

ชื่อโครงการวิจัย	วิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ และศักยภาพธุรกิจชุมชน ตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์กรอบรูปไม้
ชื่อผู้วิจัย	อำเภอลำดอง จังหวัดเชียงใหม่
ทุนอุดหนุนการวิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัญชลี โสมดี และคณะ
ระยะเวลาการทำวิจัย	สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.) 2550-2552

บทคัดย่อ

การวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ และศักยภาพธุรกิจชุมชน ตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์กรอบรูปไม้ อำเภอลำดอง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพด้านการจัดการของธุรกิจชุมชน ด้านการบริหารทรัพยากร คน เงิน งาน วัสดุอุปกรณ์ ให้มีประสิทธิภาพ 3) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพด้านการตลาด ในการนำสินค้าจากผู้ผลิต ไปสู่ผู้บริโภค โดยอาศัยกระบวนการแบบมีส่วนร่วมของประชาชน (People Participation) การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพจากกลุ่มประชากรที่นับได้ (Finite Population) คือกลุ่มธุรกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกรอบรูปไม้ จำนวน 8 กลุ่ม ในพื้นที่อำเภอลำดอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) แบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 100 ชุด โดยแบ่งข้อมูล เป็น 8 ส่วน ลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed - End Question) และคำถามแบบปลายเปิด (Open - End Question)

ผลการศึกษาพบว่าจากการวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น กรอบรูปไม้ ในการออกแบบ มีการร่างแบบง่ายๆ โดยออกแบบตามลักษณะของไม้ เนื่องจากขนาดของไม้ มีขนาดไม่เท่ากัน จึงทำให้มีปัญหาในการออกแบบที่มีรูปแบบไม่ได้มาตรฐาน ในหลายปีที่ผ่านมาไม่มีการพัฒนารูปแบบเท่าที่ควร ในการออกแบบการแก้ไขปัญหาคือตรงจุด ควรออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ทันสมัย นอกจากนั้นควรเน้นประโยชน์ใช้สอย ให้มากกว่าเดิม ควรปรับปรุงด้านขนาด ความสวยงามความประณีต และความสม่ำเสมอของงาน ในการวิเคราะห์ศักยภาพการจัดการของธุรกิจชุมชน ด้านการบริหารทรัพยากรคน เงิน งาน วัสดุ อุปกรณ์ให้ประสิทธิภาพนั้น จากการศึกษาเบื้องต้นพบว่า ผู้ประกอบการทั้ง 8 กลุ่ม ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายเดียว มีทั้งการทำงานทุกขั้นตอนทั้งหมด และมีพ่อค้าคนกลางเป็นผู้ดำเนินงาน โดยเป็นผู้กระจายงานให้แก่ผู้ประกอบการเป็นรายๆไป โดยให้ทำตามความสามารถของช่าง

ด้านการบริหารทรัพยากรคนของกลุ่มส่วนใหญ่การบริหาร สอนงานกันเองภายในครอบครัว อย่างเช่น พ่อสอนแม่ แม่สอนลูก พี่สอนน้อง และสืบทอดกันมารุ่นต่อรุ่น วัตถุดิบและอุปกรณ์ ต่างๆ วัสดุหลักๆ ที่สำคัญ จะได้มาจากพ่อค้าคนกลางเป็นคนประสาน และจัดหาให้ในกรณีที่ ผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินงาน แต่ในกรณีที่ผลิตทุกขั้นตอนจะต้องลงทุนจัดหาวัสดุเอง การวิเคราะห์ศักยภาพด้าน การตลาดส่วนใหญ่ เป็นการผลิตเพื่อส่งพ่อค้าคนกลาง และจำหน่ายเอง ด้านการตลาดของกลุ่มธุรกิจชุมชนภายในอำเภอหางดง ในแต่ละวันผู้ประกอบการมีเพียงความคิด ที่จะเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้นเท่านั้น เพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้นตามผลผลิตที่ผลิตได้ ตามระยะเวลา ที่กำหนดไว้ ซึ่งในส่วนนี้ผู้ประกอบการไม่สามารถหาตลาด ได้มากที่ควร เนื่องจากโอกาสน้อย การแข่งขันสูง ขวกับปัญหาการคัดราคากันเอง เป็นการดำเนินธุรกิจที่ยังขาดระเบียบการจัดการ และการบริหารเท่าที่ควรจะเป็น

ผลการวิเคราะห์ตามแนวทางการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ.2549 โดยวิเคราะห์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กรอบรูปไม้ ชุมชน หมู่ที่ 2 ตำบลขุนคง หมู่ที่ 5 หมู่ที่ 8 หมู่ที่ 12 ตำบลบ้านแหวน อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้ง 8 กลุ่ม สรุปได้ คือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีศักยภาพตามเกณฑ์ จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 2 ดาว คิดเป็น 75% และผู้ประกอบการที่จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 1 ดาว คิดเป็น 25% และผู้ประกอบการ ที่จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 3, 4 และ 5 ดาว คิดเป็น 0%

ข้อเสนอแนะในการวิจัย ได้แก่ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายควรหาทางแก้ไขทาง เศรษฐกิจในเรื่องเรื่องอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน การเข้าถึงบริการของรัฐ และการ ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐ ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์จังหวัด ควรกำหนดให้ทุกตำบลดำเนิน กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยเน้นกระบวนการปฏิบัติจริงทุกขั้นตอน ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ จำเป็นต้องมีแกนนำที่ได้รับการยอมรับนับถือจากชุมชน เพื่อขับเคลื่อน กระบวนการในเรียนรู้ร่วมกัน ข้อเสนอแนะวิจัยเชิงปฏิบัติการ เพื่อแก้ไขปัญหาที่สลับซับซ้อน ควรเชื่อมโยงกับหลายฝ่ายหลายหน่วยงาน จำเป็นต้องอาศัยนักวิจัยที่คลุกคลี คิด ทำ และสรุป บทเรียนเป็นระยะร่วมกับชาวบ้านในชุมชน และควรมาจากหลายสาขาวิชาเพื่อเป็นการประยุกต์ ความรู้ต่างๆ มาใช้ร่วมกัน เช่น สาขาศิลปกรรม สาขาสังคมวิทยา มานุษยวิทยา รัฐศาสตร์ พัฒนา ชุมชน บริหารจัดการ การตลาด การประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

Research Title: The Analysis of Product Design and the Potentiality of Community Business, A case study on Wooden Picture Frame Product, Hang Dong District, Chiang Mai

Researchers: Assoc. Prof. Anchalee Somdee et al.

Research Fund: Office of the National Research Council of Thailand (NRCT)

Year: 2007-2009

ABSTRACT

The research on “The Analysis of Product Design and the Potentiality of Community Business, Wooden Picture Frame Product Case Study, Hang Dong District, Chiang Mai” aims to 1) analyze local product design 2) analyze the potentiality of business management, especially on human resources, money, material and work procedure management, and 3) analyze the marketing potential to deliver products from manufacturers to consumers by using People Participation Method.

This research is the study from population who engage in related community product group which is Finite Population from 8 groups of teakwood handicraft product local business groups in Hang Dong district, Chiang Mai province by using Purposive Sampling.

The research results show that the design of local wooden-carving product involves with the design of wood's feature. Due to unmatched size of wood, wooden picture frame product has unqualified size. Regarding to design, it has not been properly accomplished in past years. The prices are also not proper with the product due to price undercutting among business groups. The exact solution for this matter should be modern product design focusing on more utility, improving size, appearance, fineness and overall quality in proper prices. Regarding to the analysis of the potentiality of business management, especially on human resources, money, material and work procedure management, initially, it is found that all 8 business groups are mostly sole entrepreneur who manage all working process, and middleman is the person who operates by spreading work to each entrepreneur. This way, the craftsmen's ability in human resource management is likely a management in family; e.g. father to mother, mother to son, elder brother to younger brother, and carries down to next generations. Major materials and equipment come

from the middleman as coordinator and supplier if the entrepreneur comes to operate. However, in case of the production by the entrepreneur, the entrepreneur has to invest and provide materials by himself. In most marketing, it is a production to distribute to middleman and sell by him. This business operation still lacks of management protocol, and the management still does not meet the certified standard.

According to the analysis of the best local product 2006 by analyzing 8 groups of teakwood handicraft product community business, Village No.2, Khun Khong sub-district, Village No.5, 8 and 12, Ban Waen sub-district, Hang Dong district, Chiang Mai province as case study, it can be concluded that most of the business groups have standard potentiality in which their products can be considered in class 2 (75%), business groups who are considered class 1 (25%), and business groups who are considered class 3, 4 and 5 respectively (0%).

For the research suggestion, in policy manner, the groups must find the economic solution for facilities, basic structure, and government service access including government support. In provincial strategy, every sub-district should conduct a participating practical research focusing on real practice. In practical manner, there must be a leader who is well-accepted in the community to advance mutual learning process. In practical research manner, in order to solve complicated problems, the groups should coordinate with many organizations and must rely on researchers who are familiar with the way of local people and should come from various fields to apply their knowledge together, such as art, sociology, anthropology, political science, community development, business administration, marketing, public relations, natural resources and environmental management. Finally, most production should be according to purchasing orders.