องเกิดขึ้นจากความสมัครใจในตำแหน่งนั้น เพื่อการพัฒนาความรู้ความสามารถของสมาชิกทุกคน ประกอบด้วยตำแหน่งประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก และกรรมการ

ขั้นที่สอง กลุ่มควรได้รับการพัฒนาด้านคุณภาพของสินค้า เพื่อให้สินค้าที่ผลิตออกมามีคุณภาพในระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

(จ)

ขั้นที่สาม กลุ่มควรได้รับการพัฒนาด้านการตลาด โดยกลุ่มสามารถจัดทำแผนการตลาดของกลุ่มในระยะยาวได้ อันประกอบไปด้วย การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์คู่แข่ง การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาด และการวิเคราะห์ SWOT ของการตลาด

ขั้นที่สี่ของการพัฒนา กลุ่มจะต้องสามารถพัฒนาการจัดทำแผนธุรกิจของกลุ่มในระยะยาวได้ ซึ่งแผนธุรกิจนี้เป็นการรวมเอาการพัฒนาทั้ง 3 ขั้นตอนแรก คือ การพัฒนาองค์กร การพัฒนาการผลิต และการพัฒนาการตลาด มารวมกับการพัฒนาด้านการพัฒนาสินค้าสู่มาตรฐานชุมชนและท้องถิ่น (OTOP)

การพัฒนาสินค้าชุมชนไทลื้อ อำเภอค้อยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ มาตรฐานชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ในปี 2550 สามารถยกระดับการพัฒนาสินค้าชุมชนได้ทั้งสิ้น 4 สินค้า คือ สินค้าเฮือนปอกระดาศา, สินค้าผ้าทอไทลื้อ, สินค้าหัตถกรรมทอผ้าไทลื้อ และสินค้าหัตถกรรมและสิ่งประดิษฐ์ที่สามารถพัฒนาคุณภาพสินค้า พัฒนาสินค้าให้มีรูปแบบใหม่ ๆ การทอผ้าลายใหม่ ๆ เพื่อทำแผนขอใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มพช.) สำหรับสินค้าเฮือนปอกระดาศา ได้ทำ การพัฒนาด้านการตลาด โดยการร่วมกันในการวางแผนโดยวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์คู่แข่ง การวิเคราะห์ SWOT และการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด ทำให้ผู้ผลิตสินค้าชุมชนสามารถวางแผนการตลาดได้อย่างเหมาะสมตามสภาพแวดล้อมและศักยภาพ อันนำมาซึ่งกำไรจากการดำเนินงานต่อไป สำหรับข้อเสนอแนะของการศึกษารุ่นนี้ นักวิจัยเห็นว่าการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของสินค้าที่ดีของสินค้าชุมชนไทลื้อ อำเภอค้อยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะทำให้สินค้าสามารถพัฒนาไปสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ได้ และควรที่จะเชื่อมโยงกับชุมชนไทลื้อในภาคเหนือไม่ว่าจะเป็นจังหวัดพะเยา เชียงราย รวมถึงจังหวัดน่าน จะเป็นการพัฒนาแนวทางหนึ่งที่จะพัฒนาการวิจัยในระยะต่อไป

(๑)

Title : Development Thai Leau community products, Doi Saket District, Chiang Mai

Author : Assistant Prof. Wilailuck Kitiburt

Awards : National Research Council of Thailand, 2007

Abstract

Development Thai Leau community products, Doi Saket District, Chiang Mai to reach the standard of local products(OTOP) has three main objectives; 1)to study the potential of Thai Leau products; 2)to study the needs of develop Thai Leau products; 3)to study the way to raise the development of Thai Leau products to reach the standard of local products(OTOP).

Participatory action research is conducted so that Thai Leau people can join and develop themselves. The population consist of preservative pork product, Moo 4 ,Luangneau village, herbal liquid products , Moo 5, Luangneau village, weaving clothes Moo 5, Luangneau village, Thai Leau handicraft products Moo 8, handicraft and artifacts products and processed food from Moo 8, Luanneau village.

The research instruments are focus group, in depth interview and SWOT analysis. The result of the research divided into three phases. The first phase consist of 3 parts; 1) the potential of groups is management, production and marketing; 2)SWOT analysis of the groups and 3) problems and group's needs to increase the level of development. The result from the 1st phase leads to the development of the 2nd phase. The way to develop groups consist of 1) to develop the production's quality such as to process products, to develop the products' marketing such as to increase sales amount, to enlarge channel of distribution; 3)to develop product to reach the standard of OTOP . This leads to the 3rd phase of the research. The way to develop the potential of groups come from the brain storming of groups. The researcher can educate and train them so that they can think and rely on themselves.

The study found that there are 4 steps to develop local products to reach the standard of OTOP; 1) groups must have a good management. They have to divide the roles and duties of the members base on their abilities;2) to develop the products'quality to reach the standard of

(๙)

community products; 3) to develop marketing by writing marketing plan such as consumer behaviour analysis, competition analysis, market segmentation analysis, SWOT analysis; 4) groups have to do business plan in the long run. Four kinds of products can be developed. They are mulberry paper house products, Thai Leau weaving clothes, Thai Leau weaving cloth handicrafts and artifacts products.

The suggestion from researcher is that it should link the connection with all of Thai Leau in the north to develop products.

