

บทที่ 5

การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชน

จากกรอบแนวคิดแผนงานวิจัยจะมีการดำเนินการในการสำรวจข้อมูลบริบทชุมชนกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา ความต้องการ รูปแบบ และศักยภาพ ของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ซึ่งได้สรุปไว้ในบทที่ 4 ทางที่วิจัยได้นำข้อมูลบริบทชุมชนวิเคราะห์ เพื่อค้นหาวิธีการในการพัฒนา ด้วยหลักการของการจัดการความรู้ที่เน้นให้ชุมชนมีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในประเด็นต่าง ๆ โดยนำความรู้จากภายนอกที่ได้มีการรวบรวมจัดเก็บไว้อย่างเป็นระบบมาขยายความนำไปสู่การประยุกต์ใช้ในชุมชน ให้ชุมชนได้เกิดความรู้ความเข้าใจ รวมทั้งการนำความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลของสมาชิกแต่ละคนที่มีอยู่แล้วและความรู้ที่ซ่อนเร้นอยู่ในสมาชิกแต่ละคนออกมาแสดงให้กับเพื่อนสมาชิกของกลุ่มได้รับรู้รับทราบเพื่อเป็นต้นแบบหรือแนวทางในการเรียนรู้ร่วมกัน ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม การผลิตที่มีประสิทธิภาพ การบัญชีการเงินที่ถูกต้องเหมาะสม การตลาดที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย และการสื่อสารการตลาดอย่างทั่วถึง นำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะนวัตกรรม (Innovation) เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

การจัดการความรู้การบริหารจัดการ

ทางที่วิจัยได้นำหลักของการจัดการความรู้ เข้ามาเป็นส่วนประกอบสำคัญในการดำเนินกิจกรรมของงานวิจัย โดยมีการดำเนินการ ดังนี้

1. เริ่มจากการจัดเวทีชาวบ้าน เพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกกลุ่มได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และทางที่วิจัยได้มีการเก็บข้อมูลพื้นฐานเพิ่มเติมด้วยแบบสอบถาม
2. การนำวิธีการเขียนผังความคิด (Mind Map) เกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของกลุ่ม โดยให้สมาชิกแบ่งกลุ่มออกเป็นกลุ่มย่อย แล้วที่วิจัยเข้าไปช่วยในการจัดการรวบรวมข้อมูลและเขียน mind map ให้หลังจากนั้นให้ทางสมาชิกกลุ่มเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้ง
3. การเสริมความรู้จากภายนอกและการทำกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ เป็นการเสริมความรู้ตามประเด็นที่ได้จากการเขียน mind map โดยเฉพาะในประเด็นของปัญหาและความต้องการของกลุ่มในการที่จะแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น โดยทางที่วิจัยได้มีการจัดเตรียมกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ รวมทั้งวิทยากรในการเสริมความรู้ เพื่อให้สมาชิกกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงได้เกิดความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ ถึงความจำเป็นในการทำงานร่วมกัน

4. การประชุมกลุ่มย่อย เพื่อให้กลุ่มได้มีโอกาสในการฝึกทักษะในการแสดงความคิดเห็นในการประชุม เป็นการติดตามผลของการดำเนินการของกลุ่ม และการช่วยกันระดมความคิดเพื่อแก้ไขปัญหาในการบริหารจัดการของกลุ่ม โดยเน้นที่การมีส่วนร่วมของสมาชิก

จากขั้นตอนในการดำเนินการดังกล่าวสามารถนำเสนอรายละเอียดในขั้นตอนการจัดการความรู้ ในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

ตาราง 5.1 ผู้เข้าร่วมเวทีชาวบ้านจำแนกตามเพศ

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	1	3.6
หญิง	27	96.4
Total	28	100.0

จากตาราง พบว่าผู้เข้าร่วมเวทีชาวบ้านมีจำนวน 28 ราย แบ่งเป็น ชาย 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 และเป็นผู้หญิง 28 คน คิดเป็นร้อยละ 96.4

ตาราง 5.2 ผู้เข้าร่วมเวทีชาวบ้านจำแนกตามอายุ

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
31-35 ปี	1	3.6
36-40 ปี	1	3.6
41-45 ปี	3	10.7
40-50 ปี	1	3.6
51-55 ปี	8	28.6
มากกว่า 55 ปี	14	50.0
Total	28	100.0

จากตารางพบว่า ผู้เข้าร่วมเวทีชาวบ้านมีอายุมากกว่า 55 ปี มากที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาเป็นอายุ 51-55 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 อายุ 41-45 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 อายุ 36-40 ปี และอายุ 31-35 ปี เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.6

ตาราง 5.3 ผู้เข้าร่วมเวทีชาวบ้านจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	ความถี่	ร้อยละ
โสด	3	10.7
สมรส	16	57.1
หย่าร้าง	1	3.6
หม้าย	8	28.6
Total	28	100.0

จากตารางพบว่า ผู้เข้าร่วมเวทีชาวบ้านมีสถานภาพสมรส มากที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาเป็นอายุ 51-55 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 อายุ 41-45 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 อายุ 36-40 ปี และอายุ 31-35 ปี เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.6

ตาราง 5.4 ผู้เข้าร่วมเวทีชาวบ้านจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
ประถมศึกษา	24	85.7
มัธยมศึกษา	3	10.7
ปริญญาตรี	1	3.6
Total	28	100.0

จากตารางพบว่า ผู้เข้าร่วมเวทีชาวบ้านมีการศึกษาในระดับประถมศึกษา มากที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมามีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 และการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6

ตาราง 5.5 ผู้เข้าร่วมเวทีชาวบ้านจำแนกตามกลุ่มอาชีพที่สังกัด

กลุ่มอาชีพ	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
กลุ่มตัดเย็บ	17	18.5%	60.7%
กลุ่มข้าวซ้อมมือ	8	8.7%	28.6%
กลุ่มเพาะเห็ด	13	14.1%	46.4%
กลุ่มออมทรัพย์	25	27.2%	89.3%
กลุ่มเกษตรอินทรีย์	14	15.2%	50.0%
กลุ่มปุ๋ยหมัก	15	16.3%	53.6%
รวม	92	100.0%	

จากตาราง พบว่าชาวบ้านเป็นสมาชิกในหลายกลุ่มอาชีพ โดยเป็นสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์มากที่สุด ร้อยละ 89.3 รองลงมาเป็นกลุ่มตัดเย็บ ร้อยละ 60.7 กลุ่มปุ๋ยหมัก ร้อยละ 53.6 กลุ่มเกษตรอินทรีย์ ร้อยละ 50 กลุ่มเพาะเห็ด ร้อยละ 46.4 และกลุ่มข้าวซ้อมมือ ร้อยละ 28.6

ตาราง 5.6 วิธีการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพ

วิธีการขายสินค้า	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
ขายเอง	20	32.8%	71.4%
ขายผ่านพ่อค้าคนกลาง	11	18.0%	39.3%
ขายผ่านตัวแทนกลุ่ม	13	21.3%	46.4%
ออกร้านในงานเทศกาลต่างๆ	17	27.9%	60.7%
รวม	61	100.0%	

จากตาราง พบว่าวิธีการขายผลิตภัณฑ์ของชาวบ้าน ใช้วิธีการในการนำไปขายเอง มากที่สุด ร้อยละ 71.4 รองลงมาเป็นการออกร้านในงานเทศกาลต่าง ๆ ร้อยละ 60.7 การขายผ่านตัวแทนกลุ่ม ร้อยละ 46.4 และการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ร้อยละ 39.3

ตาราง 5.7 ลักษณะการบริหารของกลุ่ม

ลักษณะการบริหาร	ความถี่	ร้อยละ
มีการแบ่งงานกันทำตามหน้าที่	17	60.7
ไม่มีการแบ่งงานกันทำตามหน้าที่	11	39.3
รวม	28	100.0

จากตารางพบว่า ลักษณะการบริหารของกลุ่ม ผู้ตอบแบบสอบถาม คิดว่ากลุ่มตัดเย็บบ้าน ดอกแดงมีการแบ่งงานกันทำ ร้อยละ 60.7 และคิดว่าไม่มีการแบ่งงานกันทำตามหน้าที่ ร้อยละ 39.3

ตาราง 5.8 รูปแบบการจัดการองค์กรของกลุ่ม

รูปแบบการจัดการองค์กร	ความถี่	ร้อยละ
แบบที่ 1 คือ ประธาน รองประธาน เลขานุการ และ ประชาสัมพันธ์	14	50.0
แบบที่ 2 ประธาน รองประธาน เลขานุการ และ ประชาสัมพันธ์ และฝ่ายตลาด	3	10.7
แบบที่ 3 ประธาน รองประธาน เลขานุการ และ ประชาสัมพันธ์	2	7.1
แบบที่ 4 ประธาน รองประธาน เลขานุการ ประชาสัมพันธ์ และฝ่ายควบคุมการผลิต	9	32.1
รวม	28	100.0

จากตาราง พบว่าสมาชิกกลุ่มมีความเห็นว่ามีรูปแบบการจัดการองค์กรของกลุ่ม เป็นแบบที่ 1 ประกอบด้วยคณะกรรมการประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ และประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาได้แก่ รูปแบบที่ 4 ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ ประชาสัมพันธ์ และฝ่ายควบคุมการผลิต คิดเป็นร้อยละ 32.1 รูปแบบที่ 2 ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ ประชาสัมพันธ์ และฝ่ายตลาด คิดเป็นร้อยละ 10.7 และรูปแบบสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 3 ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ และประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 7.1

ตาราง 5.9 ปัญหาของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

ปัญหาของกลุ่มตัดเย็บ	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
ไม่มีตลาดรองรับที่แน่นอน	17	16.0%	60.7%
ผลผลิตล้นตลาด	6	5.7%	21.4%
มีทุนหมุนเวียนน้อย	25	23.6%	89.3%
การผลิตยังไม่ได้มาตรฐาน	10	9.4%	35.7%
ไม่มีความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์	17	16.0%	60.7%
ปัญหาด้านคุณสมบัติตัวผลิตภัณฑ์	6	5.7%	21.4%
ปัญหาด้านการบรรจุภัณฑ์	11	10.4%	39.3%
ปัญหาด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์	13	12.3%	46.4%
อื่น ๆ	1	.9%	3.6%
รวม	106	100.0%	

จากตารางพบว่า ปัญหาของกลุ่มที่มากที่สุด ได้แก่ เรื่องมีทุนหมุนเวียนน้อย คิดเป็นร้อยละ 89.3 ปัญหาในอันดับรองลง ได้แก่ ไม่มีความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และไม่มีตลาดรองรับที่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 60.7 เท่ากัน ปัญหาด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 46.4 ปัญหาด้านการบรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 39.3 ปัญหาการผลิตยังไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 35.7 ปัญหาด้านคุณสมบัติตัวผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 21.4 ปัญหาผลผลิตล้นตลาด คิดเป็นร้อยละ 21.4 และปัญหาอื่น คิดเป็นร้อยละ 3.6

ตาราง 5.10 สภาพปัญหาการจัดการของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

สภาพปัญหาการจัดการ	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
กลุ่มมีคนทำงานน้อย	19	17.9%	67.9%
กิจกรรมของกลุ่มมีน้อย	6	5.7%	21.4%
เวลาของสมาชิกในการทำกิจกรรมมีน้อย	15	14.2%	53.6%
ทำเพื่อหารายได้ในยามว่าง	12	11.3%	42.9%
ความรู้เรื่องระบบการบริหารงานยังไม่ดีพอ	11	10.4%	39.3%
กิจกรรมไม่สนองต่อความต้องการของสมาชิก	10	9.4%	35.7%
สมาชิกมีรายได้หรือทุนสะสมลดลง	8	7.5%	28.6%
กลุ่มยังไม่มีในการทำเอกสารทางบัญชีที่ชัดเจน	11	10.4%	39.3%
สมาชิกขาดวินัยในการทำงาน	3	2.8%	10.7%
กฎ กติกา ของกลุ่มไม่ชัดเจน	11	10.4%	39.3%
รวม	106	100.0%	

จากตารางพบว่า สภาพปัญหาการจัดการของกลุ่มที่มากที่สุด ได้แก่ กลุ่มมีคนทำงานน้อย คิดเป็นร้อยละ 67.9 รองลงมาได้แก่ เวลาของสมาชิกในการทำกิจกรรมมีน้อย คิดเป็นร้อยละ 53.6 ทำงานเพื่อหารายได้ในยามว่าง คิดเป็นร้อยละ 42.9 ความรู้เรื่องระบบการบริหารงานยังไม่ดีพอ คิดเป็นร้อยละ 39.3 กลุ่มยังไม่มีในการทำเอกสารทางบัญชีที่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 39.3 กฎและกติกาของกลุ่มไม่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 39.3 กิจกรรมไม่สนองต่อความต้องการของสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 35.7 สมาชิกมีรายได้หรือทุนสะสมลดลง คิดเป็นร้อยละ 28.6 กิจกรรมของกลุ่มมีน้อย คิดเป็นร้อยละ 21.4 และสมาชิกขาดวินัยในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 10.7

ตาราง 5.11 ความต้องการของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

ความต้องการของกลุ่ม	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
การเผยแพร่ความรู้ด้านการประกอบอาชีพ	18	16.4%	66.7%
การแนะนำบริการด้านสินเชื่อ	6	5.5%	22.2%
การออม การส่งเสริมการประหยัด	7	6.4%	25.9%
การจัดหาสินค้า หรือปัจจัยการผลิต	11	10.0%	40.7%
การรวบรวมผลิตภัณฑ์ออกจำหน่าย	10	9.1%	37.0%
ทักษะด้านการตลาดที่นำไปสู่การปฏิบัติได้จริง	9	8.2%	33.3%
ตลาดรองรับที่แน่นอน	18	16.4%	66.7%
การออกแบบและการแปรรูปผลิตภัณฑ์	20	18.2%	74.1%
ความรู้เรื่องวิธีการบริหารจัดการกลุ่ม	11	10.0%	40.7%
รวม	110	100.0%	

จากตารางพบว่า ความต้องการของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง มีความต้องการในเรื่องการออกแบบและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.1 รองลงมา ได้แก่ ตลาดรองรับที่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 66.7 การเผยแพร่ความรู้ด้านการประกอบอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 66.7 การจัดหาสินค้าหรือปัจจัยการผลิต คิดเป็นร้อยละ 40.7 ความรู้เรื่องวิธีการบริหารจัดการกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 40.7 การรวบรวมผลิตภัณฑ์ออกจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 37 ทักษะด้านการตลาดที่นำไปสู่การปฏิบัติจริง คิดเป็นร้อยละ 33.3 การส่งเสริมการออมและการประหยัด คิดเป็นร้อยละ 25.9 และการแนะนำการบริการด้านสินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 22.2

ตาราง 5.12 ความคิดเห็นต่อการกำจัดขยะของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

ความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ
ถูกสุขลักษณะ	20	71.4
ไม่ถูกสุขลักษณะ	3	10.7
ไม่ทราบ	5	17.9
รวม	28	100.0

จากตารางพบว่า สมาชิกกลุ่มมีความคิดเห็นในเรื่องเกี่ยวกับการกำจัดขยะกลุ่มว่าถูกสุขลักษณะหรือไม่ สมาชิกส่วนใหญ่คิดว่าการกำจัดขยะถูกสุขลักษณะ คิดเป็นร้อยละ 71.4 ส่วนที่คิดว่าไม่ถูกสุขลักษณะ คิดเป็นร้อยละ 10.4 และไม่ทราบว่าถูกสุขลักษณะหรือไม่ คิดเป็นร้อยละ 17.9

ตาราง 5.13 ความคิดเห็นถึงปัจจัยที่มีความสำคัญในการดำเนินงานของกลุ่มตัดเย็บ

ปัจจัยที่สำคัญ	ความถี่	ร้อยละ
ตัวผู้นำ	14	50.0
สมาชิก	6	21.4
องค์กร/กลุ่ม	7	25.0
Missing	1	3.6
รวม	28	100.0

จากตารางพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในการดำเนินงานของกลุ่ม ที่สำคัญที่สุด ได้แก่ ตัวผู้นำ คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาเป็นองค์กร/กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 25 และสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 21.4

ตาราง 5.14 ปัญหาที่สำคัญในการดำเนินงานของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

ปัญหา	ความถี่	ร้อยละ
ด้านการผลิต	8	28.6
ด้านการตลาด/ขาย	7	25.0
ด้านการจัดการภายใน	2	7.1
ด้านการเงิน	10	35.7
Missing	1	3.6
รวม	28	100.0

จากตารางพบว่า ปัญหาที่สำคัญในการดำเนินการของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ที่สำคัญที่สุด ได้แก่ ปัญหาด้านการเงิน คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาเป็นปัญหาด้านการผลิต คิดเป็นร้อยละ 28.6 ปัญหาด้านการตลาด/ขาย คิดเป็นร้อยละ 25 และปัญหาด้านการจัดการภายใน คิดเป็นร้อยละ 7.1

ตาราง 5.15 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้นำกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

พฤติกรรมของผู้นำ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ความหมาย
นำความรู้และเทคนิคใหม่ ๆ มาใช้ในงานอยู่เสมอ	4.75	2.13654	ดีที่สุด
ติดตามงานจนแล้วเสร็จทุกครั้ง	4.61	1.47421	ดีที่สุด
มีความสนใจในงานที่ทำอย่างจริงจัง	4.50	1.20185	ดีที่สุด
มาทำงานก่อนสมาชิกเสมอ	4.50	1.10554	ดีที่สุด
มีการให้กำลังใจชื่นชมทีมงานอยู่เสมอ	4.50	.57735	ดีที่สุด
พูดจาไพเราะ มีสาระ	4.43	.69007	ดีที่สุด
มีความจริงใจต่อสมาชิกในกลุ่มทุกคน	4.43	.69007	ดีที่สุด
สามารถพูดให้สมาชิกเกิดแรงจูงใจได้ดี	4.39	1.19689	ดีที่สุด
ใช้เวลาในการทำงานเพื่อกลุ่ม	4.39	.73733	ดีที่สุด
มีมารยาทดี	4.32	.77237	ดีที่สุด

พฤติกรรมของผู้นำ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ความหมาย
มีความยุติธรรม	4.29	.80999	ดีที่สุด
สมาชิกยินดีทำตามที่ผู้นำกลุ่มบอกทุกครั้ง	4.29	.76290	ดีที่สุด
มีไหวพริบดี	4.04	1.03574	ดีมาก
มีการตัดสินใจแก้ไขปัญหาต่างๆ ของกลุ่มอย่าง ถูกต้อง	3.96	1.42678	ดีมาก
มีการเสนอรูปแบบสินค้าใหม่อยู่เสมอ	3.96	1.31887	ดีมาก
เจรจาต่อรองเก่ง	3.89	1.39680	ดีมาก
สามารถแก้ไขปัญหาในการตัดเย็บได้อย่างรวดเร็ว	3.82	.90487	ดีมาก
มีการตัดสินใจที่รวดเร็ว	3.75	.96705	ดีมาก
มีการปรับปรุงรูปแบบสินค้าให้ทันสมัย	3.64	1.54475	ดีมาก

จากตารางพบว่า พฤติกรรมของผู้นำกลุ่มที่อยู่ในระดับดีที่สุด ได้แก่ นำความรู้และเทคนิคใหม่ ๆ มาใช้ในงานอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.75$) ติดตามงานจนแล้วเสร็จทุกครั้ง ($\bar{X} = 4.61$) มีความสนใจในงานที่ทำอย่างจริงจัง ($\bar{X} = 4.50$) มาทำงานก่อนสมาชิกเสมอ ($\bar{X} = 4.50$) มีการให้กำลังใจชื่นชมทีมงานอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.50$) พูดจาไพเราะ มีสาระ ($\bar{X} = 4.43$) มีความจริงใจต่อสมาชิกในกลุ่มทุกคน ($\bar{X} = 4.43$) สามารถพูดให้สมาชิกเกิดแรงจูงใจได้ดี ($\bar{X} = 4.39$) สละเวลาในการทำงานเพื่อกลุ่ม ($\bar{X} = 4.39$) มีมารยาทดี ($\bar{X} = 4.32$) มีความยุติธรรม ($\bar{X} = 4.29$) สมาชิกยินดีทำตามที่ผู้นำกลุ่มบอกทุกครั้ง ($\bar{X} = 4.29$) สำหรับพฤติกรรมของผู้นำกลุ่มที่อยู่ในระดับดีมาก ได้แก่ มีไหวพริบดี ($\bar{X} = 4.04$) มีการตัดสินใจแก้ไขปัญหาต่างๆ ของกลุ่มอย่างถูกต้อง ($\bar{X} = 3.96$) มีการเสนอรูปแบบสินค้าใหม่อยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.96$) เจรจาต่อรองเก่ง ($\bar{X} = 3.89$) สามารถแก้ไขปัญหาในการตัดเย็บได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.82$) มีการตัดสินใจที่รวดเร็ว ($\bar{X} = 3.75$) มีการปรับปรุงรูปแบบสินค้าให้ทันสมัย ($\bar{X} = 3.64$)

ตาราง 5.16 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของสมาชิกกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

พฤติกรรมของสมาชิกกลุ่ม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ความหมาย
สมาชิกมีความเอื้อเฟื้อ ช่วยเหลือกันอยู่เสมอ	4.79	1.31535	ดีที่สุด
ไม่เคยขาดการประชุมกลุ่ม	4.75	1.81812	ดีที่สุด
มีความสุขในการทำงานกับกลุ่ม	4.68	1.09048	ดีที่สุด
มีความสบายใจในการทำงานกลุ่ม	4.32	.81892	ดีที่สุด
มีความเป็นกันเองในการทำงานและห่วงใยกัน	4.29	1.38396	ดีที่สุด
สมาชิกให้เกียรติซึ่งกันและกัน	4.29	1.24297	ดีที่สุด
มีความรู้สึกมั่นคงในการทำงานกับกลุ่ม	4.29	1.30120	ดีที่สุด
งานตัดเย็บเป็นงานที่ใช้ฝีมือและมีคุณค่า	4.25	.84437	ดีที่สุด
ได้รับการแจ้งข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ	4.14	.97046	ดีมาก
ได้รับคำแนะนำในการทำงานจากหัวหน้าและเพื่อนในกลุ่ม	4.04	.88117	ดีมาก
สามารถทำงานเสร็จตามกำหนดทุกครั้ง	3.89	.78595	ดีมาก
รู้สึกว่าตนเองมีความสามารถมากขึ้นจากแต่ก่อน	3.75	.79931	ดีมาก
สมาชิกได้รับคำชมจากผู้นำและผู้ร่วมงานบ่อย ๆ	3.54	.83808	ดีมาก
มีกลุ่มอื่นชวนให้ไปเป็นสมาชิก	3.50	2.00924	ดีมาก
สามารถทำงานเสร็จก่อนคนอื่น	3.43	.69007	ดีมาก
สามารถแก้ไขงานที่ผิดพลาดได้ถูกต้อง	3.36	.95119	ปานกลาง
ไม่เคยต้องแก้ไขงานที่ทำเลย	3.29	1.30120	ปานกลาง
มีเงินเหลือเก็บจากการทำงาน	2.89	1.52362	ปานกลาง
มีรายได้จากกลุ่มอย่างเพียงพอ	2.86	.93152	ปานกลาง
สมาชิกบางคนนำเครื่องมือ อุปกรณ์ไปใช้งานส่วนตัว	2.64	2.12941	ปานกลาง
สมาชิกชอบนินทากัน	2.57	1.37244	ปานกลาง

จากตาราง พบว่าพฤติกรรมของสมาชิกกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ที่มีพฤติกรรมที่ดีที่สุด ได้แก่ สมาชิกมีความเอื้อเฟื้อช่วยเหลือกันอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.79$) ไม่เคยขาดการประชุมกลุ่ม ($\bar{X} = 4.75$) มีความสุขในการทำงานกับกลุ่ม ($\bar{X} = 4.68$) มีความสบายใจในการทำงานกลุ่ม ($\bar{X} = 4.32$) มีความเป็นกันเองในการทำงานและห่วงใยกัน ($\bar{X} = 4.29$) สมาชิกให้เกียรติซึ่งกันและกัน ($\bar{X} = 4.29$) มีความรู้สึกมั่นคงในการทำงานกับกลุ่ม ($\bar{X} = 4.29$) งานตัดเย็บเป็นงานที่ใช้ฝีมือและมีคุณค่า ($\bar{X} = 4.25$) ได้รับการจ้างชาวสาวอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.14$) ได้รับคำแนะนำในการทำงานจากหัวหน้าและเพื่อนในกลุ่ม ($\bar{X} = 4.04$) สามารถทำงานเสร็จตามกำหนดทุกครั้ง ($\bar{X} = 3.89$) รู้สึกว่าตนเองมีความสามารถมากขึ้นจากแต่ก่อน ($\bar{X} = 3.75$) สมาชิกได้รับคำชมจากผู้นำและผู้ร่วมงานบ่อย ๆ ($\bar{X} = 3.54$) มีกลุ่มอื่นชวนให้ไปเป็นสมาชิก ($\bar{X} = 3.50$) สามารถทำงานเสร็จก่อนคนอื่น ($\bar{X} = 3.43$) สามารถแก้ไขงานที่ผิดพลาดได้ถูกต้อง ($\bar{X} = 3.36$) ไม่เคยต้องแก้ไขงานที่ทำเลย ($\bar{X} = 3.29$) มีเงินเหลือเก็บจากการทำงาน ($\bar{X} = 2.89$) มีรายได้จากกลุ่มอย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 2.86$) สมาชิกบางคนนำเครื่องมือ อุปกรณ์ไปใช้งานส่วนตัว ($\bar{X} = 2.64$) สมาชิกชอบนิทากัน ($\bar{X} = 2.57$)

ตาราง 5.17 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการองค์กรของสมาชิกกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

การจัดการองค์กรของกลุ่ม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ความหมาย
มีความเป็นกันเองในการทำงาน	4.68	1.12393	ดีที่สุด
สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	4.32	1.18801	ดีที่สุด
มีคำอธิบายงานในแต่ละหน้าที่	4.18	1.72248	ดีมาก
มีการมอบหมายงานที่ชัดเจน	4.11	1.77094	ดีมาก
มีการวางแผนด้านการเงิน	3.96	1.34666	ดีมาก
มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน	3.89	1.52362	ดีมาก
มีการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงงาน	3.89	1.34272	ดีมาก
มีบรรทัดฐาน (กฎ กติกา) ในการทำงานที่ชัดเจน	3.86	.93152	ดีมาก
มีการประชุมชี้แจง เกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินของกลุ่ม	3.86	.84828	ดีมาก
มีการวางแผนด้านการตลาด	3.82	.98333	ดีมาก
กฎและระเบียบของกลุ่มมีลักษณะยืดหยุ่นเหมาะสม	3.75	.92796	ดีมาก
มีการวางแผนด้านการผลิต	3.68	.90487	ดีมาก

การจัดการองค์กรของกลุ่ม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ความหมาย
มีโครงสร้างการบริหารที่ชัดเจน	3.64	1.09593	ดีมาก
มีกฎ กติกา ของกลุ่มเป็นลายลักษณ์อักษร	3.61	1.57149	ดีมาก
มีการปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับอย่างเคร่งครัด	3.46	.83808	ดีมาก
หน้าที่งานที่ทำซ้ำซ้อนกับคนอื่น	2.86	1.23871	ปานกลาง

จากตารางพบว่า กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงมีการจัดการองค์กร ในระดับที่ดีมาก ได้แก่ มีความเป็นกันเองในการทำงาน ($\bar{X} = 4.68$) สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ($\bar{X} = 4.32$) มีคำอธิบายงานในแต่ละหน้าที่ ($\bar{X} = 4.18$) มีการมอบหมายงานที่ชัดเจน ($\bar{X} = 4.11$) มีการวางแผนด้านการเงิน ($\bar{X} = 3.96$) มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.89$) มีการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงงาน ($\bar{X} = 3.89$) มีบรรทัดฐาน (กฎ กติกา) ในการทำงานที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.86$) มีการประชุมชี้แจงเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินของกลุ่ม ($\bar{X} = 3.86$) มีการวางแผนด้านการตลาด ($\bar{X} = 3.82$) กฎและระเบียบของกลุ่มมีลักษณะยืดหยุ่นเหมาะสม ($\bar{X} = 3.75$) มีการวางแผนด้านการผลิต ($\bar{X} = 3.68$) มีโครงสร้างการบริหารที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.64$) มีกฎ กติกาของกลุ่มเป็นลายลักษณ์อักษร ($\bar{X} = 3.61$) มีการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับอย่างเคร่งครัด ($\bar{X} = 3.46$) หน้าที่งานที่ทำซ้ำซ้อนกับคนอื่น ($\bar{X} = 2.86$)

ผังความคิด (Mind Map)

การเขียนผังความคิดเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของกลุ่ม โดยให้สมาชิกแบ่งกลุ่ม ออกเป็นกลุ่มย่อย แล้วทีมวิจัยเข้าไปช่วยในการจัดการรวบรวมข้อมูลและเขียน mind map ให้หลังจากนั้นให้ทางสมาชิกกลุ่มเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้ง สามารถแสดงเป็นผังความคิดได้ ดังนี้

1. การศึกษาปัญหาของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง หมู่ 1 ต.สง่าบ้าน อ.ดอยสะเก็ด จ. เชียงใหม่ ด้วยการจัดเวทีชาวบ้านซึ่งได้รับความร่วมมืออย่างดีจากชุมชน โดยมีการแบ่งผู้เข้าร่วม ออกเป็นกลุ่มย่อย เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้มีโอกาสในการแสดงความคิดเห็นอย่างทั่วถึง เกี่ยวกับเรื่องการบริหารจัดการกลุ่มภายในชุมชน รวมทั้งเปิดโอกาสให้อภิปรายถึงปัญหาและความต้องการของชุมชน เพื่อการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งยั่งยืน ทั้งนี้ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแสดงความคิดเห็นในแต่ละกลุ่มย่อย แล้วนำมาสรุปเขียนเป็นผังความคิด (Mind Map) เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของ

ปัญหา จัดหมวดหมู่ของปัญหาและความต้องการออกเป็นกลุ่ม ๆ ทำให้เห็นขอบเขตของปัญหาและแนวทางในการพัฒนากลุ่มที่ชัดเจนมากขึ้น สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 5.1



ภาพที่ 5.1 ปัญหาของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

จากภาพจะเห็นได้ว่าปัญหาของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงสามารถจัดกลุ่มได้ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ปัญหาด้านการบริหารจัดการ ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านการผลิต และปัญหาด้านการเงินบัญชี โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

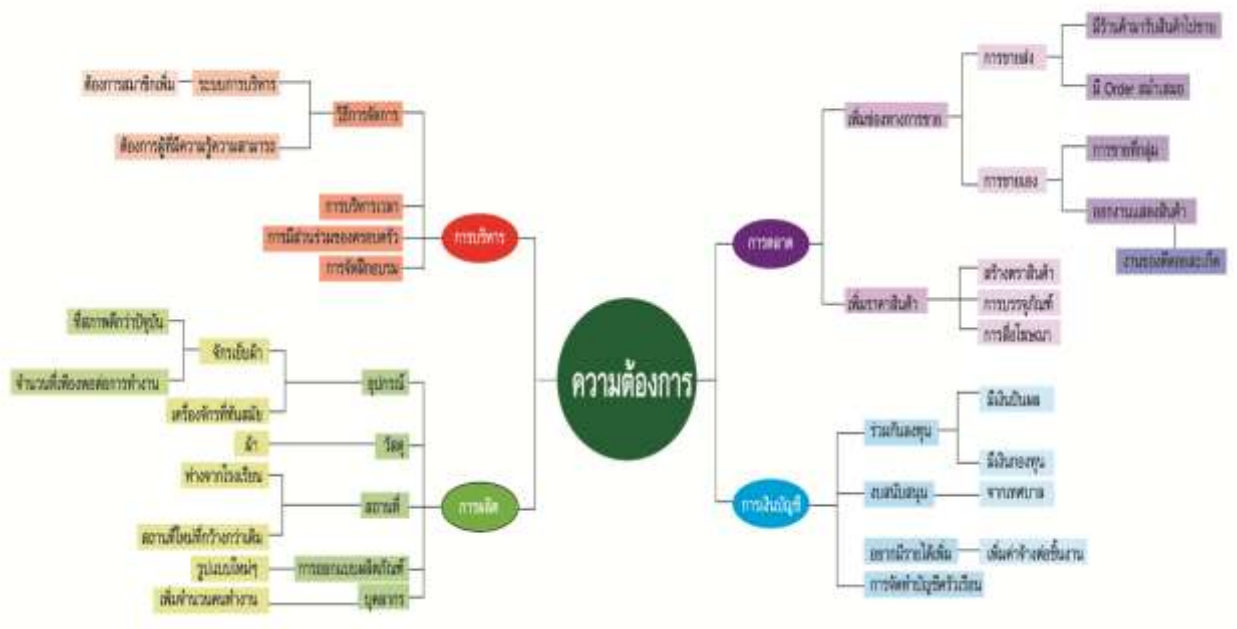
ปัญหาด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ โครงสร้างของกลุ่มไม่ชัดเจน ขาดการประสานงานที่ดีต่อเนื่อง ปัญหาการบริหารเวลา ลูกหลานไม่สนใจทำหรือเรียนรู้ ขาดความรู้ความสามารถในการจัดการ การทำงานยังไม่เป็นระบบ และสมาชิกบางคนต้องการทำเอง

ปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ ช่องทางการขายมีจำกัด การขนส่งมีต้นทุนสูง ไม่มีการโฆษณา และปัญหาการตั้งราคาที่เหมาะสม เป็นต้น

ปัญหาด้านการผลิต ได้แก่ วัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น อุปกรณ์ในการทำงานไม่เพียงพอ รูปแบบสินค้าไม่หลากหลาย สถานที่คับแคบ และปัญหาแรงงาน (เช่น ทักษะยังไม่ได้มาตรฐาน มีแรงงานที่มีฝีมือน้อย เป็นต้น)

ปัญหาด้านการเงินบัญชี ได้แก่ เงินทุนไม่เพียงพอ เกิดหนี้เสีย (เก็บหนี้ไม่ได้) การลงบัญชีไม่สม่ำเสมอ ยอดขายต่ำ ระยะเวลาคืนเงินกู้สั้น และวินัยในการใช้จ่ายของสมาชิก เป็นต้น

2. การศึกษาความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง เพื่อเป็นเป้าหมายในการวางแผนงานในการพัฒนากลุ่มต่อไปในอนาคต จากการระดมความคิดของสมาชิกกลุ่ม สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 5.2



ภาพที่ 5.2 ความต้องการของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

จากภาพ จะพบว่าความต้องการของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง สามารถจัดเป็นกลุ่ม ๆ ได้ 4 กลุ่ม คือ ความต้องการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ ความต้องการพัฒนาด้านการตลาด ความต้องการพัฒนาการผลิต และความต้องการพัฒนาด้านการเงินบัญชี โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

ความต้องการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ การพัฒนาวิธีการจัดการของกลุ่ม (เช่น การเสริมความรู้ระบบการบริหารและการหาสมาชิกเพิ่ม เป็นต้น) การพัฒนาเรื่องการบริหารเวลา การให้สมาชิกในครัวเรือนมีส่วนร่วมเพิ่มขึ้น และการจัดฝึกอบรม เป็นต้น

ความต้องการพัฒนาด้านการตลาด ได้แก่ การเพิ่มช่องทางการขาย (ทั้งการขายส่งและการขายปลีก) และการเพิ่มราคาสินค้า เป็นต้น

ความต้องการพัฒนาด้านการผลิต ได้แก่ การจัดหาอุปกรณ์ การเลือกวัสดุในการผลิต การปรับปรุงสถานที่ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาทักษะบุคลากร เป็นต้น

ความต้องการพัฒนาด้านการเงินบัญชี ได้แก่ การร่วมลงทุน การจัดหาบสนับสนุน และการจัดทำบัญชี เป็นต้น

การทำกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์

จากผลการศึกษาปัญหาและความต้องการของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ตลอดจนการให้วิธีการสังเกต ทางที่วิจัยพบว่ากลุ่มและสมาชิกในชุมชน มีการทำงานร่วมกันไม่เต็มที่แสดงถึงการขาดความเข้าใจในการทำงานร่วมกันและสะท้อนถึงปัญหาความสัมพันธ์ของกลุ่มที่ยังอาจไม่เหนียวแน่นพอ ที่วิจัยจึงได้ดำเนินการจัดกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ด้วยกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ โดยใช้วิทยากรจากภายนอกมาช่วยในการดำเนินกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ ซึ่งได้รับเกียรติจากคุณฉัตรชัย ต้นติวัฒนา และทีมงาน มาเป็นวิทยากรในการจัดการอบรมกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ พร้อมทั้งทีมงานของโครงการวิจัย เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการทำงานร่วมกันและเสริมความรู้ในการทำงานเป็นทีมด้วยกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ให้สมาชิกกลุ่มและคนในชุมชนได้เกิดความรู้และความเข้าใจในการทำงานร่วมกัน เกิดความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของกลุ่ม รวมทั้งกระตุ้นชุมชนให้เกิดแรงจูงใจในการพัฒนาชุมชน นำไปสู่ความสามัคคีและความเข้มแข็งของชุมชน โดยมีการจัดกิจกรรมทั้งหมด 11 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมละลายพฤติกรรม กิจกรรมบทบาทสมมติ กิจกรรม 1-100 กิจกรรมสร้างหอคอย กิจกรรมยาวที่สุด กิจกรรมปากกาวิเศษ กิจกรรมมือประสานใจ กิจกรรมการสืบป้องกัน กิจกรรมการแข่งขันคืบเม็ดมะขาม กิจกรรมต่อจิ๊กซอ กิจกรรมการทำเค้ก โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. กิจกรรมละลายพฤติกรรม เป็นกิจกรรมในการแนะนำวิทยากรและสมาชิกกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง รวมทั้งคนในชุมชนบ้านดอกแดง ให้เข้าสู่กระบวนการกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ด้วยความเป็นกันเอง ให้แต่ละคนได้มีโอกาสในการพูดแสดงความคิดเห็นและแนะนำตัว จากการสังเกตพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของกลุ่มสมาชิกบ้านดอกแดง พบว่า ผู้ที่เข้าร่วมการอบรมให้ความสนใจและให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมเป็นอย่างดี วิทยากรสามารถเปิดใจผู้เข้าร่วมอบรม และทำให้เกิดยอมรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากวิทยากรได้ดี

2. กิจกรรมบทบาทสมมติ เป็นกิจกรรมที่เน้นถึงการสร้างความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ที่ได้รับ เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการเอาใจเขามาใส่ใจเรา ทำให้เห็นถึงบทบาทที่แตกต่างกันของบุคคลในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยการให้สวมบทบาทตามหมวกกระดาษที่ได้รับแล้วให้แสดงความคิดเห็นว่าบทบาทที่ได้รับนั้นควรมีหน้าที่และพฤติกรรม อย่างไรบ้าง และทำไมถึงต้องมีพฤติกรรมอย่างที่บอกมา เพื่อให้เข้าใจถึงความคาดหวังในบทบาทของบุคคล จากการสังเกตพฤติกรรมและการตอบคำถามใน

ระหว่างการดำเนินกิจกรรม พบว่า ชาวบ้านสามารถแสดงความคิดเห็นว่าแต่ละงานควรมีบทบาทอย่างไร และมีความคาดหวังในบทบาทนั้นอย่างไรบ้าง แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของแต่ละบุคคลที่มีบทบาทที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือกันในการทำงานต่อไป

3. กิจกรรม 1-100 เป็นกิจกรรมที่ให้สมาชิกกลุ่มแต่ละกลุ่ม ได้ช่วยเหลือกันในการหาตัวเลขที่ได้เขียนไว้แล้วในแผ่นกระดาษ ตั้งแต่เลข 1 จนถึง 100 โดยให้วงตัวเลขจากน้อยไปมาก คือเริ่มตั้งแต่ 1 จนถึง 100 กิจกรรมนี้เป็นการสะท้อนเห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องช่วยเหลือกันในการดูแลรักษาผลประโยชน์ของกลุ่ม ด้วยการช่วยกันค้นหาตัวเลข 1 ถึง 100 และต้องคอยช่วยกันบอกสมาชิกในกลุ่มทุกคนต้องคอยช่วยกันเป็นหูเป็นตาให้แก่กันและกัน จึงจะสามารถทำงานให้สำเร็จได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากคนเดียวไม่สามารถหาเลขได้อย่างทั่วถึงในเวลาจำกัด เนื่องจากการมองของแต่ละคนมักจะมองเฉพาะจุดที่ตนเองสนใจ หรือเลขที่อยู่ในระยะสายตาเท่านั้น ส่วนตัวเลขที่อยู่ใกล้หรือไกลเกินไปก็จะมองไม่เห็น ดังนั้นหากสมาชิกในกลุ่มมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงาน จะทำให้งานเสร็จตามระยะเวลาที่คาดหมายไว้ จากการสังเกตพฤติกรรมในระหว่างการดำเนินกิจกรรม พบว่า ชาวบ้านได้ช่วยเหลือกันในการวงกลมตัวเลข โดยมีการช่วยเหลือด้วยการบอกว่าตัวเลขตัวต่อไปอยู่ตรงไหนในแผ่นกระดาษ แสดงถึงความเข้าใจในการที่จะต้องช่วยเหลือกันในการทำงานในเวลาจำกัด หรือในเวลาที่ต้องมีการแข่งขัน เพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

4. กิจกรรมสร้างหอคอย เป็นกิจกรรมที่ให้สมาชิกกลุ่มแต่ละกลุ่ม ได้ร่วมกันคิดในการสร้างสรรค์หอคอยให้สูงที่สุด ด้วยทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด โดยทางทีมวิจัยได้กำหนดให้ใช้ทรัพยากรเท่าที่ทางทีมวิจัยได้จัดเตรียมไว้ให้ ได้แก่ หลอดพลาสติกขนาดต่าง ๆ ในจำนวนที่กำหนดให้เท่า ๆ กัน เพื่อสะท้อนให้เห็นว่าในการทำงานใด ๆ ก็ตามนั้น สิ่งที่ต้องใช้ไปในการดำเนินการหรือปัจจัยนำเข้านั้นมีอยู่อย่างจำกัด จึงต้องมีการคิดวิธีการในการนำไปสู่ผลสำเร็จด้วยความประหยัดอยู่ตลอดเวลา ซึ่งในที่นี้หมายถึงทรัพยากรที่ทางกลุ่มมีนั่นเอง นอกจากนี้ยังกระตุ้นให้กลุ่มใช้ความคิดสร้างสรรค์ต่าง ๆ เพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมาย ซึ่งจรรยาบรรณของกิจกรรมนี้ต้องการสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการในการยอมรับความคิดเห็นระหว่างสมาชิกในกลุ่ม จากการสังเกตพฤติกรรมในระหว่างการดำเนินกิจกรรม พบว่า ชาวบ้านได้มีการแสดงความคิดเห็นที่หลากหลายในการสร้างหอคอย มีการลองผิดลองถูกด้วยการทดลองทำ มีการรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมทีม และช่วยเหลือกันในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น แสดงถึงความเข้าใจในการยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นและการยอมรับความผิดพลาดของผู้อื่น ซึ่งจะนำไปสู่การทำงานร่วมกันด้วยความเข้าใจในระหว่างสมาชิกต่อไป

5. กิจกรรมยาวที่สุด เป็นกิจกรรมที่ให้กลุ่มฉีกกระดาษที่ให้ โดยต้องไม่ขาดแล้วนำมาต่อกันให้ได้ยาวที่สุดว่ากลุ่มใดสามารถวางได้ยาวที่สุดในเวลาที่กำหนด เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความร่วมมือร่วมใจกันในการทำงาน เมื่อเป้าหมายมีความชัดเจน ซึ่งทุกคนในกลุ่มจะต้องมีส่วนร่วมในการทำงาน จากการสังเกตพฤติกรรมในระหว่างการดำเนินกิจกรรม พบว่า ชาวบ้านได้มีการทำความเข้าใจกับ

เป้าหมายที่ให้ได้อย่างชัดเจน มีการวางแผนในการฉีกกระดาษ และมีการแนะนำซึ่งกันและกันในกลุ่ม เพื่อให้สามารถนำมาต่อกันให้ได้ยาวที่สุด แสดงถึงความร่วมแรงร่วมใจกันในการทำงาน เมื่อมีเป้าหมายที่ชัดเจน ทำให้ทุกคนสามารถรับรู้บทบาทของตนเองว่าจะสามารถช่วยเหลือกลุ่มได้อย่างไร ซึ่งจะไปสู่การกำหนดเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจน อันเป็นปัจจัยสำคัญในการทำงานก่อนการเริ่มดำเนินการใด ๆ

6. กิจกรรมปากกาวิเศษ เป็นกิจกรรมที่ให้สมาชิกในกลุ่มช่วยกันดึงเชือกที่ผูกติดกับปากกาหลายเส้น โดยให้สมาชิกแต่ละคนออกแรงในการดึงเชือกเพื่อวาดภาพตามที่กำหนดให้ เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการถ้อยที่ถ้อยอาศัยในการทำงานร่วมกัน ด้วยการสังเกตแรงดึงปากกาของเพื่อนสมาชิกในกลุ่มว่าไปในทิศทางใด และต้องการให้เราดึงเมื่อใด เป็นกิจกรรมที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญในการติดตามการดำเนินการของเพื่อนสมาชิกในกลุ่มว่าได้มีการดำเนินการอะไรบ้าง และเราควรเข้าไปมีบทบาทในโอกาสใดบ้าง ที่จะสามารถช่วยเหลือให้กลุ่มสามารถดำเนินงานสำเร็จได้ตามเป้าหมาย จากการสังเกตพฤติกรรมในระหว่างการดำเนินกิจกรรม พบว่า ชาวบ้านได้มีการสังเกตเพื่อนร่วมทีมว่าดึงปากกาไปทางใด และตนเองจะดึงปากกา หรือผ่อนแรงดึงปากกาเมื่อใด เพื่อให้ได้รูปตามที่กำหนดไว้ แสดงถึงการให้ความสำคัญ ของการให้ความสนใจติดตามสังเกตพฤติกรรมในการทำงานหรือกิจกรรมของเพื่อนร่วมทีม และทำให้ทราบว่าตนเองสามารถจะเข้าไปช่วยเหลืออย่างไร ในช่วงเวลาที่เหมาะสมได้

7. กิจกรรมมือประสานใจ เป็นกิจกรรมที่ให้สมาชิกในกลุ่มได้เอามือวางทับกัน โดยมีการกำหนดว่าให้มีมือวางทับกันกี่มือ หรือให้มีมือเหลืออยู่ที่มือ หากถูกต้องจะได้คะแนน แต่หากไม่ถูกต้องจะถูกหักคะแนน เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจในการมีส่วนร่วมในการทำงานอย่างใกล้ชิด บางครั้งต้องเสียสละด้วยการดึงมือออก บางครั้งต้องขอเพื่อนให้นำมือมาวางเพิ่ม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไป จากการสังเกตพฤติกรรมในระหว่างการดำเนินกิจกรรม พบว่า ชาวบ้านได้มีการคำนึงถึงเป้าหมาย มีการดึงมือเข้าหรือออกในแต่ละครั้ง สะท้อนให้เห็นถึงความพร้อมในการเสียสละของสมาชิกในทีม เมื่อเป้าหมายมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

8. กิจกรรมการคืบปกป้อง เป็นกิจกรรมที่ให้สมาชิกคืบลูกปัดส่งต่อกันไปจนถึงคนสุดท้าย โดยไม่ให้หล่นระหว่างทาง หากหล่นจะต้องเริ่มใหม่ เป็นการแสดงให้เห็นว่างานที่ทำนั้น บางครั้งเป็นงานที่ยาก หรือไม่ถนัด หรือไม่เคยทำ แต่ต้องทำ หากมีการช่วยเหลือให้กำลังใจซึ่งกันและกัน และฝึกฝนจนเกิดทักษะ จะทำให้สามารถทำงานให้ประสบผลสำเร็จได้ รวมทั้งสะท้อนให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถของบุคคลที่แตกต่างกัน จากการสังเกตพฤติกรรมในระหว่างการดำเนินกิจกรรม พบว่า ชาวบ้านได้มีการให้คำแนะนำช่วยเหลือกัน และให้อภัยกันเมื่อไม่สามารถส่งต่อปกป้องกันได้ รวมทั้งมีความพยายามในการคืบปกป้องและส่งต่อให้เพื่อนให้ได้ แสดงถึงการรู้จักให้อภัย การยอมรับความสามารถของบุคคลที่แตกต่างกัน รวมทั้งแสดงให้เห็นถึงผลของความพยายาม

ไม่ว่าจะเป็นงานที่ยาก หรืองานที่ไม่เคยทำ จะสามารถสำเร็จได้หากมีความพยายามอย่างไม่ย่อท้อ และการช่วยเหลือกันในระหว่างสมาชิกกลุ่ม

9. กิจกรรมการแข่งขันคืบเม็ดมะขาม เป็นกิจกรรมที่ให้สมาชิกคืบเม็ดมะขามแล้วนำไปใส่ไว้ในถ้วย หากหล่นระหว่างทางต้องไปคืบมาใหม่ โดยแบ่งออกเป็นทีมทั้งหมด 6 ทีม แล้วนับเม็ดมะขามที่คืบมาไว้ในถ้วยว่าได้จำนวนกี่เม็ด ทีมที่ได้เม็ดมะขามมากที่สุดจะเป็นทีมที่ชนะ เป็นการแสดงให้เห็นว่างานที่ทำนั้นเป็นงานที่ยาก รวมทั้งในการทำธุรกิจต้องมีการแข่งขันกันอยู่เสมอ หากกลุ่มมีการวางแผน การหาวิธีการในการทำงานที่ดี มีการช่วยเหลือให้กำลังใจซึ่งกันและกัน และฝึกฝนจนเกิดทักษะแล้วจะทำให้สามารถทำงานให้ประสบผลสำเร็จได้ จากการสังเกตพฤติกรรมในระหว่างการดำเนินกิจกรรม พบว่า ชาวบ้านได้มีการพูดคุยเพื่อวางแผนในการนำเม็ดมะขามไปไว้ในถ้วยให้เร็วที่สุด มีการทดลองฝึกการคืบเม็ดมะขาม ว่าคนในกลุ่มคนใดคืบเก่งที่สุดก็จะได้เป็นผู้ที่เริ่มคืบก่อนและได้คืบบ่อยที่สุด มีการให้คำแนะนำ ให้กำลังใจกัน ช่วยเหลือกัน และให้อภัยซึ่งกันและกัน เมื่อเกิดความผิดพลาด ทำให้กลุ่มได้เกิดการเรียนรู้ถึงความไว้วางใจกัน การทำตามแผนงาน และการฝึกฝน เพื่อให้เกิดทักษะที่ดีขึ้น

10. กิจกรรมต่อจิกซอ เป็นกิจกรรมที่ให้สมาชิกกลุ่มแต่ละกลุ่ม ช่วยกันต่อชิ้นส่วนเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า 1 รูป โดยรูปที่มาต่อกันจะเป็นรูปทรงเลขาคณิต ทั้งแบบสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม และด้านไม่เท่า เป็นกิจกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาในการทำงานร่วมกัน ที่ต้องมีความคิดเห็นที่ไม่เหมือนกัน มีความขัดแย้งกัน แต่ต้องช่วยกันคิดช่วยกันทำ เพื่อหาแนวทางในการทำงานให้ได้ผลสำเร็จตามที่ตั้งไว้ จากการสังเกตพฤติกรรมในระหว่างการดำเนินกิจกรรม พบว่า ชาวบ้านในแต่ละกลุ่มได้มีการเรียนรู้ถึงการทำงานร่วมกัน การรู้จักรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น การรู้จักการกำหนดกรอบการทำงานที่ชัดเจน และเข้าใจถึงการมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการทำงาน นอกจากนี้ยังรู้จักคอยหาโอกาสในการที่จะช่วยเหลือกลุ่มให้สามารถทำงานให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้

11. กิจกรรมการทำเค้ก เป็นกิจกรรมที่ให้สมาชิกแต่ละกลุ่ม ช่วยกันคิดในการสร้างสรรค์ผลงานด้วยกระดาษและอุปกรณ์ที่ทางทีมงานจัดไว้ให้ เพื่อทำเค้กในจินตนาการของกลุ่ม เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน เพื่อค้นหารูปแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยอาศัยการจำลองหน้าตาและรูปแบบของเค้ก เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดและวิธีการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ที่ต่างไปจากเดิม จากการสังเกตพฤติกรรมในระหว่างการดำเนินกิจกรรม พบว่า ชาวบ้านในแต่ละกลุ่มมีความตั้งใจการประดิษฐ์คิดค้น ในการทำเค้กกระดาษ ในรูปแบบต่าง ๆ มีความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการที่แปลกใหม่ มีความร่วมมือกันมากขึ้น รู้จักการแบ่งหน้าที่ และการใช้ความสามารถของแต่ละบุคคลให้เกิดประโยชน์มากที่สุด แสดงให้เห็นถึงพื้นฐานของกลุ่มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดีในอนาคต

ตาราง 5.18 ผลการประเมินสิ่งที่ได้จากการทำกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์

หัวข้อการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ความหมาย
ความมั่นใจในการทำงานกลุ่ม	4.22	.577	ดีมากที่สุด
ความตั้งใจในการทำงานกลุ่ม	4.22	.577	ดีมากที่สุด
ความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น	4.22	.641	ดีมากที่สุด
การช่วยเหลือกันในการทำงาน	4.07	.550	ดีมาก
การเรียนรู้พฤติกรรมการทำงานร่วมกัน	4.04	.587	ดีมาก
สามารถเข้าใจคนอื่นได้ดีขึ้น	4.04	.706	ดีมาก
การมีส่วนร่วมในกิจกรรม	4.00	.555	ดีมาก
ได้ฝึกความเป็นประชาธิปไตย	3.96	.649	ดีมาก
ฝึกความอดทน อดกลั้นในการทำงานร่วมกัน	3.96	.649	ดีมาก
เรียนรู้การฟังตนเอง	3.96	.706	ดีมาก
เกิดความเข้าใจตนเองมากขึ้น	3.96	.649	ดีมาก
พบว่าหลักธรรมสามารถใช้ในการทำงานได้ดี	3.93	.730	ดีมาก
ได้เรียนรู้ถึงการติดต่อสื่อสารกันระหว่างทำกิจกรรม	3.89	.641	ดีมาก

หลังจากการดำเนินกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ทั้ง 10 กิจกรรมแล้วทางทีมวิจัยได้ให้ผู้เข้าร่วมโครงการประเมินสิ่งที่ได้จากการทำกิจกรรมกลุ่ม โดยสิ่งที่ได้จากการทำกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ในระดับดีมากที่สุด ได้แก่ ความมั่นใจในการทำงานกลุ่ม ($\bar{X} = 4.22$) ความตั้งใจในการทำงานกลุ่ม ($\bar{X} = 4.22$) และความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น ($\bar{X} = 4.22$) และสิ่งที่ได้จากการทำกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ในระดับมาก ได้แก่ การช่วยเหลือกันในการทำงาน ($\bar{X} = 4.07$) การเรียนรู้พฤติกรรมการทำงานร่วมกัน ($\bar{X} = 4.04$) สามารถเข้าใจคนอื่นได้ดีขึ้น ($\bar{X} = 4.04$) การมีส่วนร่วมในกิจกรรม ($\bar{X} = 4.00$) ได้ฝึกความเป็นประชาธิปไตย ($\bar{X} = 3.96$) ฝึกความอดทน อดกลั้นในการทำงานร่วมกัน ($\bar{X} = 3.96$) เรียนรู้การฟังตนเอง ($\bar{X} = 3.96$) เกิดความเข้าใจตนเองมากขึ้น ($\bar{X} = 3.96$) พบว่าหลักธรรมสามารถใช้ในการทำงานได้ดี ($\bar{X} = 3.93$) และได้เรียนรู้ถึงการติดต่อสื่อสารกันระหว่างทำกิจกรรม ($\bar{X} = 3.89$)

ตาราง 5.19 การประเมินการจัดดำเนินการกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์

หัวข้อการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ความหมาย
สถานที่ อุปกรณ์ อาหาร บริการ มีความเหมาะสม	4.15	.534	มาก
ระยะเวลาที่จัดอบรมมีความเหมาะสม	4.00	.620	มาก
กิจกรรมมีความสอดคล้องกัน	3.96	.587	มาก
ผู้นำกิจกรรมมีความรู้ ความสามารถ	3.93	.675	มาก
กิจกรรมสามารถประยุกต์ใช้ได้จริง	3.89	.801	มาก

การประเมินผลการจัดดำเนินการกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ ผู้เข้าร่วมอบรมมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้ สถานที่ อุปกรณ์ อาหาร บริการ มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.15$) ระยะเวลาที่จัดอบรมมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.00$) กิจกรรมมีความสอดคล้องกัน ($\bar{X} = 3.96$) ผู้นำกิจกรรมมีความรู้ ความสามารถ ($\bar{X} = 3.93$) และกิจกรรมสามารถประยุกต์ใช้ได้จริง ($\bar{X} = 3.89$) ตามลำดับ

การประชุมกลุ่มย่อยและการพัฒนาการบริหารงานกลุ่ม

จากการจัดกิจกรรมเวทีชาวบ้านและการจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ให้กับชุมชน เพื่อชุมชนเกิดความสามัคคีและเข้าใจในการทำงานร่วมกันที่ได้ดำเนินการไปแล้ว สามารถสร้างเสริมความรู้และความเข้าใจได้ในระดับหนึ่ง ทั้งนี้การพัฒนาในรูปแบบในการบริหารจัดการนั้น จำเป็นต้องมีการวางแผนและมีการร่วมคิดร่วมทำในกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม พร้อมทั้งทบทวนการดำเนินการและกิจกรรมที่ดำเนินการไปแล้วว่าควรมีการพัฒนาอย่างไร ทางผู้วิจัยจึงได้จัดให้มีการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อให้สมาชิกกลุ่มตัดเย็บได้มีการปรึกษาหารือและแสดงความคิดเห็น ตลอดจนร่วมกันพัฒนาแนวทางการดำเนินการของกลุ่ม เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการทำงานและเกิดความเข้าใจในกลไกการบริหารงานมากยิ่งขึ้น

1. การประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 1

การให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่ม ผู้วิจัยได้จัดให้มีการประชุมกลุ่มย่อย โดยมีประเด็นในเรื่องวิธีการจัดการต่าง ๆ ของกลุ่ม เปิดโอกาสให้สมาชิกได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ในการขายสินค้า พบว่า การจัดการในการขายสินค้าเน้นไปในส่วนของการขายส่ง เพื่อให้มีรายได้เข้ากลุ่ม และเป็นการลดความเสี่ยงในเรื่องของการมีสินค้าเหลือ ทำให้ขายได้ในราคา

ต่ำ มีส่วนต่างระหว่างต้นทุนและราคาน้อย เช่น ต้นทุนรองเท้าผ้าใสบ้านคู่ละ 18 บาท ขายส่งได้ในราคาคู่ละ 22-23 บาท ในขณะที่พ่อค้าคนกลางนำไปขายต่อในราคาคู่ละ 49-59 บาท จึงเห็นได้ว่าส่วนต่างที่ได้น้อยมากเมื่อเทียบกับพ่อค้าคนกลาง

ทางกลุ่มจึงมีแนวทางในการคิดที่จะผลิตสินค้าที่มีความแตกต่างจากเดิม โดยมีคุณศรีพรรณ แก้วตา คุณอุบลรัตน์ ใจอุตม์ ทำหน้าที่ถอดแบบใหม่และทดลองทำ โดยสามารถผลิตสินค้าใหม่ ๆ ได้หลายอย่าง เช่น หมอนอิงปักลาย รองเท้าผ้า รองเท้ายักซ์ (สำหรับใส่ของจดหมาย) กระเป๋าถือ ถุงใส่ของ เสื้อยืดปักลาย ผ้าคลุมเบาะรถยนต์ และกระเป๋าใส่คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก เป็นต้น

นอกจากนี้ทางกลุ่มยังมีความคิดที่จะนำผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่ไปหาช่องทางในการจัดจำหน่ายเอง โดยมีคุณคุณภัทรภร ฤทธิชัย เป็นผู้รับผิดชอบในการนำไปขายที่จังหวัดเชียงราย เนื่องจากทำงานอยู่ที่จังหวัดเชียงรายและกลับมาบ้านทุกสัปดาห์ โดยนำไปวางจำหน่ายในพื้นที่ที่จัดงานถนนคนเดินของจังหวัดเชียงรายทุกสัปดาห์ และบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ปรากฏว่าได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี สามารถขายได้ในราคาที่สูงกว่าการขายส่ง เช่น รองเท้าผ้ารูปแบบใหม่ ต้นทุนคู่ละ 25-35 บาท สามารถขายได้คู่ละ 69-79 บาท

สำหรับผลิตภัณฑ์เดิม ได้แก่ รองเท้าผ้าที่ขายส่งให้พ่อค้าคนกลาง ผ้าห่ม และที่นอนปิคนิค ก็ยังดำเนินการผลิตและส่งให้พ่อค้าคนกลางเหมือนเดิม

2. การประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 2

เป็นการประชุมในเรื่องที่เกี่ยวกับการคิดต้นทุนในการผลิตและการตั้งราคาขายสินค้าว่าควรมีการตั้งราคาเท่าไร จึงจะเหมาะสม โดยพยายามแยกต้นทุนออกมาเป็นหมวดหมู่หลัก ๆ เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าวัสดุ และค่าแรงงาน เป็นต้น ทั้งนี้ค่าไฟฟ้าจะเป็นปัญหาในการคำนวณมากที่สุด เนื่องจากการใช้ไฟฟ้าวรร่วมกับไฟฟ้าที่ใช้ในบ้านปกติ ทำให้ไม่สามารถคิดต้นทุนได้ชัดเจน ทางกลุ่มจึงมีมติที่จะจะแยกมิเตอร์ไฟฟ้าออกจาก มิเตอร์ไฟฟ้าบ้าน เพื่อให้ทราบต้นทุนที่แท้จริง โดยจะพยายามหาแนวทางในการแยกมิเตอร์ไฟฟ้าออกมาให้ได้

การแก้ไขปัญหาเรื่องสถานที่คับแคบ และการจัดวางอุปกรณ์ต่าง ๆ ทางกลุ่มได้ประชุมและมีความเห็นในการจัดหาสถานที่ใหม่ ที่สะดวกในการทำงาน และไม่ห่างไกลจากที่เดิม โดยให้ประธานกลุ่มและรองประธานกลุ่ม เป็นผู้พิจารณาในการจัดหาสถานที่ จากการพิจารณาสถานที่หลาย ๆ แห่งแล้ว จึงได้ตกลงที่จะใช้สถานที่ของบ้านประธานกลุ่ม เนื่องจากมีที่ว่างพอที่จะจัดทำสถานที่ให้เหมาะกับการผลิตได้ นอกจากนี้ทางกลุ่มยังมีแนวคิดที่จะจัดตั้งเป็นศูนย์เรียนรู้กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง เพื่อให้คนในชุมชนและลูกหลาน ได้ศึกษาเรียนรู้ รวมทั้งมีรายได้เสริม

ซึ่งในตอนท้ายของโครงการทางกลุ่มสามารถแยกมิเตอร์ไฟฟ้าออกมาจากมิเตอร์บ้านได้ โดยการจัดสร้างศูนย์เรียนรู้กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงขึ้นมาได้

3. การประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 3

เป็นการประชุมวางแผนการจัดตั้งและเปิดศูนย์เรียนรู้กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ การจัดโครงสร้างการบริหาร และการกำหนดหน้าที่งาน โดยทางกลุ่มได้มีการปรึกษาหารือกัน เกี่ยวกับการบริหารจัดการที่ชัดเจนของกลุ่ม รวมถึงแนวทางการบริหารงานโดยคณะกรรมการ กลุ่มจึงได้จัดตำแหน่งงานโดยกำหนดโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมกับขนาดและลักษณะของธุรกิจ โดยทำการประชุมการจัดโครงสร้างให้เป็นสากลและสามารถตรวจสอบการทำงานได้ สามารถกำหนดตำแหน่งงานที่สำคัญและความเชื่อมโยงในการบริหารงาน ซึ่งโครงสร้างการบริหารประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม เลขานุการ เภรัญญิก ฝ่ายการตลาด ที่ปรึกษากลุ่มและสมาชิกในกลุ่ม ทั้งนี้มีการเพิ่มตำแหน่งที่ปรึกษากลุ่มขึ้นมาในภายหลัง เพื่อเข้ามาช่วยในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มและวางแผนการตลาด รวมทั้งคอยช่วยประสานงานกับหน่วยงานสนับสนุนต่าง ๆ เพื่อสร้างโอกาสในการดำเนินงานของกลุ่ม สามารถแสดงโครงสร้างคณะกรรมการบริหารกลุ่ม ได้ดังภาพ

โครงสร้างการบริหารงาน กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง



ภาพที่ 5.3 โครงสร้างการบริหารงานของกลุ่ม

การกำหนดหน้าที่งาน (Job description) จากการประชุมกลุ่มย่อย โดยให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้ปรึกษาหารือ หน้าที่งานต่าง ๆ ภายในกลุ่ม สามารถแบ่งโครงสร้างตามหน้าที่ ออกได้ 5 ตำแหน่งงาน ได้แก่ ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม เภรัญญิก เลขานุการกลุ่ม และฝ่ายการตลาด ทั้งนี้ทีมวิจัยได้ทำการวิเคราะห์งานร่วมกับสมาชิกกลุ่มตัดเย็บ แล้วนำมาเขียนเป็นใบกำหนดหน้าที่งาน ในทั้งทั้ง 5 ตำแหน่งงานได้ ดังนี้

ใบกำหนดหน้าที่งาน (Job Description)

ชื่อตำแหน่ง	ประธานกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง
-------------	------------------------------

วัตถุประสงค์ (Job Purpose)

รับผิดชอบการกำหนดทิศทางและนโยบายการพัฒนา กลุ่ม และบริหารงานในกลุ่ม ให้สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง เพื่อสร้างผลประโยชน์และคุณค่าแก่สมาชิกที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม

ความรับผิดชอบหลัก (Key Responsibilities)

หน้าที่หลัก/กิจกรรมหลัก	วัตถุประสงค์หลักของงาน
การพัฒนา กลุ่ม - ศึกษาแนวทางในการสร้างอาชีพ สร้างงาน ให้แก่สมาชิก - ร่วมกับคณะกรรมการของกลุ่ม พิจารณานโยบายในด้านต่าง ๆ - ประสานงานและหาความร่วมมือในการพัฒนากิจกรรมของกลุ่มจากหน่วยงานต่าง ๆ - รายงานผลการดำเนินงานให้คณะกรรมการและสมาชิกทราบ	- เพื่อพิจารณาคัดเลือกโครงการที่ช่วยพัฒนาและสร้างรายได้ให้แก่สมาชิก - เพื่อเกิดความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งนโยบายต่าง ๆ ของกลุ่ม - เพื่อได้รับการสนับสนุนงบประมาณ และเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ - เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบันให้สมาชิกทราบ
การบริหารงาน - วางแผนในการดำเนินงาน - ติดตาม ตรวจสอบ ควบคุมการดำเนินงานกิจกรรมในงานด้านต่าง ๆ - ให้คำแนะนำ ปรีกษา แก่คณะทำงานของกลุ่ม	- เพื่อให้กลุ่มมีรายได้จากการดำเนินงาน - เพื่อให้กลุ่มมีผลการดำเนินการที่ดี เกิดภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือขององค์กร - เพื่อจูงใจผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ใบกำหนดหน้าที่งาน (Job Description)

ชื่อตำแหน่ง	รองประธานกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง
-------------	---------------------------------

วัตถุประสงค์ (Job Purpose)

รับผิดชอบช่วยเหลือการทำงานของประธานกลุ่ม เกี่ยวกับการกำหนดทิศทางและนโยบายการพัฒนา กลุ่ม และบริหารงานในกลุ่ม ให้สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก เพื่อสร้างผลประโยชน์และคุณค่าแก่สมาชิก

ความรับผิดชอบหลัก (Key Responsibilities)

หน้าที่หลัก/กิจกรรมหลัก	วัตถุประสงค์หลักของงาน
หน้าที่หลัก - จัดทำโครงการในการสร้างอาชีพและการสร้างงานให้แก่สมาชิก - ช่วยเหลือในการบริหารงบประมาณ - ช่วยวางแผนคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่/พัฒนากระบวนการผลิต/พัฒนาตลาด - ประมาณการยอดขายและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย	- สอดคล้องกับนโยบายของกลุ่ม - สร้างศักยภาพในการแข่งขัน - ได้สินค้าใหม่ที่มีศักยภาพ - ได้แนวคิดใหม่ที่เป็นไปได้ - การเติบโตของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
หน้าที่รอง	

ใบกำหนดหน้าที่งาน (Job Description)

ชื่อตำแหน่ง	เหรียญกษาปณ์
-------------	--------------

วัตถุประสงค์ (Job Purpose)

รับผิดชอบการวางแผนและควบคุมการดำเนินงานทางการเงินและการบัญชี เพื่อจัดทำรายงานที่ถูกต้องและเสร็จทันเวลาให้กับคณะกรรมการกลุ่ม

ความรับผิดชอบหลัก (Key Responsibilities)

หน้าที่หลัก/กิจกรรมหลัก	วัตถุประสงค์หลักของงาน
หน้าที่หลัก - วางแผนการใช้เงินของกลุ่ม - ควบคุมการจัดหาเงินทุนและเงินรายได้ต่างๆ - ควบคุมดูแลการใช้จ่ายเงินของกลุ่ม - การจัดเก็บ และดูแลรักษาเงินทุนของกลุ่ม - จัดทำรายงานการรับ จ่ายเงินของกลุ่ม และจัดทำบัญชีให้เป็นปัจจุบัน	- พิจารณาการใช้เงินให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนงานของกลุ่ม - มีระดับหนี้ที่เหมาะสม - ระบบบัญชีถูกต้อง และเสร็จทันเวลา - ความปลอดภัยของเงินทุน - สามารถตรวจสอบได้
หน้าที่รอง - จัดเตรียมเงินสำรองฉุกเฉิน - เข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่ม ตามที่ได้รับมอบหมาย	- ช่วยเหลือสมาชิกกลุ่มเมื่อมีเหตุจำเป็น - การเข้าร่วมกิจกรรม

ใบกำหนดหน้าที่งาน (Job Description)

ชื่อตำแหน่ง	เลขานุการกลุ่ม
-------------	----------------

วัตถุประสงค์ (Job Purpose)

รับผิดชอบในด้านประสานงาน การต้อนรับ การจัดเตรียมการประชุม การดูแลเอกสาร และการจัดรายงานการประชุม ตลอดจนการรายงานผลการดำเนินงานของกลุ่ม ด้วยความถูกต้องและทันเวลา

ความรับผิดชอบหลัก (Key Responsibilities)

หน้าที่หลัก/กิจกรรมหลัก	วัตถุประสงค์หลักของงาน
หน้าที่หลัก - การติดต่อจดหมายกับบุคคล/หน่วยงานภายนอก - การจัดทำบันทึกภายใน - การนัดหมายการประชุม และจัดเตรียมรายละเอียดการประชุม - ติดต่อประสานงานกับบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งภายในกลุ่มและภายนอกกลุ่ม - ออกแบบผลิตภัณฑ์ - จัดทำรายงานผลการดำเนินงานของกลุ่ม	- ความถูกต้อง - ความชัดเจนของการสื่อสาร - ทันเวลา - สามารถประชุมได้ตรงตามกำหนด - ผู้เข้าร่วมประชุมครบ - ไม่มีปัญหาติดขัดในการประชุม - ความพึงพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้อง - ให้มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ
หน้าที่รอง - เข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่ม ตามที่ได้รับมอบหมาย	- การเข้าร่วมกิจกรรม

ใบกำหนดหน้าที่งาน (Job Description)

ชื่อตำแหน่ง	ฝ่ายการตลาด
-------------	-------------

วัตถุประสงค์ (Job Purpose)

รับผิดชอบในด้านการให้ข้อมูล ข่าวสาร และการรวบรวมข้อมูล ข่าวสาร แก่สมาชิกกลุ่ม ในด้านการผลิต การตลาด และความก้าวหน้าในการดำเนินงานของกลุ่ม

ความรับผิดชอบหลัก (Key Responsibilities)

หน้าที่หลัก/กิจกรรมหลัก	วัตถุประสงค์หลักของงาน
หน้าที่หลัก - วางแผนการประชาสัมพันธ์ - การจัดทำเอกสารเผยแพร่ข้อมูลและข่าวสาร แก่สมาชิกกลุ่ม - การเก็บรวบรวมข้อมูลและข่าวสาร ทางด้านการผลิต การตลาด และการดำเนินงานของกลุ่ม - การต้อนรับและประสานงานกับบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งภายในกลุ่มและภายนอกกลุ่ม	- ความถูกต้อง - ความชัดเจนของการสื่อสาร - ทันเวลา - เป็นข้อมูลในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ และเป็นข้อมูลให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ตัวใดขายดี ควรผลิตต่อเนื่อง หรือเป็นครั้งคราว - ลดความผิดพลาดในการประสานงาน
หน้าที่รอง - เข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่ม ตามที่ได้รับมอบหมาย	- การเข้าร่วมกิจกรรม

กฎ ระเบียบ และข้อบังคับของกลุ่ม กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ได้มีการกำหนดกฎ ระเบียบ และข้อบังคับ เป็นลายลักษณ์อักษรไว้อย่างชัดเจน จากการติดตามพบว่าสมาชิกมิได้ฝ่าฝืนกฎ ระเบียบข้อบังคับ แต่ก็มีข้อขัดแย้งเรื่องของค่าตอบแทน เนื่องจากสมาชิกได้รับค่าตอบแทนที่ต่ำรวมทั้งยังขาดความเข้าใจในเรื่องของการลงทุนในเครื่องจักรอุปกรณ์และวัสดุ นอกจากนี้ยังพบปัญหาในด้านการผลิตของสมาชิกที่ยังไม่ได้มาตรฐานตามที่กลุ่มต้องการทำให้ บางครั้งสมาชิกอาจจะไม่ได้รับค่าแรงตามที่คาดหวัง จึงทำให้เกิดความเข้าใจผิด อย่างไรก็ตามในประเด็นนี้ประธานกลุ่มสามารถอธิบายให้สมาชิกเข้าใจได้

นโยบายในการลงทุนและจ่ายเงินการปันผล ทางกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงได้มีการร่วมกันร่างนโยบายในการจ่ายเงินปันผล โดยรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ส่วนหนึ่งจะหักเป็นต้นทุนการผลิตเพื่อเป็นทุนหมุนเวียนต่อ และนำกำไรที่ได้มาสะสมรวมกันทุก 3 เดือน ในส่วนของกำไรได้แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ร้อยละ 20 หักเข้ากองทุนหมุนเวียนกลุ่ม และร้อยละ 80 เฉลี่ยจ่ายปันผลคืนให้สมาชิกคนละเท่า ๆ กัน

การตัดสินใจในการบริหารงาน ทางกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงได้มีมติที่จะมอบอำนาจการตัดสินใจให้แก่ประธานกลุ่ม เนื่องจากสมาชิกให้ความไว้วางใจและกระบวนการตัดสินใจของประธานกลุ่มจะมีลักษณะของการระดมความคิดเห็นจากสมาชิกแต่ละคน เพื่อใช้ประกอบเหตุผลการตัดสินใจ ทำให้การตัดสินใจในการบริหารงานของกลุ่มเป็นที่ยอมรับ

การจัดหาแหล่งเงินทุนของกลุ่ม เงินลงทุนของกลุ่มได้มาจากการระดมทุนจากสมาชิก โดยให้สมาชิกได้ลงทุนเป็นเงินตามกำลังทรัพย์ของแต่ละคน ซึ่งสมาชิกบางส่วนก็จะซื้อหุ้นเพิ่มหรือนำเงินปันผลมาลงทุนเพิ่ม นอกจากนี้ทางกลุ่มยังได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลสง่าบ้าน (ปัจจุบันเป็นเทศบาลตำบลสง่าบ้าน) เพื่อเป็นทุนในการส่งเสริมด้านอุปกรณ์จักรเย็บผ้า หลังจากได้เงินลงทุนเริ่มดำเนินการแล้วกลุ่มมีการบริหารเงินทุนโดยใช้กำไรที่แบ่งไว้ส่วนหนึ่งเป็นการลงทุนต่อ (Reinvestment) เป็นทุนหมุนเวียน และกำไรสะสมส่วนหนึ่งก็สามารถนำมาใช้ในการซื้อเครื่องจักรซึ่งเป็นสินทรัพย์คงที่ได้

การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ทางกลุ่มได้มีแนวคิดในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่ม เพื่อให้เป็นที่รู้จัก มีภาพลักษณ์ที่ดี และเกิดการยอมรับที่มากขึ้น โดยทางกลุ่มได้มีการจัดทำนามบัตร แผ่นพับ ป้ายฉลากสินค้า ป้ายศูนย์การเรียนรู้ และป้ายประชาสัมพันธ์ รวมทั้งจัดทำวิดีโอ เพื่อนำเสนอการดำเนินงานของกลุ่ม โดยจะทำการฉายในการออกแสดงสินค้าในสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มอนุรักษ์และส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนรับรู้ ได้แก่ 1) นามบัตรของกลุ่มจะนำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ตั้ง ที่ติดต่อ และตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม เพื่อให้ผู้ที่ได้รับสามารถติดต่อกลับมาได้อย่างสะดวกทั้งทางโทรศัพท์และทางอีเมล 2) แผ่นพับ เป็นเอกสารที่เน้นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นหลัก รวมทั้งความเป็นมาของกลุ่ม สถานที่จัดจำหน่าย สถานที่ติดต่อ และแผนที่ในลักษณะการพับ 3 ส่วน 3) ป้ายฉลากสินค้า เป็นการนำเสนอตราสินค้าเพื่อให้ผู้ซื้อสามารถจดจำสถานที่ผลิตได้ โดยคาดหวังว่าผู้ซื้อที่ต้องการซื้อสินค้าในจำนวนมาก หรือในเทศกาลพิเศษ สามารถติดต่อกับทางกลุ่มได้โดยตรง เป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดอีกทางหนึ่ง 4) ป้ายศูนย์เรียนรู้ เป็นการแสดงถึงสถานที่ตั้ง ที่ทำการของกลุ่ม ให้มีความชัดเจน โดยติดตั้งไว้ที่หน้าอาคาร เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถติดต่อได้สะดวกมากขึ้น 5) ป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นการประชาสัมพันธ์ตราสินค้าของกลุ่ม ในรูปแบบธงญี่ปุ่น (ขนาด 50 cm x 1.5 m) และ Roll-up (ขนาด 80 cm x 2 m) เพื่อให้เห็นเด่นชัดในการจัดบูทแสดงสินค้าตามงานเทศกาลต่าง ๆ

การจัดการความรู้ด้านการตลาด

ทางทีมวิจัยได้นำหลักของการจัดการความรู้ เข้ามาเป็นส่วนประกอบสำคัญในการดำเนินกิจกรรมของงานวิจัย โดยมีการดำเนินการ ดังนี้

1. เริ่มจากการจัดเวทีชาวบ้าน เพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกกลุ่มได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และทางทีมวิจัยได้มีการเก็บข้อมูลพื้นฐานเพิ่มเติมด้วยแบบสอบถามในประเด็นที่เกี่ยวกับการดำเนินการทางด้านการตลาดของกลุ่ม

2. การประเมินการบริหารด้านการตลาดของกลุ่ม แล้วนำมาเรียบเรียงและวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค เพื่อให้สมาชิกได้ทราบถึงสภาพแวดล้อมทางการตลาดในปัจจุบันของกลุ่มว่ามีลักษณะอย่างไร เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนในการดำเนินการทางด้านการตลาดต่อไป

3. การเสริมความรู้จากภายนอก เป็นการเสริมความรู้ตามประเด็นที่ได้จากปัญหาทางการตลาดของกลุ่ม เช่น การวางแผนการตลาด การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การสำรวจตลาด การจัดการตราสินค้า การสร้างมูลค่าเพิ่ม และพฤติกรรมผู้บริโภค

4. การทดสอบตลาด เป็นการนำสินค้าที่กลุ่มผลิตขึ้นมาหลังจากที่ได้มีการพัฒนาแนวคิดทางการตลาดให้แก่กลุ่มแล้ว โดยทางทีมวิจัยได้ให้ทางกลุ่มนำสินค้าไปทดสอบตลาดในช่องทางจำหน่ายต่าง ๆ เช่น ตลาดนัดคนเดินที่เชียงใหม่ ตลาดนัดของดีดอยสะเก็ด และในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

จากการดำเนินกิจกรรมในการจัดการความรู้ทางด้านการตลาด สามารถนำเสนอรายละเอียดในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มทางด้านการตลาด

ตาราง 5.20 อัตราส่วนร้อยละของสมาชิกที่มีต่อปัญหาด้านการตลาดของกลุ่ม

ปัญหาทางด้านการตลาดของกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
ขาดการประสานช่วยเหลือทางด้านการตลาด	7	23.3
ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ที่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก	7	23.3
รูปแบบการบรรจุภัณฑ์ไม่ทันสมัย	5	16.7
พ่อค้าคนกลางไม่มารับซื้อ	5	16.7
ราคาวัตถุดิบเปลี่ยนแปลงบ่อย	3	10.0
ปัญหาด้านคุณสมบัติของตัวผลผลิต	3	10.0
รวม	30	100.0

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มสมาชิกส่วนใหญ่มีความเห็นว่ากลุ่มประสบปัญหาด้านการขาดการประสานความช่วยเหลือด้านการตลาดและปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ ถึงร้อยละ 23.3 ตามด้วยปัญหาด้านรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ไม่ทันสมัยและพ่อค้าคนกลางไม่มารับซื้อ ร้อยละ 16.7 ส่วนราคาสินค้า การเกษตรเปลี่ยนแปลงบ่อยและปัญหาด้านคุณสมบัติของตัวผลผลิต ซึ่งมีข้อจำกัดในตัวเอง มีเพียงร้อยละ 10.0

ตาราง 5.21 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มสมาชิกจำแนกตามปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการจัดจำหน่ายสินค้าตัดเย็บของกลุ่ม

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์	16	53.3
ด้านราคา	7	23.3
ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย	5	16.7
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2	6.7
รวม	30	100.0

จากการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม พบว่า กลุ่มสมาชิกส่วนใหญ่มีความเห็นว่าด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 53.3 รองลงมาคือปัจจัยด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 23.3 ตามด้วยปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 16.7 น้อยที่สุดสมาชิกเห็นว่าเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีเพียงร้อยละ 6.7

ตาราง 5.22 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มสมาชิกจำแนกตามการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

การให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ตราสินค้า	15	50.0
ความหลากหลายแปลกใหม่	13	43.3
การบรรจุหีบห่อ	12	40.0
วัสดุที่ใช้	11	36.7
ความละเอียด	9	30.0
การรับประกัน	3	10.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ร้อยละในที่นี้คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่างรวม 30 ราย

จากการสำรวจเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พบว่าสมาชิกให้ความสำคัญกับการสร้างตราสินค้ามากที่สุด จำนวนร้อยละ 50.0 ความหลากหลายแปลกใหม่ ร้อยละ 43.3 ตามด้วยการบรรจุหีบห่อ ร้อยละ 40.0 โดยสมาชิกให้ความสำคัญกับการรับประกันน้อยที่สุด ร้อยละ 10.0 จากกลุ่มสมาชิกทั้งหมด

ตาราง 5.23 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มสมาชิกต่อประโยชน์ของตราสินค้าในการดำเนินการจำหน่าย

ประโยชน์ของตราสินค้าในการจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ลูกค้าจดจำได้ง่าย	16	46.7
รับประกันคุณภาพของสินค้า	12	40.0
ใช้ต่อรองในการซื้อขาย	4	13.3
รวม	30	100.0

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มสมาชิกเห็นว่าประโยชน์ที่มากที่สุดของตราสินค้าในการจำหน่ายคือ ลูกค้าจดจำได้ง่าย ร้อยละ 46.7 การรับประกันคุณภาพของสินค้าและใช้ต่อรองในการซื้อขายคิดเป็นร้อยละ 40.0 และ 13.3 ตามลำดับ

ตาราง 5.24 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มสมาชิกต่อความเห็นในการติดตราสินค้ามีผลต่อยอดขายสินค้าของกลุ่ม

การติดตราสินค้ามีผลต่อยอดขายสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
มีผลต่อยอดขาย	28	93.3
ไม่มีผลต่อยอดขาย	2	6.7
รวม	30	100.0

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มสมาชิกส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการติดตราสินค้ามีผลต่อยอดขายสินค้า ถึงร้อยละ 93.3 ส่วนสมาชิกที่เห็นว่าไม่มีผลต่อยอดขายมีเพียงร้อยละ 6.7

ตาราง 5.25 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มสมาชิกต่อความพอใจในบรรจุภัณฑ์ของสินค้า

ความพอใจในบรรจุภัณฑ์ของสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
บรรจุภัณฑ์เป็นที่พอใจ	19	63.3
บรรจุภัณฑ์ไม่เป็นที่พอใจ	11	36.7
รวม	30	100.0

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มสมาชิกส่วนใหญ่มีความพอใจในบรรจุภัณฑ์ของสินค้า ร้อยละ 63.3 ส่วนสมาชิกที่เห็นว่าบรรจุภัณฑ์ไม่เป็นที่พอใจ ร้อยละ 36.7

ตาราง 5.26 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มสมาชิกจำแนกตามประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ต่อการจำหน่าย

ประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ต่อการจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
สร้างภาพลักษณ์ที่ดี	19	63.3
รักษาสินค้า	5	16.7
ขนส่งง่าย	5	16.7
แบ่งเกรดคุณภาพได้	1	3.3
รวม	30	100.0

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มสมาชิกส่วนใหญ่มีความเห็นว่าประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ต่อการจำหน่ายคือการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีถึงร้อยละ 63.3 การรักษาสินค้าและง่ายต่อการขนส่ง ร้อยละ 16.7 ส่วนประโยชน์ด้านการแบ่งเกรดคุณภาพของผลิตภัณฑ์มีเพียงร้อยละ 3.3

ตาราง 5.27 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มสมาชิกจำแนกตามเกณฑ์การตั้งราคาสินค้าของกลุ่ม

เกณฑ์การตั้งราคาสินค้าของกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
ราคาตลาด	19	63.3
ปริมาณการสั่งซื้อ	6	20.0
ระดับหรือประเภทของลูกค้า	3	10.0
ฤดูกาล	2	6.7
รวม	30	100.0

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มสมาชิกส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเกณฑ์การตั้งราคาสินค้าของกลุ่มมากจากการสืบจากราคาตลาดร้อยละ 63.3 กำหนดจากปริมาณการสั่งซื้อ ร้อยละ 20.0 ดูเกณฑ์

จากระดับหรือประเภทของลูกค้า ร้อยละ 10.0 น้อยที่สุดจะกำหนดราคาตามฤดูกาลมีเพียงร้อยละ 6.7

ตาราง 5.28 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มสมาชิกจำแนกตามวิธีการสืบราคาจากแหล่งต่าง ๆ

วิธีการสืบราคา	จำนวน	ร้อยละ
จากพ่อค้าแม่ค้าในตลาด	13	44.8
จากเพื่อนบ้าน (กลุ่มวิสาหกิจชุมชนใกล้เคียง)	12	41.4
จากผู้ใช้นสินค้า	8	27.6
จากเจ้าหน้าที่ส่งเสริม	6	20.7
จากสื่อต่าง ๆ	5	17.2
สอบถามจากลูกค้า	1	13.8
จากคู่แข่ง	4	3.4

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ร้อยละในที่นี้คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่างรวม 30 ราย

จากการสำรวจเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีวิธีการสืบราคาจากแหล่งต่าง ๆ พบว่าการสืบราคาจากพ่อค้าแม่ค้าในตลาด มีมากถึงร้อยละ 44.8 สืบราคาจากเพื่อนบ้าน ร้อยละ 41.4 จากผู้ใช้นสินค้า ร้อยละ 27.6 จากการสอบถามข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริม ร้อยละ 20.7 การดูการตั้งราคาจากสื่อต่าง ๆ ร้อยละ 17.2 สอบถามจากลูกค้า ร้อยละ 13.8 สืบราคาจากคู่แข่งร้อยละ 3.4

ตาราง 5.29 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มสมาชิกจำแนกตามเหตุผลที่กลุ่มไปจ้างผู้อื่นผลิตต่อ

เหตุผลที่กลุ่มไปจ้างผู้อื่นผลิตต่อ	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตเองไม่ทัน	7	63.6
เพื่อช่วยเหลือและสร้างเครือข่ายร่วมมือ	3	27.3
ไม่สามารถผลิตเองได้	1	9.1
รวม	11	100.0

*Missing เท่ากับ 19 คน

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มสมาชิกส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเหตุผลที่กลุ่มไปจ้างผู้อื่นผลิตต่อคือผลิตเองไม่ทัน ร้อยละ 63.3 เพื่อช่วยเหลือและสร้างเครือข่ายร่วมมือ ร้อยละ 27.3 ส่วนสมาชิกที่เห็นว่าไม่สามารถผลิตเองได้มีเพียงร้อยละ 9.1

ตาราง 5.30 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มสมาชิกจำแนกตามความเห็นต่อการให้สินเชื่อลูกค้า

รูปแบบการรับชำระค่าสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	28	93.3
เงินเชื่อ	2	6.7
รวม	30	100.0

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มสมาชิกส่วนใหญ่มีความเห็นว่าควรมีรูปแบบการรับชำระค่าสินค้าเป็นเงินสด ถึงร้อยละ 93.3 ส่วนสมาชิกที่เห็นว่าควรให้ชำระเป็นเงินเชื่อมีเพียงร้อยละ 6.7

ตาราง 5.31 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มสมาชิกจำแนกตามความต้องการในการเข้ารับการฝึกอบรมด้านการตลาดสำหรับกลุ่ม

ความต้องการในการเข้ารับการฝึกอบรมด้านการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการการเข้ารับการฝึกอบรมด้านการตลาด	27	90.0
ไม่ต้องการการฝึกอบรมด้านการตลาด	3	10.0
รวม	30	100.0

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มสมาชิกส่วนใหญ่มีความจำเป็นต้องการเข้ารับการฝึกอบรมด้านการตลาด ร้อยละ 90.0 ไม่ต้องการการฝึกอบรมด้านการตลาดมีเพียงร้อยละ 10.0

การประเมินการบริหารด้านการตลาดของกลุ่ม

การประเมินการบริหารด้านการตลาดของกลุ่มเป็นการวิเคราะห์ถึงจุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค เพื่อให้สมาชิกได้ทราบถึงสภาพแวดล้อมทางการตลาดในปัจจุบัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การจัดจำหน่าย

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะมี 2 ช่องทาง คือ การขายส่งให้แก่ผู้จำหน่ายสินค้าตลาดวโรรส (ภาคหลวง) และพ่อค้าแม่ค้าที่จำหน่ายสินค้าตามถนนคนเดินต่าง ๆ จะซื้อเป็นประจำเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ โดยส่วนมากจะสั่งซื้อสินค้าจำพวกรองเท้าใส่ในบ้านและเครื่องนอนต่าง ๆ

ส่วนช่องทางการขายปลีกส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าผู้ใช้คนสุดท้าย จะเป็นผู้ที่ซื้อสินค้าไปใช้ส่วนตัวโดยส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าจำพวกของใช้ส่วนตัว ของใช้ภายในบ้านและเสื้อผ้า เป็นต้น โดยส่วนใหญ่จะจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น งานของดีดอยสะเก็ดหรือตามถนนคนเดินที่กลุ่ม

ได้นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่ และส่วนหนึ่งได้จากการขายผ่านศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของอำเภอดอยสะเก็ด

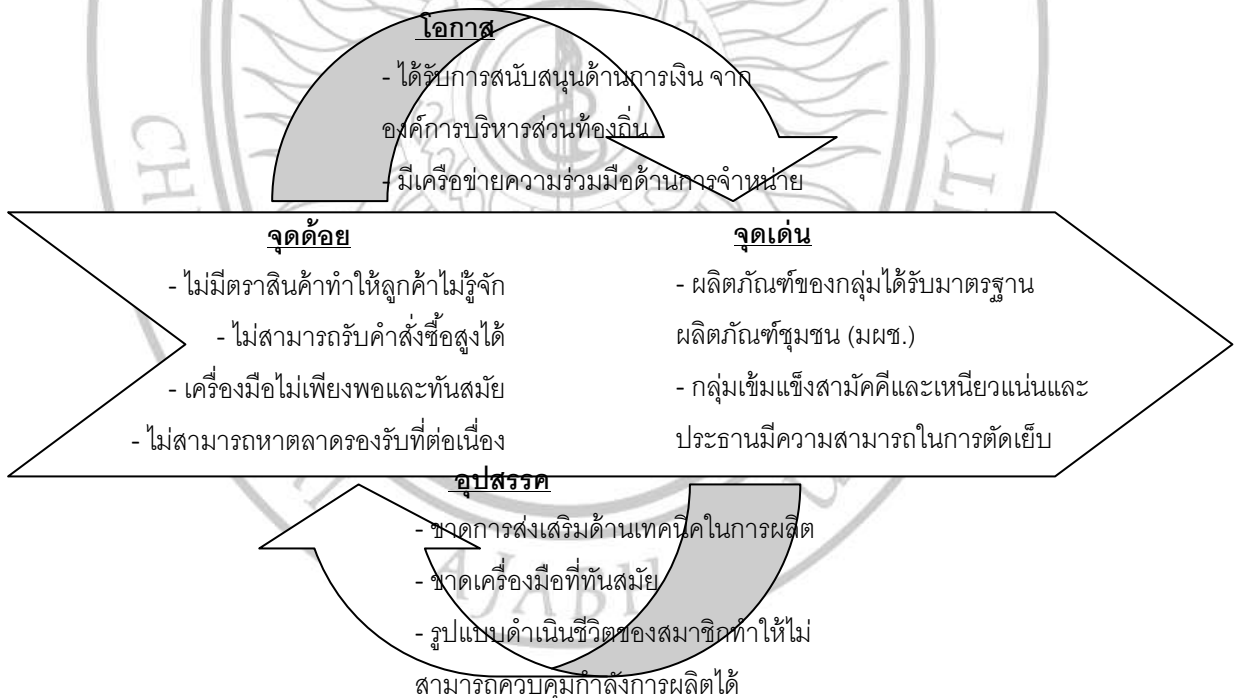
2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงเป็นกลุ่มที่มีเครื่องมือ อุปกรณ์พื้นฐานในการตัดเย็บทำให้สามารถผลิตสินค้าได้ตามคำสั่งซื้อ และจุดเด่นด้านการบริหารอยู่ที่ประธานกลุ่มมีพื้นฐานในการตัดเย็บ ทำให้สามารถปรับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย แต่ยังคงรักษาคุณภาพในการผลิตของสมาชิกในกลุ่มที่ยังขาดความประณีตทำให้สินค้าที่ได้ยังไม่มีมาตรฐานอันจะส่งผลกระทบต่อสร้างตราสินค้า ส่วนปัญหาด้านการตลาดปัจจุบันช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มยังอยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นทางกลุ่มจึงควรสร้างความหลากหลายในการผลิตสินค้าและควบคุมคุณภาพของสินค้าให้ได้ตามมาตรฐาน ที่สำคัญหากทางกลุ่มสามารถเพิ่มกำลังการผลิตขึ้นได้ก็ควรสร้างตราสินค้าเพื่อให้เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มสร้างความแข็งแกร่งด้านการแข่งขัน และทำการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังกลุ่มลูกค้าในระดับสูงที่มีกำลังซื้อมากกว่ากลุ่มเดิมจะทำให้กลุ่มมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นทำให้ผลตอบแทนของสมาชิกสูงขึ้นด้วย

ตาราง 5.32 สภาพแวดล้อมของทางธุรกิจของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

<p>ข้อเด่นของกลุ่ม (จุดแข็ง)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) ประธานกลุ่มเป็นผู้ที่มีความรู้ด้านงานตัดเย็บ โดยสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สวยงามและหลากหลายตามคำสั่งซื้อ 2) ด้านความสามัคคีในกลุ่มที่เข้มแข็ง ทำให้กลุ่มเกิดความเหนียวแน่นส่งผลให้ทุนในการดำเนินงานของกลุ่มมีเพียงพอและสามารถหาวัตถุดิบป้อนกลุ่มได้ตลอดเวลา 3) ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือ มผช. ทำให้มีความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์
<p>ข้อบกพร่องของกลุ่ม (จุดอ่อน)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) กำลังการผลิตมีน้อยทำให้ไม่สามารถรับคำสั่งซื้อใหญ่ ๆ ได้ทำให้กลุ่มเสียโอกาสในการจำหน่าย 2) ตลาดจำหน่ายสินค้ายังไม่กว้างขวางมากนักส่วนใหญ่จะเป็นการขายในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งหากในอนาคตสมาชิกเพิ่มมากขึ้นจะทำให้ไม่สามารถระบายสินค้าได้ทัน 3) ไม่มีตราสินค้าทำให้ลูกค้าไม่รู้จักกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง และไม่สามารถสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ได้

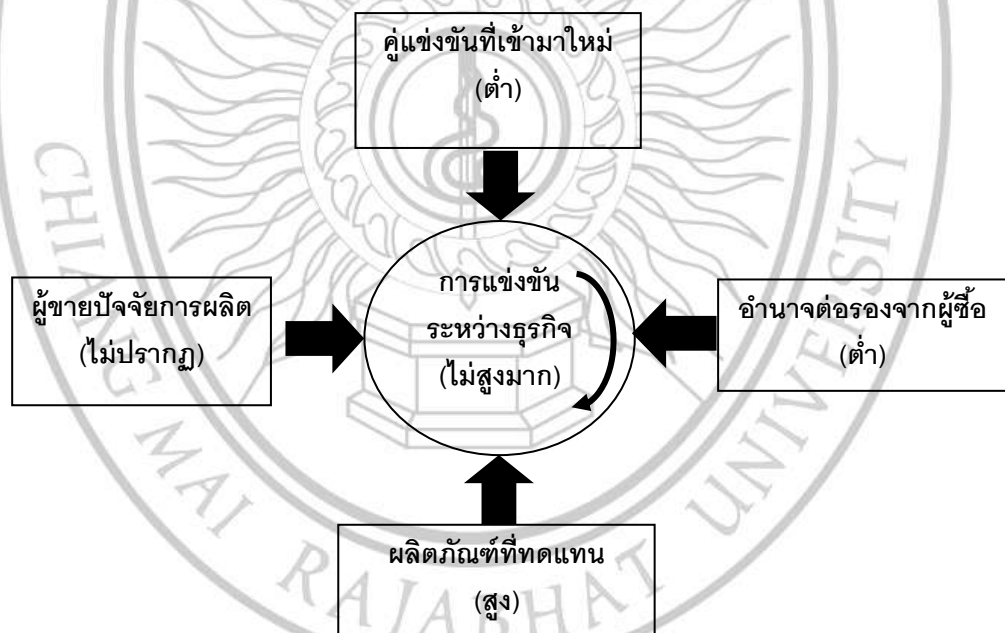
	4) เครื่องมือในการผลิตไม่เพียงพอ และไม่ทันสมัยทำให้เกิดข้อจำกัดในการผลิตสินค้าบางชนิด เช่น ขาดเครื่องเย็บที่มีลวดลายทำให้สินค้าไม่สวยงาม
ปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาสให้กลุ่มประสบความสำเร็จ (โอกาส)	1) ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐบาลในด้านการให้ความรู้และทุนดำเนินงาน ทำให้กลุ่มมีความเข้มแข็ง 2) มีเครือข่ายร่วมมือในการจัดจำหน่าย คือกลุ่มโอท็อป ดอยสะเก็ดที่คอยให้ความช่วยเหลือในการหาแหล่งจำหน่ายร่วมกัน
ปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรค มีผลให้กลุ่มไม่ประสบความสำเร็จ (อุปสรรค)	1) ขาดการส่งเสริมด้านเทคนิคการตัดเย็บ ให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย 2) ขาดเครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต 3) การดำเนินชีวิตของสมาชิกกลุ่มยังเป็นสังคมชนบท ทำให้ไม่สามารถควบคุมกำลังการผลิตได้ เช่น การมีงานบุญเกิดขึ้นในชุมชน หรือ ฤดูกาลทางการเกษตร สมาชิกต้องหยุดงานของกลุ่มเพื่อไปทำกิจกรรมนั้น ๆ



ภาพที่ 5.4 การวิเคราะห์สภาพทางธุรกิจของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

3. การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน

ในด้านการวิเคราะห์การแข่งขัน ทางกลุ่มคิดว่าหากจะทำการปรับแผนการผลิตให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยและเกิดความหลากหลายนั้นไม่ยาก เนื่องจากสมาชิกกลุ่มมีความสามารถในการตัดเย็บอยู่ก่อนแล้ว และสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงซึ่งมีทักษะด้านการตัดเย็บจึงไม่ยากในการพัฒนาฝีมือ และวัตถุดิบในการตัดเย็บมีจำหน่ายอยู่ทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลิตภัณฑ์ตัดเย็บเป็นของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น กระเป๋า เสื้อผ้า รองเท้า ที่นอนผ้าห่ม เป็นต้น ดังนั้นการแข่งขันในธุรกิจนี้กลุ่มสามารถทำได้ หากกำลังการผลิตสูงขึ้นก็จะทำให้กลุ่มมียอดจำหน่ายสูงขึ้น แต่หากวิเคราะห์จากผลิตภัณฑ์ทดแทนแล้วจัดว่ามีผลิตภัณฑ์ทดแทนที่สูง เนื่องจากมีวัตถุดิบในการผลิตเยอะมาก อาทิเช่น กระเป๋าหนัง รองเท้าชนิดต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคมักมีทางเลือกที่มาก และยังมีผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรมที่มีราคาถูกกว่างานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งจากการจำหน่ายจะสังเกตเห็นว่าลูกค้าที่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจะไม่ค่อยต่อราคา คือหากลูกค้าชื่นชอบก็จะซื้อและจะสอบถามข้อมูลของสินค้าในบางเรื่อง ด้านผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตจะไม่มี ความรุนแรงในด้านนี้เลยมากนัก หากกลุ่มสามารถซื้อวัตถุดิบได้เป็นจำนวนมากจะทำให้ต้นทุนผลิตต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ต่ำลงด้วย



ภาพที่ 5.5 สถานการณ์การแข่งขันของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

การเสริมความรู้จากภายนอก

เป็นการเสริมความรู้ตามประเด็นที่ได้จากปัญหาทางการตลาดของกลุ่ม เช่น การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มทางการตลาด แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสร้างตราสินค้า การจัดการตราสินค้า การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (Target Marketing) เพื่อวางแผนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักวิจัยได้กำหนดกิจกรรมเพื่อให้กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง เข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของการกำหนดลูกค้าเป้าหมาย เพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ตรงกลุ่มเป้าหมายและมีประสิทธิภาพ โดยเสริมความรู้และกิจกรรมในเรื่องของการแบ่งส่วนตลาด (Segmenting) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting) และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) จากการอบรมในหัวข้อนี้พบว่า สมาชิกกลุ่มสามารถที่จะกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกำหนดสถานที่จำหน่ายได้อย่างถูกต้อง กลุ่มมีความเข้าใจลูกค้าเป้าหมายเป็นอย่างดีโดยสังเกตได้จากข้อมูลที่สมาชิกระดมสมองและเขียนออกมาสมาชิกได้มีความเห็นตรงกันเกือบทั้งหมด แต่ข้อมูลบางส่วนที่สมาชิกแสดงออกมานั้น สมาชิกยอมรับว่าความสามารถในการผลิตยังไม่เพียงพอแต่ก็มีความต้องการที่จะตอบสนองในตลาดนั้น เช่น การตัดเย็บกระเป๋าแฟชั่น รองเท้าที่มีคุณภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นตลาดที่กลุ่มมีความต้องการที่จะตอบสนองแต่ความสามารถในการผลิตยังไม่เพียงพอ

2. การวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มทางการตลาด

การวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มทางการตลาด รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มเพื่อให้สมาชิกในกลุ่มได้ร่วมวิเคราะห์ถึงศักยภาพของกลุ่ม รวมทั้งการปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน เพื่อร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ไข โดยกำหนดกิจกรรมที่สามารถทำให้สมาชิกกลุ่มเข้าใจการวิเคราะห์ธุรกิจ แล้วร่วมสรุปแนววิธีปฏิบัติในการดำเนินงานกลุ่มให้เกิดความยั่งยืน โดยออกแบบกิจกรรมกลุ่มระดมสมอง SWOT Analysis เพื่อให้ได้แนวทางปฏิบัติ สรุปปัญหาและอุปสรรค นำจุดแข็งประสานโอกาสเพื่อสร้างกลยุทธ์ หลีกเลี่ยงอุปสรรค ขจัดจุดอ่อนต่างๆ ของกลุ่ม ซึ่งจากผลการระดมสมองกลุ่มสามารถกำหนดจุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรค ของกลุ่มได้เป็นอย่างดี สามารถนำกลับไปวิเคราะห์เพื่อวางแผนบริหารกลุ่มได้

3. แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสร้างตราสินค้า

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสร้างตราสินค้า ผู้วิจัยมีแนวคิดในการสร้างความยั่งยืนตามกรอบทฤษฎีทางการตลาด จึงได้ปรับกิจกรรมเพื่อให้กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง สำหรับการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ผู้วิจัยได้อาศัย Innovative Thinking โดยใช้ “SCAMPER MODEL” เพื่อให้กลุ่มได้แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างมีหลักเกณฑ์ ซึ่งจากการให้ความรู้สมาชิกกลุ่มได้มีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่ม ให้มีความหลากหลาย สวยงาม และมีรูปแบบที่ทันสมัยเพื่อเป็นตลาดทางเลือก

ในส่วนของ การสร้างตราสินค้าผู้วิจัยได้กำหนดกิจกรรมชื่อ “การสร้าง Brand และ การสื่อสาร Brand” เพื่อเป็นแนวคิดในการออกแบบตราสินค้าให้ถูกหลักสามารถใช้ในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสมาชิกกลุ่มได้ร่วมกันออกแบบตราสินค้าของทางกลุ่มโดยอิงหลักเกณฑ์ในการสร้างตราสินค้าเพื่อให้มีประโยชน์สูงสุดในการสื่อสารทางการตลาดระหว่าง กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง กับลูกค้า โดยสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่าส่วนประกอบของตราสินค้าควรประกอบด้วย การสื่อถึงความร่วมมือ ความเป็นล้านนา และข้อมูลการติดต่อ จากการจัดกิจกรรมทั้งหมด ผู้วิจัยได้ทำการสรุปร่วมกับกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ถึงแนวทางในการวางแผนการตลาดตามแนวคิดในการบริหารจัดการที่ยั่งยืน ซึ่งพอสรุปแนวคิดในการระดมสมองดังนี้

การตลาดที่ยั่งยืน

- การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นการขยายผลจากกิจกรรมของกลุ่มเพื่อเป็นประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น เพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนในการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม
- การตลาดเกี่ยวกับสุขภาพ โดยใช้แนวคิดของการใช้สินค้าที่เอื้อต่อการลดมลภาวะเช่น การใช้ถุงผ้าเพื่อลดภาวะโลกร้อน
- การตลาดที่สัมพันธ์กับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมในชุมชนสามารถส่งเสริมให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงท้องถิ่นได้ ซึ่งกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงมีเป้าหมายจะเสนอต่อชุมชนเพื่อขยายผลต่อไป

การตลาดที่ไม่ยั่งยืน แต่ทำเงิน

- การตลาดแฟชั่นหรือการตลาดตามสมัยนิยม ทางกลุ่มยังให้ความสำคัญเนื่องจากเป็นส่วนสำคัญในการดึงดูดความสนใจของลูกค้า เช่น การตัดเย็บผลิตภัณฑ์รูปแบบเกาหลี หรือญี่ปุ่นและยังสามารถขยายกลุ่มลูกค้าที่มีแนวโน้มด้วยอีกทางหนึ่ง

4. การจัดการตราสินค้า

ปัจจุบันทางกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงยังไม่มีตราสินค้าที่ชัดเจน ทำให้เกิดปัญหาด้านการสื่อสารทางการตลาดระหว่างกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ ซึ่งทางกลุ่มมีความต้องการในการจัดตั้งตราสินค้าเพื่อเป็นสัญลักษณ์ของทางกลุ่มซึ่งองค์ประกอบของตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสมควรประกอบด้วย ตัวหนังสือแสดงชื่อกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง รูปที่สื่อถึงความร่วมมือของคนในกลุ่ม และการติดต่อ (เช่น สถานที่จัดตั้งกลุ่มและเบอร์โทรศัพท์ที่ใช้ในการติดต่อ)



ภาพที่ 5.6 ตราสินค้าที่ได้จากการร่วมกันคิดของสมาชิกกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

5. การสร้างมูลค่าเพิ่ม

การสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า ในปัจจุบันการดำเนินงานของกลุ่มเป็นการเริ่มจากการเย็บผ้าโพล เพื่อจำหน่ายตามคำสั่งซื้อของโรงงานซึ่งเป็นการผลิตอย่างง่ายและสมาชิกบางส่วนก็ไม่มีความสามารถในการเย็บจักรอุตสาหกรรมทำได้แต่งานสอยหรือตัดซึ่งให้ผลตอบแทนที่ต่ำ ดังนั้นประธานกลุ่มจึงได้พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ขึ้นมาให้มีความหลากหลาย โดยเน้นการเข้าร่วมอบรมงานฝีมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ภายใต้แนวคิดในการเพิ่มมูลค่าให้แก่ตัวสินค้าจะทำให้รายได้ของสมาชิกในกลุ่มเพิ่มขึ้น โดยเริ่มจากการศึกษาความต้องการของลูกค้าว่ามีผลิตภัณฑ์ประเภทใดที่ได้รับความนิยมและทางกลุ่มสามารถผลิตได้ ซึ่งการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ต้องประกอบไปด้วยความสวยงาม ความคงทนและที่สำคัญคือความละเอียด โดยไม่เน้นจำนวน ซึ่งทางกลุ่มยังคงประสบปัญหาด้านความละเอียดของชิ้นงานเนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่ยังไม่เห็นความสำคัญของการเพิ่มมูลค่าให้แก่ตัวสินค้า ยังคงมีความคิดในการทำงานที่ง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อนและเน้นปริมาณของผลงานมากกว่างานที่มีคุณภาพแต่ได้ชิ้นงานน้อย ซึ่งปัญหานี้ทางกลุ่มได้ดำเนินการปรึกษากันภายในกลุ่มเพื่อสร้างความร่วมมือ สำหรับปัญหาด้านการผลิตให้ได้ความสวยงามและหลากหลายนั้น ทางกลุ่มได้เร่งดำเนินการเพื่อจัดเครื่องมือที่จะนำเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต ให้ได้สินค้าที่สวยงามคงทนแข็งแรงและเกิดความรวดเร็วในการผลิต เช่น จักรคอมพิวเตอร์ และเครื่องตัดชิ้นงาน เป็นต้น

นอกจากนี้กลุ่มยังเน้นการสร้างกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนากลุ่มในหลายด้านทั้งด้านการผลิต การตลาด ไปควบคู่กัน เพื่อสร้างให้เกิดยอดขายที่เพิ่มมากขึ้นอันจะส่งผลให้กลุ่มเติบโตและมีความเข้มแข็ง ซึ่งกระบวนการเรียนรู้ของกลุ่มมาจาก 2 แหล่ง คือ 1) การเรียนรู้จากภายในกลุ่ม

เป็นการเรียนรู้โดยประธานกลุ่มกำหนดแนวคิดในการทำตลาดผ่านกระบวนการของความเห็นชอบของสมาชิกทุกคน เช่น การกำหนดเกณฑ์ในการตั้งราคาสินค้า การจัดจำหน่ายโดยผ่านช่องทางร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ และการนำสินค้าออกจำหน่ายในช่องทางที่ประธานกลุ่มมีความคุ้นเคย รวมถึงการสอนงานด้านหัตถกรรมเพื่อให้สมาชิกในกลุ่มมีความสามารถในการผลิตงานฝีมือซึ่งประธานกลุ่มจะได้รับความรู้จากการสนับสนุนจากหน่วยงานเมื่ออบรมเสร็จแล้วก็กลับมาฝึกฝีมือให้กับสมาชิกภายในกลุ่ม ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจากคนในกลุ่มเองทั้งสิ้น 2) การเรียนรู้จากภายนอก ส่วนใหญ่จะเป็นการเรียนรู้ด้านผลิต โดยกลุ่มจะส่งตัวแทนกลุ่มไปฝึกอบรมร่วมกับหน่วยงานที่คอยสนับสนุนด้านแนวคิดในการผลิตและการออกแบบผลิตภัณฑ์ ร่วมกับกลุ่มโอทอปดอยสะเก็ด เป็นต้น

6. การสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บจากกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงของผู้บริโภค โดยเป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 245 ตัวอย่าง โดยมีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตาราง 5.33 ลักษณะตัวอย่างของผู้บริโภคจำแนกตามข้อมูลพื้นฐาน

ลักษณะพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
เพศ (ชาย:หญิง)	82 : 163	33.5 : 66.5
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	15	6.1
25-30 ปี	27	11.0
31-35 ปี	27	11.0
36-40 ปี	0	0.0
41-45 ปี	18	7.3
46-50 ปี	17	6.9
51 ปีขึ้นไป	141	57.6
สถานภาพ		
สมรส	121	49.6
หม้าย	70	28.7
โสด	42	17.2
หย่าร้าง	11	4.5
*ไม่ตอบ 1 คน		

ลักษณะพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	187	76.3
ปริญญาตรี	54	22.0
สูงกว่าปริญญาตรี	4	1.6
สถานะในครอบครัว		
หัวหน้าครอบครัว	102	41.6
แม่บ้าน	72	29.4
สมาชิกครอบครัว	71	29.0
อาชีพ		
เกษตรกร	79	32.2
ประกอบอาชีพส่วนตัว	77	31.4
รับจ้าง	40	16.3
พนักงานบริษัทเอกชน	15	6.1
นักเรียน/นักศึกษา	15	6.1
อาชีพ		
ข้าราชการ	10	5.7
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9	4.1
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	4	1.6
10,001-15,000 บาท	199	81.6
15,001-20,000 บาท	28	11.5
มากกว่า 20,000 บาท	13	5.3
*ไม่ตอบ 1 คน		

กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการสัมภาษณ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 51 ปี ขึ้นไป และมีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากกว่าครึ่ง มีสถานภาพในครอบครัวเป็นหัวหน้าครอบครัว อาชีพค่อนข้างหลากหลาย ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร และประกอบธุรกิจส่วนตัว สำหรับรายได้เฉลี่ยผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะมีรายได้ในระดับ 10,001 – 15,000 บาท

ตาราง 5.34 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มลูกค้าจำแนกตามแหล่งในการซื้อผลิตภัณฑ์

แหล่งผลิตภัณฑ์ที่ตกลงที่นิยมซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดนัด	163	66.5
ร้านจำหน่ายสินค้าชุมชน	110	44.9
ร้านค้าทั่วไปที่จำหน่ายสินค้าที่ตกลง	67	27.3
ห้างสรรพสินค้า	31	12.7
งานแสดงสินค้า	29	11.8

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ร้อยละในที่นี้คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่างรวม 245 ราย

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อผลิตภัณฑ์จากตลาดนัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมา ได้แก่ ซื้อจากร้านจำหน่ายสินค้าชุมชน คิดเป็นร้อยละ 44.9 ซื้อจากร้านค้าจำหน่ายสินค้าที่ตกลงทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 27.3 ซื้อจากห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 12.7 และลำดับสุดท้ายซื้อจากงานแสดงสินค้าต่าง ๆ จำนวนร้อยละ 11.8

ตาราง 5.35 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มลูกค้าจำแนกตามเหตุผลในการซื้อ

เหตุผลในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ส่งเสริมธุรกิจของชุมชน	147	60.0
คุณภาพเชื่อถือได้	97	39.6
ราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์จากที่อื่น	96	39.2
หาซื้อได้สะดวก	85	34.7
อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น	65	26.5
มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย	65	26.5
คนในครอบครัวใช้เป็นประจำ	40	16.3
ผลิตภัณฑ์แปลกใหม่	20	8.2
ตามกระแสนิยม	13	5.3
มีผลดีต่อสุขภาพ	5	2.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ร้อยละในที่นี้คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่างรวม 245 ราย

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บบ้านดอกแดงด้วยเหตุผลที่ต้องการช่วยส่งเสริมธุรกิจของชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60.0 เหตุผลในการซื้อในลำดับรองลงมา ได้แก่ คุณภาพเชื่อถือได้ คิดเป็นร้อยละ 39.6 ราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์จากที่อื่น คิดเป็นร้อยละ 39.2 หาซื้อได้สะดวก คิดเป็นร้อยละ 34.7 อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 26.5 มีผลิตภัณฑ์ให้เลือก

หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 26.5 คนในครอบครัวใช้เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 16.3 ผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ คิดเป็นร้อยละ 8.2 ตามกระแสนิยม คิดเป็นร้อยละ 5.3 และมีผลดีต่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตาราง 5.36 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มลูกค้าจำแนกตามหลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อ

หลักเกณฑ์ในการเลือกผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ความน่าเชื่อถือในผู้จำหน่าย	182	79.5
มีแหล่งที่มาชัดเจน/มีตราสินค้า	80	34.9
มีตรารับรองจากหน่วยงานราชการ	67	29.3
มีบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้ม	50	21.8
พิจารณาจากลักษณะภายนอก เช่น การตกแต่งร้าน	11	4.8

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ร้อยละในที่นี้คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่างรวม 245 ราย

จากการศึกษา พบว่า หลักเกณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บส่วนใหญ่ คือ ความน่าเชื่อถือในผู้จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 79.5 หลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อรองลงมา ได้แก่ การมีแหล่งที่มาชัดเจน/มีตราสินค้า คิดเป็นร้อยละ 34.9 มีตรารับรองจากหน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 29.3 การมีบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้ม คิดเป็นร้อยละ 21.8 และการพิจารณาจากลักษณะภายนอกมีคิดเป็นร้อยละ 4.8

ตาราง 5.37 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มลูกค้าจำแนกตามการเจาะจงซื้อ

การเจาะจงเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เจาะจงชมดูชนิดอื่นก่อนเมื่อพอใจแล้วจึงซื้อ	172	72.3
เจาะจงซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดที่ต้องการเพียงอย่างเดียว	66	27.7
รวม	238	100.0

*ไม่ตอบเท่ากับ 7 คน

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่มาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมตัดเย็บส่วนใหญ่ ไม่เจาะจงซื้อแต่จะเลือกชมผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นก่อนเมื่อพอใจแล้วจึงซื้อ คิดเป็นร้อยละ 72.3 ส่วนผู้บริโภคที่มีการเจาะจงซื้อผลิตภัณฑ์ในชนิดที่ต้องการเพียงอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 27.7

ตาราง 5.38 อัตราส่วนร้อยละในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทของกลุ่มลูกค้า

ประเภทผลิตภัณฑ์ที่นิยม	จำนวน	ร้อยละ
ของใช้ภายในบ้าน	144	62.9
ของใช้ส่วนตัว	135	59.0
ของประดับบ้าน	9	3.9

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ร้อยละในที่นี้คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่างรวม 245 ราย

จากการศึกษา พบว่า ประเภทของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ ส่วนใหญ่เป็นของใช้ภายในบ้าน คิดเป็นร้อยละ 62.9 รองลงมา ได้แก่ ของใช้ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 59.0 และของประดับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ตามลำดับ

ตาราง 5.39 อัตราส่วนร้อยละในพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทของกลุ่มลูกค้า

สถานการณ์ในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเมื่อพบเห็นถ้าน่าสนใจก็ซื้อ	118	48.2
ซื้อเมื่อต้องการก็จะไปหาซื้อ	115	46.9
ถ้าต้องการก็ฝากคนอื่นไปซื้อ	9	3.7
ซื้อเมื่อสินค้านั้น ๆ ลดราคา	3	1.2
รวม	245	100.0

จากการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บของลูกค้าส่วนใหญ่ ได้แก่ ซื้อเมื่อพบเห็นถ้าน่าสนใจก็ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมา ได้แก่ ซื้อเมื่อต้องการก็จะไปหาซื้อ คิดเป็นร้อยละ 46.9 ถ้าต้องการก็ฝากคนอื่นไปซื้อ คิดเป็นร้อยละ 3.7 และ ซื้อเมื่อสินค้านั้น ๆ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ตาราง 5.40 อัตราส่วนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามความคิดเห็นต่อราคาผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นต่อราคาผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ราคาเหมาะสม	165	67.3
ราคาถูก	71	29.0
ราคาแพง	9	3.7
รวม	245	100.0

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่าผลิตภัณฑ์มีราคาเหมาะสม ร้อยละ 67.3 รองลงมา เห็นว่าผลิตภัณฑ์มีราคาถูก ร้อยละ 29.0 และผลิตภัณฑ์มีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 3.7

ตาราง 5.41 อัตราส่วนร้อยละจำแนกตามข้อคิดเห็นเกี่ยวกับผู้ที่มีส่วนในการกำหนดราคา

ใครเป็นผู้กำหนดราคา	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ขายเป็นผู้กำหนด	130	53.1
ต่อรองราคาระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย	103	42.0
ผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดเอง	12	4.9
รวม	245	100.0

จากศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าผู้ขายเป็นผู้กำหนดราคา คิดเป็นร้อยละ 53.1 รองลงมาเห็นว่าผู้บริโภคสามารถต่อรองราคาระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายได้ คิดเป็นร้อยละ 42.0 และคิดว่าตัวผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดราคา มีเพียงร้อยละ 4.9

ตาราง 5.42 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มลูกค้าจำแนกตามมูลค่าในการซื้อผลิตภัณฑ์

จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ซื้อผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 บาท	0	0.0
100-500 บาท	229	93.5
500-1,000 บาท	13	5.3
มากกว่า 1,000 บาท	3	1.2
รวม	245	100.0

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการใช้จ่ายเงินโดยเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์ ในจำนวนเงินระหว่าง 100-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 93.5 รองลงมา ใช้เงินจำนวนระหว่าง 500-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.3 และใช้เงินมากกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.2

ตาราง 5.43 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มลูกค้าจำแนกตามจุดประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์

จุดประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อไปเพื่อใช้เอง	187	76.3
ซื้อไปเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษต่าง ๆ	22	9.0
ซื้อไปเป็นของฝากจากการท่องเที่ยว	20	8.2
ซื้อไปเป็นของฝากให้ผู้ใหญ่	16	6.5
รวม	245	100.0

จากการศึกษา พบว่า จุดประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ จะซื้อผลิตภัณฑ์ไปเพื่อใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 76.3 รองลงมา ได้แก่ ซื้อผลิตภัณฑ์ไปเป็นของขวัญในโอกาสต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 9.0 ซื้อไปเป็นของฝากจากการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 8.2 และผู้บริโภคซื้อไปเพื่อเป็นของฝากให้ผู้ใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 6.5

ตาราง 5.44 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มลูกค้าจำแนกตามสื่อที่รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตัดเย็บกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

สื่อที่รับข่าวสารเกี่ยวกับกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อนแนะนำ	126	54.8
สมาชิกในครอบครัว	114	49.6
พนักงานขาย	51	22.2
วิทยุ	24	10.4
วารสาร	19	8.3
หนังสือสิ่งพิมพ์	14	6.1
โทรทัศน์	10	4.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ร้อยละในที่นี้คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่างรวม 245 ราย

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มผู้บริโภคตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงใน 3 อันดับแรก ได้แก่ การรับข่าวสารจากเพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมา ได้แก่ จากสมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 49.6 และจากพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 22.2 ตามลำดับ

ตาราง 5.45 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มลูกค้าจำแนกตามปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
มีผู้จำหน่ายจำนวนน้อย	94	40.0
การบรรจุหีบห่อไม่น่าสนใจ	79	33.6
มีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการ	75	31.9
การคัดเกรดของผลผลิต	53	22.6
ความเชื่อมั่นว่ามาจากกลุ่มชุมชนจริง	47	20.0
มีขนาดให้เลือกน้อย	38	16.2
คุณภาพไม่ตรงตามที่คาดหวังไว้	29	12.3
เก็บรักษาไว้ได้ไม่นาน	19	8.1
ราคาเปลี่ยนแปลงเร็ว	6	2.6

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ร้อยละในที่นี้คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่างรวม 245 ราย

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บของกลุ่ม 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัญหาด้านมีผู้จำหน่ายจำนวนน้อย คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา ได้แก่ การมีบรรจุหีบห่อไม่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 33.6 และปัญหาสินค้ามีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 31.9 ตามลำดับ

ตาราง 5.46 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มลูกค้าจำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวท่านเอง(คิดว่าเหมาะสมก็ซื้อ)	225	94.5
เพื่อนที่มาด้วยกัน	39	16.4
พนักงานขาย	15	6.3
พ่อแม่เป็นผู้ตัดสินใจ	1	0.4

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ร้อยละในที่นี้คือ ร้อยละของจำนวนตัวอย่างรวม 245 ราย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้า ส่วนใหญ่เป็นตัวผู้บริโภคเอง คิดเป็นร้อยละ 94.5 รองลงมา ได้แก่ เพื่อนที่มาด้วยกันมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 16.4 พนักงานขายมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 6.3 และพ่อแม่เป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 0.4

ตาราง 5.47 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้บริโภค

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ระดับ ความสำคัญ
1. มีความคงทนใช้ได้ในระยะยาว	4.06	0.77	มาก
2. ผลิตจากวัสดุที่มีคุณภาพ	3.97	0.70	มาก
3. มีความสวยงาม	3.81	0.70	มาก
4. มีความหลากหลายให้เลือก	3.80	0.59	มาก
5. มีให้เลือกหลายขนาด	3.80	0.74	มาก
6. แหล่งผลิตได้มาตรฐาน (มี มพข.)	3.68	0.90	มาก
7. ตรายี่ห้อที่มีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ	3.63	0.70	มาก
8. บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าซื้อ	3.61	0.70	มาก
9. ใช้เทคโนโลยีผลิตที่ทันสมัย	3.56	0.86	มาก
รวม	3.77	0.52	มาก

หมายเหตุ: ช่วงคะแนน 1.0-1.8 หมายถึง น้อยที่สุด คะแนน 1.81-2.6 หมายถึง น้อย คะแนน 2.61-3.4 หมายถึง ปานกลาง คะแนน 3.41-4.2 หมายถึง มาก และคะแนน 4.21-5.0 หมายถึง มากที่สุด

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.77$) เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า ความคงทนใช้ได้ในระยะยาว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 4.06$) รองลงมา ได้แก่ ผลิตจากวัสดุที่มีคุณภาพ ($\bar{x} = 3.97$) มีความสวยงาม ($\bar{x} = 3.81$) มีความหลากหลายให้เลือก ($\bar{x} = 3.80$) มีให้เลือกหลายขนาด ($\bar{x} = 3.80$) แหล่งผลิตได้มาตรฐาน (มพข.) ($\bar{x} = 3.68$) ตรายี่ห้อที่มีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ ($\bar{x} = 3.63$) บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าซื้อ ($\bar{x} = 3.61$) และการใช้เทคโนโลยีผลิตที่ทันสมัย ($\bar{x} = 3.56$) ตามลำดับ

ตาราง 5.48 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้บริโภค

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ความหมาย
1. ระบุราคาชัดเจน	4.23	0.82	มากที่สุด
2. ราคาคงที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง	4.07	0.86	มาก
3. ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ	4.02	0.70	มาก
4. ราคามีความเหมาะสมตามชนิดของผลิตภัณฑ์	4.01	0.89	มาก
รวม	4.08	0.68	มาก

หมายเหตุ: ช่วงคะแนน 1.0-1.8 หมายถึง น้อยที่สุด คะแนน 1.81-2.6 หมายถึง น้อย คะแนน 2.61-3.4 หมายถึง ปานกลาง คะแนน 3.41-4.2 หมายถึง มาก และคะแนน 4.21-5.0 หมายถึง มากที่สุด

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$) เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการการระบุราคาที่ชัดเจน ในระดับที่มากที่สุด ($\bar{x} = 4.23$) ส่วนปัจจัยย่อยอื่นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาคงที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง ($\bar{x} = 4.07$) การตั้งราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ ($\bar{x} = 4.02$) และราคามีความเหมาะสมตามชนิดของผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.01$) ตามลำดับ

ตาราง 5.49 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้บริโภค

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ความสะดวกซื้อ)	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ระดับ ความสำคัญ
1. การจัดหมวดหมู่และการวางสะดวกแก่การเลือกซื้อ	3.75	0.69	มาก
2. สถานที่วางขายมีระเบียบเรียบร้อย	3.57	0.87	มาก
3. สถานที่จำหน่ายสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์	3.44	0.93	มาก
4. พื้นที่ภายในสถานที่จำหน่ายกว้างขวางและสะอาด	3.26	0.72	ปานกลาง
รวม	3.51	0.65	มาก

หมายเหตุ: ช่วงคะแนน 1.0-1.8 หมายถึง น้อยที่สุด คะแนน 1.81-2.6 หมายถึง น้อย คะแนน 2.61-3.4 หมายถึง ปานกลาง คะแนน 3.41-4.2 หมายถึง มาก และคะแนน 4.21-5.0 หมายถึง มากที่สุด

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ความสะดวกซื้อ) มีอิทธิพลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$) เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับมาก ได้แก่ ด้านการจัดหมวดหมู่และการวางสะดวกแก่การเลือกซื้อ ($\bar{x} = 3.75$) สถานที่วางขายมีระเบียบเรียบร้อย ($\bar{x} = 3.57$) และสถานที่จำหน่ายสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.44$) ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านพื้นที่ภายในสถานที่จำหน่าย กว้างขวางและสะอาด ($\bar{x} = 3.26$)

ตาราง 5.50 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้บริโภค

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ระดับ ความสำคัญ
1. ให้ความร่วมมือทางสังคม เช่น การตั้งเป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการส่งเสริมอาชีพ	4.21	0.70	มากที่สุด
2. แสดงบทความคุณประโยชน์ต่าง ๆ จากผลิตภัณฑ์	3.70	0.76	มาก
3. พนักงานขายสามารถให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ได้	3.69	0.75	มาก
4. ได้รับส่วนลดจากการซื้อ	3.66	0.82	มาก
5. ลดราคาในบางโอกาส	3.53	0.77	มาก
6. มีป้ายโฆษณาเกี่ยวกับกลุ่มธุรกิจชุมชนในสถานที่จำหน่าย	2.84	0.91	ปานกลาง
รวม	3.60	0.48	มาก

หมายเหตุ: ช่วงคะแนน 1.0-1.8 หมายถึง น้อยที่สุด คะแนน 1.81-2.6 หมายถึง น้อย คะแนน 2.61-3.4 หมายถึง ปานกลาง คะแนน 3.41-4.2 หมายถึง มาก และคะแนน 4.21-5.0 หมายถึง มากที่สุด

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$) เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้ความร่วมมือทางสังคม ($\bar{x} = 4.21$) ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับมาก ได้แก่ การแสดงบทความคุณประโยชน์ต่างๆ จากผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.70$) พนักงานขายสามารถให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ ($\bar{x} = 3.69$) การให้ส่วนลดจากการซื้อ ($\bar{x} = 3.66$) และการลดราคาในบางโอกาส ($\bar{x} = 3.53$)

ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีป้ายโฆษณาเกี่ยวกับกลุ่มธุรกิจชุมชนในสถานที่จำหน่าย ($\bar{x} = 2.84$)

การทดสอบตลาด

การทดสอบตลาดเป็นการนำสินค้าที่กลุ่มผลิตขึ้นมาหลังจากที่ได้มีการพัฒนาแนวทางการตลาดให้แก่กลุ่มแล้ว โดยทางทีมวิจัยได้ให้ทางกลุ่มนำสินค้าไปทดสอบตลาดในช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า โดยทีมวิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลของผู้ที่สนใจในการซื้อสินค้าของทางกลุ่มภายในห้างสรรพสินค้า ทั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จของปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงของผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านเพศ และรายได้เฉลี่ยของครอบครัว โดยมีผลการศึกษา ดังนี้

ตาราง 5.51 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บของกลุ่มบ้านดอกแดงของลูกค้าในห้างสรรพสินค้าจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ

ปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บในห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภค	t-value	P-value
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	-1.72	0.08
1. มีความคงทนใช้ได้ในระยะยาว	-2.56	0.11
2. มีความสวยงาม ประณีต	-2.24	0.02*
3. แหล่งผลิตได้มาตรฐาน (มี มผข.)	-2.93	0.00*
4. ผลิตจากวัสดุที่มีคุณภาพ	-2.95	0.00*
5. บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าซื้อ	-0.44	0.65
6. ใช้เทคโนโลยีผลิตที่ทันสมัย	-4.33	0.00*
7. ตรายี่ห้อที่มีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ	-1.18	0.23
8. มีความหลากหลายให้เลือก	2.78	0.06
9. มีให้เลือกหลายขนาด	0.30	0.75
ปัจจัยด้านราคา	-0.38	0.70
1. ระบุราคาชัดเจน	1.19	0.23
2. ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ	-1.59	0.11
3. ราคาคงที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง	0.30	0.76
4. มีการลดราคาตามปริมาณที่ซื้อ	-1.75	0.08

ปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บในห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภค	t-value	P-value
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ความสะดวกซื้อ)	0.59	0.55
1. การจัดหมวดหมู่และการวางสะดวกแก่การเลือกซื้อ	1.79	0.07
2. สถานที่วางขายมีระเบียบเรียบร้อย	0.59	0.55
3. สถานที่จำหน่ายสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์	-0.39	0.69
4. พื้นที่ภายในสถานที่จำหน่ายกว้างขวางและสะอาด	0.20	0.83
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.67	0.49
1. ให้ความร่วมมือทางสังคม	0.49	0.62
2. พนักงานขายสามารถให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ได้	1.55	0.12
3. แสดงบทความคุณประโยชน์ต่าง ๆ จากผลิตภัณฑ์	2.77	0.00*
4. การลดราคาในบางโอกาส	-1.57	0.11
5. มีป้ายโฆษณาเกี่ยวกับกลุ่มธุรกิจชุมชนในสถานที่จำหน่าย	1.76	0.07
6. การได้รับส่วนลดจากการซื้อ	-2.31	0.02*

จากการศึกษา พบว่า การให้ความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บกลุ่มบ้านดอกแดงของผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ที่ระดับ 0.05) จำนวน 6 รายการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม ประณีต แหล่งผลิตได้มาตรฐาน (มผช.) ผลิตจากวัสดุที่มีคุณภาพ ใช้เทคโนโลยีผลิตที่ทันสมัย การแสดงบทความคุณประโยชน์ต่าง ๆ จากผลิตภัณฑ์ และการได้รับส่วนลดจากการซื้อ

ตาราง 5.52 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บของกลุ่มบ้านดอกแดงของลูกค้าในห้างสรรพสินค้าจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว

ปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บในห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภค	F-value	P-value
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	0.63	0.59
1. มีความคงทนใช้ได้ในระยะยาว	1.27	0.28
2. มีความสวยงาม ประณีต	3.05	0.02*
3. แหล่งผลิตได้มาตรฐาน (มี มผช.)	2.01	0.11

ปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บ ในห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภค	F-value	P-value
4. ผลิตจากวัสดุที่มีคุณภาพ	0.86	0.45
5. บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าซื้อ	0.96	0.41
6. ใช้เทคโนโลยีผลิตที่ทันสมัย	1.31	0.27
7. ตรายี่ห้อที่มีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ	0.16	0.92
8. มีความหลากหลายให้เลือก	0.75	0.52
9. มีให้เลือกหลายขนาด	4.65	0.00*
ปัจจัยด้านราคา	1.87	0.13
1. ระบุราคาชัดเจน	1.22	0.30
2. ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ	1.18	0.31
3. ราคาคงที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง	3.48	0.01*
4. มีการลดราคาตามปริมาณที่ซื้อ	5.00	0.00*
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ความสะดวกซื้อ)	5.65	0.00*
1. การจัดหมวดหมู่และการวางสะดวกแก่การเลือกซื้อ	6.92	0.00*
2. สถานที่วางขายมีระเบียบเรียบร้อย	6.76	0.00*
3. สถานที่จำหน่ายสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์	2.01	0.11
4. พื้นที่ภายในสถานที่จำหน่ายกว้างขวางและสะอาด	7.70	0.00*
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.94	0.41
1. ให้ความร่วมมือทางสังคม	6.40	0.00*
2. พนักงานขายสามารถให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ได้	3.15	0.02*
3. แสดงบทความคุณประโยชน์ต่าง ๆ จากผลิตภัณฑ์	3.84	0.01*
4. การลดราคาในบางโอกาส	0.69	0.55
5. มีป้ายโฆษณาเกี่ยวกับกลุ่มธุรกิจชุมชนในสถานที่จำหน่าย	1.51	0.21
6. การได้รับส่วนลดจากการซื้อ	1.91	0.12

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บกลุ่มบ้านดอกแดงของผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ที่ระดับ 0.05) จำนวน 10 รายการ ได้แก่ มีความสวยงามประณีต มีสินค้าให้เลือกหลายขนาด ราคาคงที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง มีการลดราคาตามปริมาณที่ซื้อ การจัดหมวดหมู่และการวางสะดวกแก่การเลือกซื้อ สถานที่วางขายมีระเบียบเรียบร้อย พื้นที่ภายในสถานที่จำหน่ายกว้างขวางและสะอาด การให้ความร่วมมือทางสังคม

พนักงานขายสามารถให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ และแสดงบทความคุณภาพประโยชน์ต่าง ๆ จากผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

จากแบบสอบถามปลายเปิด ทีมวิจัยได้นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงได้ทำการพัฒนาและทดสอบจำหน่ายในช่องทางใหม่ โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ลำดับที่	ข้อคิดเห็นของกลุ่มสมาชิก	ความถี่
1	สินค้ามีแบบให้เลือกน้อยความหลากหลายกว่านี้	87
2	สินค้ามีจำนวนให้เลือกน้อย	65
3	สินค้ามีขนาดให้เลือกน้อย / ไม่มีขนาดให้เลือก	55
4	ควรใช้วัสดุที่มีคุณภาพ เช่น พื้นรองเท้าลื่นเกินไป	43
5	ควรมีการประชาสัมพันธ์ว่าเป็นสินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชน ให้ชัดเจนเพื่อความมั่นใจน่าเชื่อถือ	19
6	ควรทำสินค้าเป็นของฝากบ้าง	13
7	ควรใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการตัดเย็บ	5
8	ควรขยายตลาดให้มากกว่าเดิม	5

จากข้อมูลทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและการทดสอบตลาดทางทีมวิจัยและชุมชน ได้มีการร่วมกันในการปรับปรุงแผนงานทางการตลาด ทั้งนี้รูปแบบทางการตลาดจะสรุปผลอยู่ในบทที่ 6

การจัดการความรู้ด้านการผลิต

ทางทีมวิจัยได้นำหลักของการจัดการความรู้ เข้ามาเป็นส่วนประกอบสำคัญในการดำเนินกิจกรรมของงานวิจัย โดยมีการดำเนินการทางด้านการผลิต ดังนี้

1. เริ่มจากการจัดเวทีชาวบ้าน เพื่อศึกษารูปแบบ ปัญหา และความต้องการด้านการออกแบบ และเปิดโอกาสให้สมาชิกกลุ่มได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

2. การเสริมความรู้และการพัฒนา ในประเด็นที่เป็นความต้องการของทางกลุ่ม รวมทั้งการฝึกทักษะกลุ่มย่อย เพื่อให้กลุ่มได้มีโอกาสในการฝึกทักษะในการตัดเย็บและแก้ไขปัญหาในการตัดเย็บในรูปแบบต่าง ๆ นอกจากนี้ทางทีมวิจัยยังได้เตรียมวิทยากรที่มีความรู้ในการออกแบบมาถ่ายทอดเทคนิคและเสริมความรู้ เพื่อให้สมาชิกกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงได้เกิดความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงความจำเป็นถึงการออกแบบและการใช้เทคนิคในการตัดเย็บในลักษณะพิเศษ เพื่อให้การทำงานง่ายขึ้นและผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่สวยงาม

3. การประชุมกลุ่มย่อย เพื่อร่วมกันในการวางแผนการผลิตและแก้ไขปัญหาในการผลิตของทางกลุ่มร่วมกันระหว่างที่มวิจัย ผู้นำกลุ่ม และสมาชิก เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน

จากขั้นตอนในการดำเนินการดังกล่าวสามารถนำเสนอรายละเอียดในขั้นตอนการจัดการความรู้ ในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

การจัดเวทีชาวบ้านทางด้านการผลิต

ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) ประกอบด้วยการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลของกลุ่ม โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสัมภาษณ์กลุ่มย่อยจากประธานกลุ่มและสมาชิกภายในกลุ่ม เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีลักษณะการผลิตรวมกันและสมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งมีประเด็นสัมภาษณ์เกี่ยวกับ ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่ม การจัดการและลักษณะการดำเนินการผลิตของกลุ่ม การสัมภาษณ์ การประเมินตนเองด้านสภาพปัญหาและความต้องการในการดำเนินงานด้านการผลิตของกลุ่ม และแนวทางในการพัฒนาด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พบว่า

1. สถานที่ผลิตหลักของกลุ่มฯ อยู่บ้านเลขที่ 61 หมู่ที่ 1 ตำบลสง่าบ้าน อ.ดอยสะเก็ด จ. เชียงใหม่ มีการจัดสรรพื้นที่ใต้ถุนบ้านของบ้านประธานมาปรับเป็นสถานที่ทำการผลิตเพื่อรองรับการผลิตของสมาชิก การผลิตในส่วนที่ไม่สามารถทำการผลิตที่บ้านประธานกลุ่มได้ จะกระจายการผลิตไปที่บ้านของสมาชิก เนื่องจากงานตัดเย็บผลิตภัณฑ์จากผ้า สมาชิกสามารถใช้ส่วนหนึ่งส่วนใดของบริเวณบ้าน เพื่อจัดเป็นสถานที่ผลิตของตนเองได้

2. การจัดสรรพื้นที่บ้านประธานกลุ่ม เพื่อการผลิตของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงนั้นมีการจัดสรรการผลิตเป็นสัดส่วนที่ชัดเจนตามลักษณะกิจกรรมการผลิต เช่น พื้นที่กิจกรรมตัดเย็บ พื้นที่ออกแบบผลิตภัณฑ์และเขียนแบบ พื้นที่ในการจัดเก็บวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จแล้ว เป็นต้น อย่างไรก็ตามพื้นที่ดังกล่าวก็ยังมีปัญหาในเรื่องของความคับแคบของพื้นที่และมีแสงสว่างไม่เพียงพอรวมทั้งการจัดพื้นที่ในการวางเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ไม่เป็นระเบียบ ไม่เป็นสัดส่วน มีการจัดวางรวมกับของใช้ต่าง ๆ ภายในบ้าน รวมทั้งไม่สามารถแยกค่าใช้จ่ายในส่วนของที่อยู่อาศัยกับค่าใช้จ่ายในการผลิตของกลุ่มได้อย่างชัดเจนโดยเฉพาะค่าไฟฟ้า

3. ลักษณะการผลิตของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงเป็นการผลิตตามความถนัดของผู้ผลิตหรือสมาชิกเป็นหลัก ทั้งนี้การผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม สมาชิกจะใช้เวลาว่างหลังจากการทำงานหลักในภาคเกษตรกรรม เช่น การทำนา และสวนไม้ผล เป็นต้น เพื่อสร้างรายได้เสริม

4. ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิก สมาชิกส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการตัดเย็บไม่น้อยกว่า 4 ปี ใช้เวลาในการทำงานแตกต่างกันไปในแต่ละช่วงเวลาตามเวลาว่าง ช่วงเวลากลางวัน 8.00 – 12.00

น., 13.00–17.00 น. และช่วงเวลากลางคืน 20.00–24.00 น. ในส่วนการพัฒนาสมาชิก พบว่าสมาชิกส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับการอบรม หรือศึกษาดูงานเกี่ยวกับการตัดเย็บ หรือการออกแบบ หรือการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้า ทั้งนี้ลักษณะงานที่มีความชำนาญในการผลิต ได้แก่ การเดินเส้น การสอยผ้า และการตัด สำหรับงานที่ต้องใช้จักรจะต้องมาใช้ที่สถานที่ทำงานของกลุ่ม เนื่องจากสมาชิกไม่มีจักรเป็นของตนเอง

5. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต พบว่า กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงมีจักรเย็บผ้าแบบจักรอุตสาหกรรม จำนวน 9 หลัง (ได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลสง่าบ้าน ในปี 2548 จำนวน 5 หลัง ในปี 2550 จำนวน 2 หลัง และในปี 2551 จำนวน 2 หลัง สามารถใช้งานได้เต็มประสิทธิภาพเพียง 6 หลัง) จักรโพง 1 หลัง และจักรกุน 1 หลัง สำหรับอุปกรณ์การตัดเย็บอื่น ๆ สมาชิกแต่ละคนจะต้องนำอุปกรณ์พื้นฐานในตัดเย็บผ้ามาเอง เช่น กรรไกร ที่เลาะด้าย เทปวัด ฯลฯ สำหรับกระดาษลอกกลาย ด้าย เข็มจักร น้ำมันจักร และการซ่อมบำรุงเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ทางกลุ่มจะเป็นผู้สนับสนุนจากเงินกลุ่ม

6. วัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้ในการผลิตของกลุ่ม พบว่า ผ้าพื้น พองน้ำ หนังรองรองเท้า ผ้าสี และใยโพลีเอสเตอร์ โดยการจัดหาวัตถุดิบจะทำใน 2 ลักษณะ คือ ไปเลือกหาซื้อด้วยตนเองและการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ จากร้านค้าที่ซื้อเป็นประจำในตลาดวโรรส เช่น ร้านเด่นเสมอ ร้านเด่นเจริญ ร้านฟาร์มสปริง และร้านเชียงใหม่โพม เป็นต้น เนื่องจากร้านดังกล่าวให้เครดิตในการผ่อนชำระได้และมีราคายุติธรรม โดยมีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนซื้อทุกครั้ง

7. แนวทางในการบริหารการผลิตของกลุ่ม มีลักษณะการมอบอำนาจให้แก่ประธานและกรรมการ เป็นผู้วางแผนในการบริหารการผลิตทั้งหมด โดยมีสมาชิกเป็นแรงงานในการผลิต เริ่มตั้งแต่การรับคำสั่งซื้อแล้วนำไปวางแผนการผลิต การติดต่อจัดซื้อวัตถุดิบ การกระจายการผลิตไปยังสมาชิก จนถึงการรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเสร็จแล้วจากสมาชิก

8. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่ทำการผลิตก่อนดำเนินโครงการวิจัย ประกอบด้วยรองเท้าใส่ในบ้าน (Slipper) ที่นอนปิคนิค เบาะรองนั่ง ผ้าห่มนวม และกระเป๋าผ้า โดยผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผลิตมากที่สุด คือ รองเท้าใส่ในบ้าน (Slipper) ผ้าห่มนวม และกระเป๋าโทรศัพท์

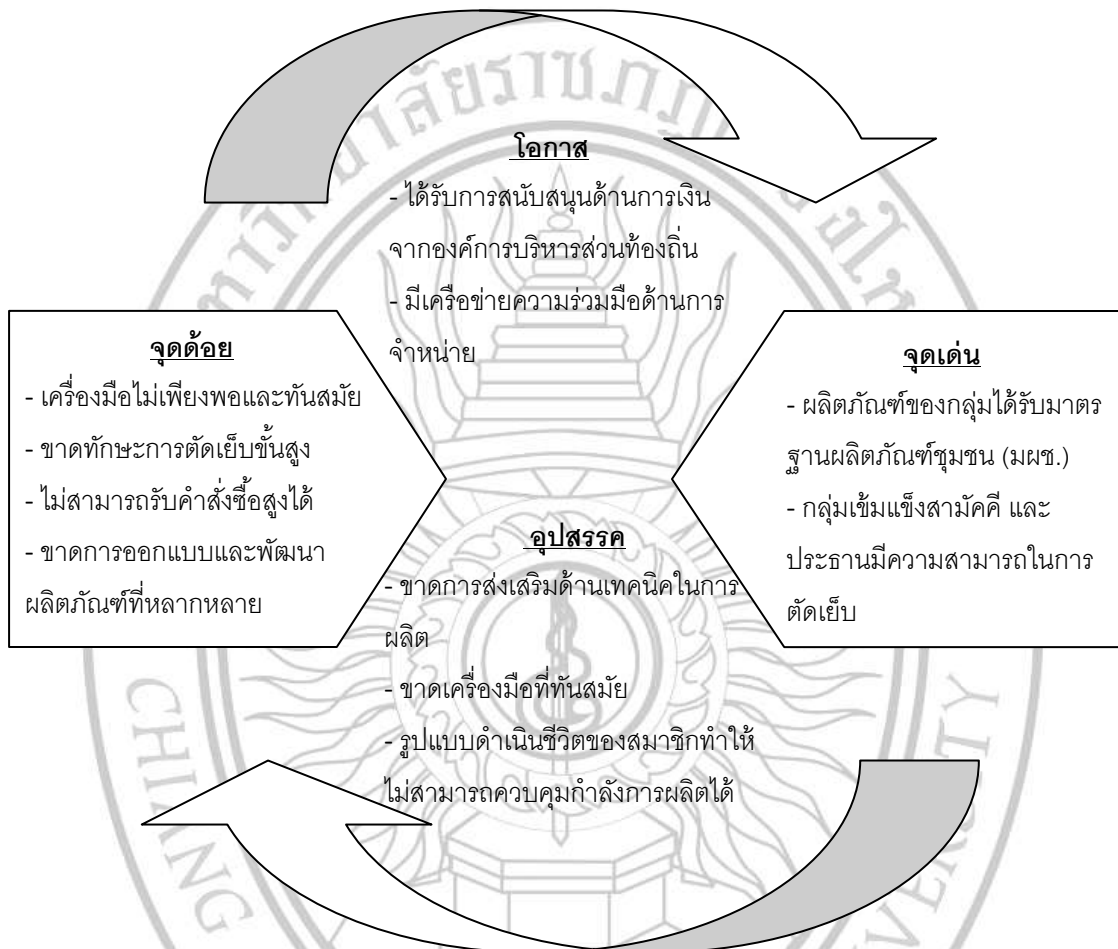
9. การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีการจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง

9.1 การขายส่ง ให้แก่พ่อค้าคนกลางที่ตลาดวโรรสและตลาดต้นลำไย รวมทั้งการขายส่งให้กับลูกค้ารายใหญ่ในจังหวัดนครปฐมและกรุงเทพมหานคร มียอดการจำหน่ายคราวละ 400-500 คู่ต่อเดือน

9.2 การขายปลีก ทางกลุ่มได้นำของไปขายในแหล่งจำหน่ายต่าง ๆ ได้แก่ ถนนคนเดินท่าแพ ถนนคนเดินวิวาลัย งานชะปะของดีดอยสะเก็ด โรงพยาบาลนครพิงค์ และสหกรณ์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นต้น ทั้งนี้การจำหน่ายไม่สามารถจำหน่ายได้ทุกวันและมีต้นทุนในการเดินทางไปขายในสถานที่ดังกล่าวสูง รวมทั้งปัญหาเรื่องเวลาว่างของสมาชิกที่จะนำของไปขาย

10. การวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค เกี่ยวกับการผลิตของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง สามารถสรุปได้ดังภาพ



ภาพที่ 5.7 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านการผลิตของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

การเสริมความรู้และการพัฒนาการผลิต

จากศึกษาบริบทชุมชนและรูปแบบการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงทำให้เห็นถึงความต้องการด้านการบริหารการผลิตของกลุ่ม ทางทีมวิจัยและสมาชิกกลุ่มบ้านดอกแดงได้ร่วมกันวางแผนในการดำเนินการพัฒนาและแก้ไขปัญหาด้านการบริหารการผลิต ใน 3 ส่วน คือ การพัฒนาปัจจัยนำเข้า (ได้แก่ วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องจักร และสถานที่ผลิต) การพัฒนากระบวนการผลิต (ได้แก่ การอบรมทักษะการตัดเย็บ การปรับปรุงขั้นตอนการไหลของงาน การ

วิเคราะห์หาต้นทุนการผลิต การกำหนดค่าตอบแทนในการผลิตที่ยุติธรรม และการควบคุมคุณภาพตามวงจร PDCA และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างน้อย 5 รูปแบบ) โดยมีรายละเอียดในการเสริมความรู้และการพัฒนาการผลิต ดังนี้

1. การพัฒนาปัจจัยนำเข้า

ทางกลุ่มได้มีการประชุมกลุ่มและมีมติในการปรับปรุงและหาเครื่องจักร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต โดยทางกลุ่มได้มีการจัดหาจักรเย็บผ้าคอมพิวเตอร์ เครื่องตัดผ้าขนาดใบมีด 4 นิ้ว และบล็อกเหล็กตัดพื้นหนังรองเท้า

1.1 จักรเย็บผ้าคอมพิวเตอร์ เป็นจักรที่มีความสามารถในการเย็บเนื้อผ้าทุกชนิด ตั้งแต่เนื้อบางจนถึงเนื้อหนา ผ้าธรรมดาจนถึงผ้ายัด ทำให้เกิดความประณีตสวยงามและคงทน สามารถทำการตกแต่งลวดลาย (Decorative Stitches) ได้มากกว่า 62 ลาย สามารถเย็บตะเข็บได้มากกว่า 100 ลายตะเข็บ สามารถใช้งานเย็บรังคัม (Utility Stitches & Buttonholes) สามารถใช้งานทุกรูปแบบ ตั้งแต่การตกแต่งของใช้ แอปพลิเคชัน ต่อผ้า แฮร์ลูม จนถึงควิลท์ติ้ง งานตัดเย็บชุดลำลองจนถึงชุดทำงาน ทั้งนี้ผลของการใช้งานจักรเย็บผ้าคอมพิวเตอร์ ทำให้กลุ่มสามารถพัฒนาระดับฝีมือการตกแต่งและตัดเย็บผ้าโดยใช้เทคนิคแอปพลิเคชันหรือการสอยด้ายตกแต่งลวดลายนั่นเอง จนทำให้สินค้าที่ผลิตจากจักรเย็บผ้าคอมพิวเตอร์ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวผลิตภัณฑ์ได้สูง ทำให้ทางกลุ่มสามารถตั้งราคาขายได้ในราคาสูง เกิดความคุ้มค่ากับฝีมือแรงงานและเวลาที่สูญเสียไป



ภาพที่ 5.8 จักรเย็บผ้าคอมพิวเตอร์ของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

1.2 เครื่องตัดผ้าขนาดใบมีด 4 นิ้ว จากปัญหาที่พบในขั้นตอนการผลิตเกี่ยวกับการตัดชิ้นงาน (ผ้า) ที่ไม่ได้มาตรฐานและมีการตัดผิดสัดส่วน ทีมวิจัยได้เสนอแนะให้กลุ่มเลือกใช้เครื่องตัดผ้าขนาดใบมีด 4 นิ้วเป็นใบมีดแบบกลมเหลี่ยม ที่มีความเหมาะสมสำหรับงานตัดผ้าขนาดเล็ก ทำให้การตัดชิ้นงานมีความประณีตและไม่เกิดการสิ้นเปลืองเนื้อผ้า ผลจากการใช้เครื่องตัดผ้า พบว่ากลุ่มสามารถ

ตัดชิ้นงานขนาดเล็กได้ตามแบบร่างได้อย่างสวยงาม ปลายผ้ามีความคม และประณีต สามารถนำผ้าที่ได้ไปตกแต่งลวดลายสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 5.9 เครื่องตัดผ้าขนาดใบมีด 4 นิ้ว ของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

1.3 บล็อกเหล็กตัดพื้นหนังรองเท้า จากปัญหาที่พบในขั้นตอนการผลิตเกี่ยวกับการตัดชิ้นงาน (พื้นหนังรองเท้า) ที่ไม่ได้มาตรฐานและผิดพลาดส่วนนั้น ผู้วิจัยเสนอแนะให้กลุ่มเลือกใช้บล็อกเหล็กที่มีความคม เพื่อตัดพื้นหนังรองเท้าตามขนาดที่ต้องการให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน มีความประณีต เรียบร้อย ผลจากการใช้บล็อกเหล็กตัดพื้นหนังรองเท้า พบว่า กลุ่มสามารถตัดชิ้นงานตามขนาดที่ต้องการในขนาด S, M, L ตามแบบและรูปทรงได้อย่างประณีตเรียบร้อย สามารถนำไปประกอบกับผ้าพื้นรองเท้าได้อย่างพอดี



ภาพที่ 5.10 บล็อกเหล็กตัดพื้นหนังรองเท้า ของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

1.4 การปรับปรุงการคัดเลือกวัตถุดิบ ได้มีการปรับเปลี่ยนการเลือกวัสดุ ดังนี้

1) การเลือกใช้ผ้าลายญี่ปุ่นที่มีลวดลายเฉพาะสวยงามชัดเจน ที่เป็นผ้าทอด้วยความละเอียด ราคาเมตรละ 65 บาท แทนผ้าลวดลายที่มีขายตามท้องตลาดในราคาปานกลาง (ประมาณเมตรละ 18-25 บาท) เพื่อให้สามารถสร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ได้ ไม่ว่าจะเป็นลายผ้าเฉพาะลายและการเลือกใช้ด้ายสีต่าง ๆ ในการเดินเส้น



ภาพที่ 5.11 ตัวอย่างผ้าลายญี่ปุ่น

2) การเลือกใช้ใยโพลีเอสเตอร์อัดแน่นขนาดบาง 140-200g แทนกระดาษหรือแทนแผ่นใยโพลีเอสเตอร์อัดแน่นขนาด 100g ผลจากการเพิ่มขนาดแผ่นใยโพลีเอสเตอร์อัดแน่นพบว่า ทำให้ชิ้นงานสามารถคงรูปได้สวยงาม มีความนุ่มมือมากขึ้น และสามารถป้องกันการกระแทกได้มากขึ้น โดยเฉพาะในชิ้นงานที่เป็นกระเป๋าถือ



ภาพที่ 5.12 แผ่นใยโพลีเอสเตอร์อัดแน่นชนิดบาง 140g และ 200g

3) การเลือกใช้แผ่นยางพื้นรองเท้าที่หนาคงทนและมีลายยึดเกาะ แทนแบบเดิมที่ใช้อยู่ พบว่า สามารถลดการลื่นเมื่อใส่รองเท้าผ้าในบ้าน และมีความคงรูปมากกว่าแบบเดิม



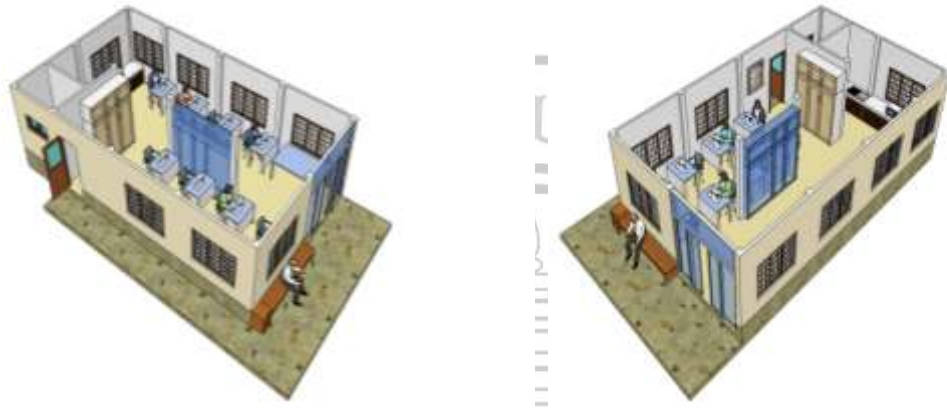
ภาพที่ 5.13 แผ่นยางพื้นรองเท้า ของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

1.5 การพัฒนาสถานที่การผลิต จากการสัมภาษณ์และสำรวจปัญหาด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานของกลุ่ม พบว่า สถานที่ในการทำงานคับแคบ แสงสว่างไม่เพียงพอ และอากาศถ่ายเทไม่สะดวก ทำให้การผลิตไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ทั้งนี้การออกแบบเครื่องมือและสถานที่ทำงานที่เหมาะสมถูกต้องตามหลัก Ergonomics นั้น จะช่วยป้องกันอาการบาดเจ็บจากการทำงาน และยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานอีกด้วย เนื่องจากสามารถช่วยลดการเคลื่อนไหวที่ไม่จำเป็น ทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานในท่าทางที่เหมาะสม และลดความเมื่อยล้าในการทำงานได้ ทีมวิจัยจึงได้เสนอการวางผังสถานที่ในการตัดเย็บและแนวทางการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมทั้งอาคารศูนย์เรียนรู้ ดังภาพ



ภาพที่ 5.14 แบบศูนย์เรียนรู้บ้านดอกแดง บริเวณด้านหน้าและด้านหลังอาคาร

เนื่องจากกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง มีแผนการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ ในบริเวณที่ว่างของบ้านประธานกลุ่ม ทางทีมวิจัยจึงได้นำเสนอการวางผังศูนย์การเรียนรู้ เพื่อให้มีการจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เหมาะสมแก่สมาชิก ดังภาพ



ภาพที่ 5.15 การออกแบบผังศูนย์การเรียนรู้แบบ 3 มิติ ของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

แนวทางการปรับสภาพแวดล้อมในการทำงานของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ได้มีการวางผังที่คำนึงถึงสภาพแวดล้อมในการทำงาน ได้แก่

1. แสงสว่าง ที่เพียงพอในการทำงาน โดยจัดให้มีหน้าต่างเพื่อให้ได้แสงจากธรรมชาติและติดตั้งหลอดไฟลู่ออร์สเซนท์แบบคู่ บนเพดาน รวมถึงบริเวณผนังกำแพงข้าง ๆ ในพื้นที่วางจักรเย็บผ้าอุตสาหกรรม
2. อากาศถ่ายเทสะดวก ปราศจากกลิ่น เสียงรบกวน และฝุ่นละออง โดยจัดให้มีการติดตั้งพัดลมดูดอากาศและพัดลมปรับอากาศ พร้อมทั้งติดผ้า màn เพื่อกรองฝุ่นละอองและช่วยปรับแสงจากภายนอก
3. อุปกรณ์จัดตกแต่งที่เหมาะสม โดยอาจมีต้นไม้ประดับ มีเสียงเพลงบางช่วงเวลา เป็นต้น เพื่อให้สมาชิกที่ปฏิบัติงานเกิดความผ่อนคลาย ช่วยให้เกิดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่ดี ตลอดจนความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการจัดวางอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการปฏิบัติงานมากที่สุด

2. การพัฒนากระบวนการผลิต

การพัฒนากระบวนการผลิต เป็นการเสริมความรู้จากภายนอกในเรื่องของการอบรมทักษะการตัดเย็บ การปรับปรุงขั้นตอนการไหลของงาน การวิเคราะห์หาต้นทุนการผลิต การกำหนดค่าตอบแทนในการผลิตที่ยุติธรรม และการควบคุมคุณภาพตามวงจร PDCA โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 การอบรมทักษะการตัดเย็บ

1) การอบรมความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารการผลิต ได้แก่ ความรู้พื้นฐานด้านการผลิต หลักการบริหารการผลิต เทคนิคการเพิ่มผลผลิต และการควบคุมคุณภาพ ซึ่งทีมวิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการอบรม โดยมีผลการศึกษาดังนี้

ตาราง 5.53 ผลการประเมินความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารการผลิตของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

ข้อความคำถาม	ร้อยละที่ตอบได้ถูกต้อง		ร้อยละความก้าวหน้า
	ก่อนอบรม	หลังอบรม	
ปัจจัยนำเข้า (Input)			
1. การสั่งซื้อวัตถุดิบจำนวนมาก ช่วยลดค่าใช้จ่ายและประหยัดเวลาในการจัดหาวัตถุดิบ	11.11	22.22	11.11
2. การพัฒนาทักษะของสมาชิก ไม่จำเป็นต่อการผลิต	66.66	85.19	18.53
3. การออกแบบสินค้าตามความต้องการของลูกค้า จะช่วยให้ไม่เกิดสินค้าคงคลัง หรือสต็อก	85.19	100	14.81
4. คุณภาพสินค้าเกิดจากวัตถุดิบที่ราคาต่ำสุดเท่านั้น	62.96	85.19	22.23
5. การจัดแผนผัง สถานที่ผลิตให้เป็นระเบียบเรียบร้อยเป็นสิ่งจำเป็น	74.07	92.59	18.52
6. การใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย ทำให้ผลิตได้ปริมาณมากขึ้น	100	100	0
กระบวนการผลิต (Process)			
7. การลองผิดลองถูกในการผลิต ถือเป็นเรื่องปกติ	18.52	44.44	25.92
8. การผลิตไม่จำเป็นต้องระบุระยะเวลาต่อชิ้นให้แน่นอน	44.44	66.66	22.22
9. สมาชิกควรเข้าใจกระบวนการผลิตอย่างชัดเจน ก่อนลงมือปฏิบัติ	96.29	100	3.71
10. ความต่อเนื่องในกระบวนการผลิต ทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น	96.29	100	3.71
11. การผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ช่วยลดความเสี่ยงในการผลิต	81.48	96.29	14.81
12. ในกระบวนการผลิตต้องตรวจสอบคุณภาพทุกขั้นตอน	96.29	100	3.71

ข้อความคำถาม	ร้อยละที่ตอบได้		ร้อยละความก้าวหน้า
	ก่อนอบรม	หลังอบรม	
ปัจจัยส่งออก (Output)			
13. สินค้าที่ผลิต ผิดรูปแบบบ้างไม่เป็นไร	74.07	96.29	22.22
14. เมื่อผลิตเสร็จแล้ว ไม่ต้องเก็บอย่างระมัดระวัง	85.19	92.59	7.4
15. การที่ลูกค้าคนกลางมารับสินค้าจากกลุ่ม จะช่วยลดต้นทุนการขนส่ง และสามารถตั้งราคาที่กลุ่มต้องการได้	22.22	40.74	18.52
16. สินค้ามีคุณภาพดี แต่ไม่ได้จำนวนตามที่กำหนด เป็นสิ่งที่ยอมรับได้	70.37	85.19	14.82
17. สินค้าที่มีคุณภาพแล้ว ไม่จำเป็นต้องพัฒนาอีก	55.55	96.29	40.74
18. สินค้าที่มีคุณภาพ ลูกค้าจะมีความพึงพอใจ	100	100	0
19. คุณภาพเกิดจากการผลิตที่ถูกต้องทุกขั้นตอน	100	100	0
20. สินค้าที่มีคุณภาพจะสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กลุ่ม	96.29	96.29	0
รวม	71.85	84.99	13.14

จากการศึกษา พบว่า ก่อนการอบรมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารการผลิต สมาชิกผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารการผลิตในระดับดี คือ ได้คะแนนร้อยละ 71.85 หลังจากการอบรมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารการผลิตพบว่าสมาชิกผู้เข้าร่วมโครงการมีคะแนนเพิ่มขึ้นร้อยละ 84.99 โดยมีร้อยละความก้าวหน้าเท่ากับ 13.14

2) การอบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิคการออกแบบและตัดเย็บผลิตภัณฑ์จากผ้าทางที่วิจัยได้เชิญที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่จาก บริษัทเฟ้น เค (Elvira) คือ คุณสุกัญญา ปันด้วง และคุณทิพย์ภรณ์ ยาลังกา เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้และสาธิต พร้อมฝึกปฏิบัติการออกแบบและตัดเย็บผลิตภัณฑ์จากผ้าให้แก่กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ในเรื่องเทคนิคการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้า เทคนิคการปัก (ได้แก่ ประเภทของการปัก การเลือกใช้ผ้าปัก การตัดการต่อผ้าปักให้สวย และเทคนิคพิเศษของการปัก) เทคนิคการต่อผ้าแบบพื้นฐาน (Patch Work) เทคนิคการตัดปะผ้า (Appliqué) (ได้แก่ Appliqué แบบต่าง ๆ ขั้นตอนการทำ Appliqué และการเลือกใช้ตะเข็บในการทำ Appliqué) และ การใช้งานจักรเย็บผ้าคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ได้ให้สมาชิกแต่ละคนออกแบบและทำชิ้นงานผลิตภัณฑ์จากผ้าโดยใช้เทคนิคแอปพลิเคชัน มานำเสนอกลุ่ม เพื่อถ่ายทอดความรู้ร่วมกันจนได้รูปแบบการผลิตที่มีมาตรฐาน สามารถเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้

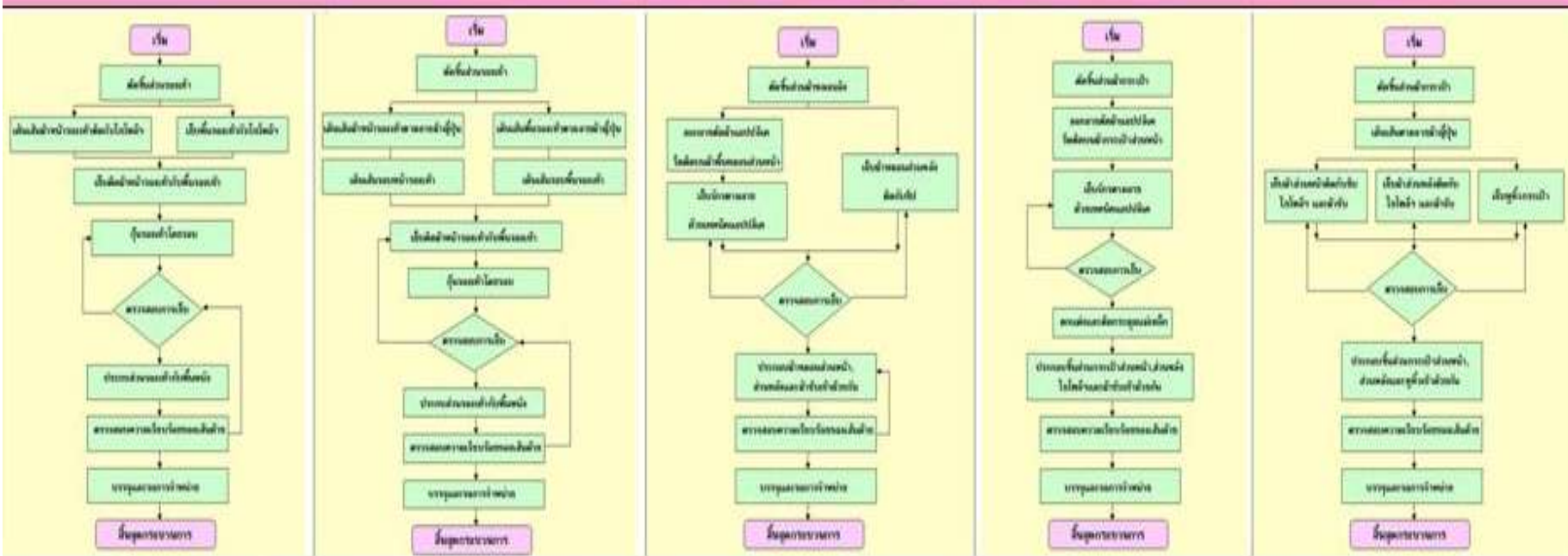


ภาพที่ 5.16 การอบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิคการออกแบบและตัดเย็บผลิตภัณฑ์จากผ้า

ผลการอบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิคการออกแบบและตัดเย็บผลิตภัณฑ์จากผ้าพบว่าสมาชิกกลุ่มบ้านดอกแดงได้รับความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการตัดเย็บผลิตภัณฑ์จากผ้าเพิ่มขึ้น มีความพึงพอใจต่อการให้ความรู้ของวิทยากร จนสามารถนำเทคนิคที่ได้รับการอบรมไปประยุกต์ใช้ได้จริงในการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

3) การกำหนดขั้นตอนการไหลของงาน หลังจากการอบรมเรื่องการออกแบบและเทคนิคการตัดเย็บผลิตภัณฑ์จากผ้า ทีมวิจัยได้ดำเนินการศึกษาขั้นตอนการไหลของงานและร่วมกับกลุ่มในการกำหนดขั้นตอนและมาตรฐานในการทำงาน ซึ่งการศึกษาขั้นตอนการไหลของงานเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยในการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพ เกิดการไหลของงานที่รวดเร็วขึ้นจากการใช้เวลาที่อาจจะลดลง หรือการลดขั้นตอนในการผลิตที่ไม่จำเป็น โดยทำการศึกษาขั้นตอนการผลิต ระยะเวลา และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้า ด้วยการสัมภาษณ์ การจดบันทึกกิจกรรม และการจับเวลาในการดำเนินกิจกรรมของสมาชิกจากตัวแทนกลุ่ม จำนวน 4 ท่านสามารถสรุปเป็นแผนผังกระบวนการไหลของงาน ได้ดังภาพ

กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง



รองเท้าใส่ในบ้านผ้ารังผึ้ง

รองเท้าใส่ในบ้านผ้าญี่ปุ่น

หมอนอิง

กระเป๋าผ้าผูกโบว์ข้าง

กระเป๋าใส่คอมพิวเตอร์

ภาพที่ 5.17 แผนผังกระบวนการไหลของงานของผลิตภัณฑ์กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

4) การวิเคราะห์หาต้นทุนการผลิต

ผู้วิจัยและตัวแทนกลุ่มได้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์

จากผ้าจำนวน 5 รูปแบบ ดังนี้

แบบที่ 1 รองเท้าใส่ในบ้านผ้ารังผึ้ง

วัสดุอุปกรณ์

1. ผ้ารังผึ้ง	ราคาประมาณ 17 บาท
2. ผ้าซับ	ราคาประมาณ 1.25 บาท
3. โยโฟลีสเตอร์ 3 มิล	ราคาประมาณ 5 บาท
4. ฟองน้ำหนา 0.5 นิ้ว	ราคาประมาณ 2 บาท
5. พื้นหนัง สำเร็จ	ราคาประมาณ 8 บาท
6. ด้ายเย็บ	ราคาประมาณ 1 บาท



ค่าแรง (ต่อคู่)

1. ตัดส่วนรองเท้า	2 บาท
2. เดินเส้นผ้าหน้ารองเท้า	.50 บาท
3. เย็บพื้นรองเท้า	.50 บาท
4. เย็บติดผ้าหน้ารองเท้ากับพื้นรองเท้า	.25 บาท
5. กุนรองเท้าโดยรอบ	1 บาท
6. ประกอบส่วนรองเท้ากับพื้นหนัง	1 บาท

ค่าใช้จ่ายการผลิต

1. ค่าไฟฟ้า	ราคาประมาณ .19 บาท
2. ถุงพลาสติกห่อผลิตภัณฑ์	1 บาท
3. ป้ายราคา	2 บาท

รวมต้นทุนการผลิต ราคาประมาณ 41.69 บาท

แบบที่ 2 รองเท้าใส่ในบ้านผ้าญี่ปุ่น

วัสดุอุปกรณ์

1. ผ้าญี่ปุ่น	ราคาประมาณ 5 บาท
2. ผ้าซับ	ราคาประมาณ 1.25 บาท
3. โพลีเอสเตอร์อัด 3 มิล	ราคาประมาณ 5 บาท
4. ผ้ากุน	ราคาประมาณ 5 บาท
5. พื้นหนัง สำเร็จ	ราคาประมาณ 8 บาท



6. ด้ายเย็บ ราคาประมาณ 1 บาท

ค่าแรง (ต่อคู่)

1. ตัดส่วนรองเท้า 2 บาท
2. เดินเส้นผ้าหน้ารองเท้าและพื้นรองเท้าตามลายผ้าญี่ปุ่น 1 บาท
3. เดินเส้นรอบหน้ารองเท้า .50 บาท
4. กู้นรองเท้าโดยรอบ 1 บาท
5. ประกอบส่วนรองเท้ากับพื้นหนัง 1 บาท

ค่าใช้จ่ายการผลิต

1. ค่าไฟฟ้า ราคาประมาณ .19 บาท
2. ถูพลาสติกห่อผลิตภัณฑ์ 1 บาท
3. ป้ายราคา 2 บาท

รวมต้นทุนการผลิต ราคาประมาณ 33.94 บาท

แบบที่ 3 หมอนอิงลายแอปพลิเคชัน ขนาด 16x16 นิ้ว

วัสดุอุปกรณ์

1. ผ้าชิ้นหลังหมอน 2 ชิ้น ราคาประมาณ 30 บาท
2. ไผ่โพลีเอสเตอร์ ราคาประมาณ 37 บาท
3. ผ้าซับในหมอน ราคาประมาณ 20 บาท
4. ผ้าเย็บลวดลาย ราคาประมาณ 10 บาท
5. ซิป ขนาด 16 นิ้ว ราคาประมาณ 16 บาท
6. ด้ายเย็บ ราคาประมาณ 2 บาท
7. กระจุก ราคาประมาณ 1 บาท



ค่าแรง

1. ออกแบบปักลาย 70 บาท
2. ตัดและเย็บประกอบตัวหมอน 50 บาท

ค่าใช้จ่ายการผลิต

1. ค่าไฟฟ้าราคาประมาณ .20 บาท
2. ถูพลาสติกห่อผลิตภัณฑ์ 3 บาท
3. ป้ายราคา 2 บาท

รวมต้นทุนการผลิต ราคาประมาณ 241.20 บาท

แบบที่ 4 กระเป๋าผ้าผูกโบว์ข้างลายสุนัข ขนาด 20x12.5 นิ้ว

วัสดุอุปกรณ์

1. ผ้าพื้นสีขาวครีม	ราคาประมาณ	90 บาท
2. ผ้าลายสุนัข	ราคาประมาณ	22 บาท
3. ผ้าซับ	ราคาประมาณ	15 บาท
4. โพลีเอสเตอร์อัด 3 มิล	ราคาประมาณ	33 บาท
5. ลูกปัดตกแต่งกระเป๋า	ราคาประมาณ	3 บาท
6. กระดุมแม่เหล็ก	ราคาประมาณ	5 บาท



ค่าแรง

1. ตัดตัวกระเป๋าและประกอบตัวกระเป๋า	70 บาท
2. ออกแบบและปักลาย	50 บาท

ค่าใช้จ่ายการผลิต

1. ค่าไฟฟ้า	ราคาประมาณ	.19 บาท
2. ถุงพลาสติกห่อผลิตภัณฑ์	5 บาท	
3. ป้ายราคา	2 บาท	

รวมต้นทุนการผลิต ราคาประมาณ 295.19 บาท

แบบที่ 5 กระเป๋าใส่คอมพิวเตอร์แบบพกพา ขนาด 14x10 นิ้ว

วัสดุอุปกรณ์

1. ผ้าลายสุนัข	ราคาประมาณ	43 บาท
2. ผ้าก๊อช	ราคาประมาณ	13 บาท
3. ผ้าก๊อช	ราคาประมาณ	13 บาท
4. โพลีเอสเตอร์อัด	ราคาประมาณ	66 บาท



ค่าแรง

1. ตัดและประกอบตัวกระเป๋า	50 บาท
2. เดินลาย	20 บาท

ค่าใช้จ่ายการผลิต

1. ค่าไฟฟ้า	ราคาประมาณ	.19 บาท
2. ถุงพลาสติกห่อผลิตภัณฑ์	3 บาท	
3. ป้ายราคา	2 บาท	

รวมต้นทุนการผลิต ราคาประมาณ 222.19 บาท

หลังจากที่ได้ข้อมูลต้นทุนการผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์แล้ว จึงได้จัดเวทีระดมความคิด เพื่อให้ผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มร่วมกันกำหนดค่าตอบแทนในการผลิต โดยคำนึงจากอัตราค่าจ้างขั้นต่ำรายวัน ระยะเวลาและความยากง่ายในการผลิต เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและเป็นแรงจูงใจในการทำงาน

3. การกำหนดค่าตอบแทนในการผลิต

เดิมการกำหนดค่าแรงในการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงทำโดยประธานและกรรมการกลุ่ม ที่กำหนดค่าตอบแทนให้แก่สมาชิกที่มาตัดเย็บตามจำนวนชิ้นที่ผลิต (เหมาจ่ายต่อชิ้น) ดังนั้นทีมวิจัยจึงเสนอแนะแนวทางการกำหนดค่าแรง โดยมีเกณฑ์ที่ใช้ประกอบในการกำหนดค่าตอบแทน ได้แก่ เวลาที่ใช้ในการทำงานแต่ละขั้นตอน ความยากง่ายในการผลิต และอัตราค่าแรงเฉลี่ยในพื้นที่ ดังนี้

3.1 เวลาที่ใช้ในการทำงานแต่ละขั้นตอน ใช้การจับเวลาในการผลิตผลิตภัณฑ์ในแต่ละขั้นตอนและในแต่ละชนิดผลิตภัณฑ์ ทีมวิจัยเก็บข้อมูลจากการศึกษาขั้นตอนการไหลของงานในแต่ละผลิตภัณฑ์ ที่เป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบของกลุ่ม โดยเก็บข้อมูลจากสมาชิกผู้ปฏิบัติงานในแต่ละขั้นตอนจำนวน 4 คนแล้วหาค่าเฉลี่ยการทำงาน ได้ผลดังนี้

ตาราง 5.54 เวลาเฉลี่ยในแต่ละขั้นตอนที่ใช้ในการผลิตรองเท้าผ้ารังผึ้ง รองเท้าผ้าญี่ปุ่นและ กระเป๋าใส่คอมพิวเตอร์

ผลิตภัณฑ์	เวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการผลิตตามขั้นตอน (นาที)						
	ตัด	เดินเส้น	เดินเส้นแบบ ซิกแซ็ก	ประกบ	กึ่ง	ประกอบ	รวม
รองเท้าผ้ารังผึ้ง	3	4	-	7	8	5	27
รองเท้าผ้าญี่ปุ่น	3	4	20	7	8	5	47
กระเป๋าใส่ คอมพิวเตอร์	5	15	-	14	-	12	36

จากการศึกษาเวลาที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 แบบ พบว่ารองเท้าผ้าญี่ปุ่น ใช้เวลาในการผลิตมากที่สุด คือ 47 นาที รองลงมา ได้แก่ กระเป๋าใส่คอมพิวเตอร์ ใช้เวลา 36 นาที และรองเท้าผ้ารังผึ้ง ใช้เวลา 27 นาที

ตาราง 5.55 เวลาเฉลี่ยในแต่ละขั้นตอนที่ใช้ในการผลิตหมอนอิงลายชนบทและกระเป๋าผ้าผูกโบว์ข้างลายสุนัข

ผลิตภัณฑ์	เวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการผลิตตามขั้นตอน (นาที)							
	ตัด	เดินเส้น	ลอกลายตัดแปะผ้า	ติดซิปกระดุม	เย็บแอปพลิก	ตกแต่ง	ประกอบ	รวม
หมอนอิงลายชนบท	8	2	32	4	65	-	8	119
กระเป๋าผ้าผูกโบว์ข้างลายสุนัข	8	2	10	4	20	25	28	97

จากการศึกษาเวลาที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ 2 แบบ ที่ต้องมีการเย็บแอปพลิก พบว่าหมอนอิงลายชนบท ใช้เวลาในการผลิตมากที่สุด คือ 119 นาที และกระเป๋าผ้าผูกโบว์ข้างลายสุนัข ใช้เวลา 97 นาที

3.2 ความยากง่ายในการผลิต เป็นการเปรียบเทียบกิจกรรมแยกตามผลิตภัณฑ์ตามความยากง่ายในการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้า โดยทีมวิจัยร่วมกับประธานและกรรมการกลุ่ม ทำการประเมินความยากง่ายในการผลิตแยกตามขั้นตอน ได้ผลการเปรียบเทียบกิจกรรมแยกตามผลิตภัณฑ์ตามความยากง่ายในการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้า ดังตาราง

ตาราง 5.56 การเปรียบเทียบกิจกรรมแยกตามผลิตภัณฑ์ตามความยากง่ายในการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้า

ผลิตภัณฑ์ / ความยากง่าย	รองเท้าผ้า รังผึ้ง	รองเท้าผ้า ญูปุ่น	กระเป๋าผ้า	หมอนอิง	กระเป๋าใส่คอมพิวเตอร์
1.0	ตัด เดินเส้น	ตัด	ตัด เดินเส้น	ตัด เดินเส้น	ตัด เดินเส้น
1.1	-	เดินเส้นแบบ ซิกแซ็ก	-	-	เดินเส้นแบบ ซิกแซ็ก
1.3	ก๊วน	ก๊วน	ตกแต่ง	-	-
1.5	ประกอบ ประกอบ	ประกอบ ประกอบ	ประกอบ	ประกอบ	ประกอบ
2	-	-	ลอกลายตัด-	ลอกลายตัด-	-

ผลิตภัณฑ์ ความยากง่าย	รองเท้าผ้า รังผึ้ง	รองเท้าผ้า ญี่ปุ่น	กระเป๋าคloth	หมอนอิง	กระเป๋าใส่ คอมพิวเตอร์
			แปะผ้า ติดกระดุม	แปะผ้า ติดซิปป	
3	-	-	เย็บแอปพลิเคชัน	เย็บแอปพลิเคชัน	-

จากการศึกษา พบว่า การเย็บแอปพลิเคชัน มีความยากมากที่สุด โดยมีผลการประเมินอยู่ในระดับ 3 ความยากรองลงมา คือ การลอกลายตัด แปะผ้า และติดกระดุม มีผลการประเมินอยู่ในระดับ 2 การประกอบ มีผลการประเมินอยู่ในระดับ 1.5 การกึ่งและตกแต่ง มีผลการประเมินอยู่ในระดับ 1.3 การเดินเส้นแบบซิกแซก มีผลการประเมินอยู่ในระดับ 1.1 และการตัดการเดินเส้น มีผลการประเมินอยู่ในระดับ 1 ตามลำดับ

3.3 การกำหนดค่าแรงในพื้นที่ต่อวัน ที่มิวิจัยได้ทำการสำรวจค่าแรงขั้นต่ำรายวันของจังหวัดเชียงใหม่ประจำปี 2554 พบว่ามีค่าแรงวันละ 180 บาท ทั้งนี้ที่มิวิจัยได้ประเมินว่าลักษณะงานตัดเย็บผลิตภัณฑ์จากผ้า เป็นงานที่ต้องการทักษะฝีมือแรงงาน ดังนั้นจึงได้เสนอแนะว่าควรกำหนดค่าแรงในการตัดเย็บผลิตภัณฑ์จากผ้า ในค่าแรงวันละ 200 บาท แล้วนำมาคิดเป็นค่าแรงรายนาที่

เวลาการทำงาน 8 ชั่วโมง x 60 นาที = 480 นาทีต่อวัน

ค่าแรง 200 บาท / 480 นาที = 0.42 บาท/นาที

สำหรับการคำนวณราคาค่าแรงตามขั้นตอนการผลิตแยกรายผลิตภัณฑ์ ที่มิวิจัยได้กำหนดสูตรการคำนวณค่าแรงตามขั้นตอนการผลิตได้ ดังนี้

สูตร ค่าแรงขั้นตอนการผลิต = เวลาที่ใช้ x ความยากง่าย x 0.42

หมายเหตุ : ค่าแรงที่ได้จะปัดเศษทศนิยมขึ้นตามหลักคิดเงินสลึง

ตาราง 5.57 ค่าแรงในแต่ละขั้นตอนที่ใช้ในการผลิตรองเท้าผ้ารังผึ้ง รองเท้าผ้าญี่ปุ่นและ กระเป๋าใส่คอมพิวเตอร์

ผลิตภัณฑ์	ค่าแรงในการผลิตตามขั้นตอน (บาท)						
	ตัด	เดินเส้น	เดินเส้นแบบ ซิกแซ็ก	ประกบ	กึ่ง	ประกอบ	รวม
รองเท้าผ้ารังผึ้ง	1.50	2	-	4.50	4.50	3.25	15.75
รองเท้าผ้าญี่ปุ่น	1.50	2	9.25	4.50	4.50	3.25	25
กระเป๋าใส่ คอมพิวเตอร์	2	6.50	-	9	-	18	35.5

จากการศึกษาเวลาที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 แบบ พบว่ากระเป๋าใส่คอมพิวเตอร์ มีค่าแรงในการผลิตสูงที่สุด เท่ากับ 35.50 บาท รองลงมา ได้แก่ รองเท้าผ้าญี่ปุ่น มีค่าแรงในการผลิตเท่ากับ 25 บาท และรองเท้าผ้ารังผึ้ง มีค่าแรงในการผลิตเท่ากับ 15.75 บาท

ตาราง 5.58 ค่าแรงในแต่ละขั้นตอนที่ใช้ในการผลิตหมอนอิงลายขนบทและกระเป๋าผ้าผูกโบว์ข้างลายสุนัข

ผลิตภัณฑ์	ค่าแรงในการผลิตตามขั้นตอน (บาท)							
	ตัด	เดิน เส้น	ลอกลาย ตัดแปะผ้า	ติดซิป กระดุม	เย็บแอป พลิกเค	ตกแต่ง	ประกอบ	รวม
หมอนอิง ลายขนบท	3.50	1	27	3.50	82	-	5	122
กระเป๋าผ้า ผูกโบว์ข้าง ลายสุนัข	3.50	1	8.50	3.50	25.25	13.75	17.75	73.25

จากการศึกษาเวลาที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 แบบ พบว่า หมอนอิงลายขนบท มีค่าแรงในการผลิต เท่ากับ 122 บาท กระเป๋าผ้าผูกโบว์ข้างลายสุนัข มีค่าแรงในการผลิต เท่ากับ 73.25 บาท

หลังการเสนอการกำหนดค่าตอบแทนในการผลิตแยกตามขั้นตอนของแต่ละผลิตภัณฑ์ของทีมีวิจัย พบว่า ประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม มีความสนใจและเห็นด้วยกับแนวทางในการ

กำหนดค่าตอบแทนในการผลิต โดยคำนึงจากอัตราค่าจ้างขั้นต่ำรายวัน ระยะเวลา และความยากง่ายในการผลิต ทำให้เกิดความเป็นธรรมและเป็นแรงจูงใจในการทำงานเพิ่มมากขึ้น

4 การควบคุมคุณภาพตามวงจร PDCA

การควบคุมคุณภาพตามวงจร PDCA เป็นการนำระบบควบคุมคุณภาพ (Quality Control circle: Q.C. Circle) มาใช้ในการดำเนินการแก้ปัญหา ปรับปรุงและพัฒนางานให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยทีมวิจัยได้มีการติดตามและเสนอแนะการปรับปรุงกระบวนการผลิต พร้อมทั้งประเมินการพัฒนาของกลุ่ม ดังนี้

4.1 การให้ความรู้เกี่ยวกับวงจร PDCA ทีมวิจัยได้ให้ประธานกลุ่มและสมาชิกได้นำแนวทางวงจร PDCA ไปใช้ในการทำการผลิตของกลุ่ม ให้เกิดสัมฤทธิ์ผลแก่สมาชิกในกลุ่มบ้านดอกแดง ดังนี้

- PLAN : ประธานกลุ่มควรกำหนดแผนงานการผลิตร่วมกับสมาชิกทุกคน
- DO : สมาชิกนำไปปฏิบัติตามแผนงานการผลิตโดยได้รับความช่วยเหลือจากประธานและกรรมการกลุ่ม
- CHECK : ร่วมกันตรวจสอบเพื่อค้นหาปัญหาข้างเคียงและวิธีแก้ไขที่เหมาะสมที่สุด
- ACT : ร่วมกันกำหนดวิธีแก้ไขเป็นมาตรฐานเพื่อให้สมาชิกนำไปปฏิบัติได้สะดวก

ขั้นตอนในการทำกิจกรรม P-D-C-A ของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง มีดังต่อไปนี้

1) ตรวจสอบปัญหารอบ ๆ ตัว จากการสังเกต สืบถาม สัมภาษณ์ รวมทั้งระดมสมองร่วมกับสมาชิกกลุ่มแล้ว พบว่า ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ได้แก่ สภาพแวดล้อมในการทำงานไม่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมีคุณภาพดีไม่เท่าที่ควร สมาชิกมีทักษะในการตัดเย็บผลิตภัณฑ์จากผ้าไม่เท่ากัน

2) ทีมวิจัยได้สอบถามความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มถึงประเด็นปัญหาด้านการผลิตที่กระทบกับกลุ่มมากที่สุดและสมาชิกกลุ่มได้ร่วมกันเลือกหัวข้อเรื่อง “การปรับปรุงคุณภาพการผลิตของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง” เพื่อดำเนินกิจกรรม QC เป็นหัวข้อแรก

3) ทีมวิจัยร่วมกับสมาชิกบ้านดอกแดงระดมสมองเพื่อวิเคราะห์เก็บข้อมูลสำรวจสภาพปัจจุบันในกระบวนการผลิตของกลุ่ม

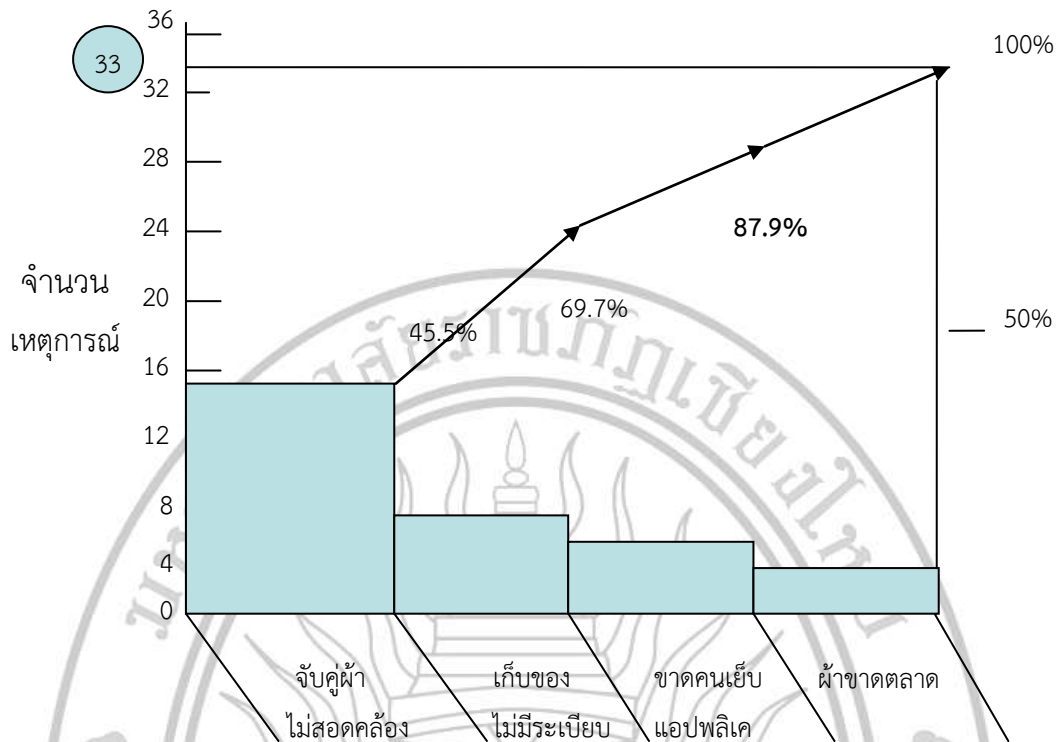
ตาราง 5.59 เหตุการณ์ที่สมาชิกกลุ่มพบมากที่สุดระหว่างการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้า

ปัจจัย/ สาเหตุ	ความถี่	ความถี่สะสม	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ความไม่สอดคล้องในการจับคู่สีผ้า	15	15	45.5	45.5
ความไม่มีระเบียบในการจัดเก็บวัตถุดิบ	8	23	24.2	69.7
การขาดคนเย็บผ้าเทคนิคแอปพลิเคชัน	6	29	18.2	87.9
ผ้าขาดตลาด	4	33	12.1	100

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดในการผลิต คือ ความไม่สอดคล้องในการจับคู่สีผ้า คิดเป็นร้อยละ 45.5 ความไม่มีระเบียบในการจัดเก็บวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 24.2 การขาดสมาชิกที่มีทักษะการเย็บผ้าโดยใช้เทคนิคแอปพลิเคชัน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และผ้าขาดตลาด คิดเป็นร้อยละ 12.1 ตามลำดับ

4) ผลจากการสำรวจข้อมูลด้านการผลิตของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ทีมวิจัยและสมาชิกกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงจึงได้กำหนดเป้าหมายในการทำงานเรื่องความต้องการปรับปรุงคุณภาพการผลิต ซึ่งเป็นกำหนดเป้าหมายที่เหมาะสมกับความสามารถของกลุ่ม

5) วิเคราะห์และดำเนินการแก้ไข ผู้วิจัยร่วมกับสมาชิกกลุ่มดำเนินการตรวจสอบข้อมูลและวิเคราะห์หาสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหา สามารถเรียงลำดับเหตุการณ์ที่สมาชิกเจอจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ความไม่สอดคล้องในการจับคู่สีผ้า จำนวน 15 คน, ความไม่มีระเบียบในการจัดเก็บวัตถุดิบ จำนวน 8 คน, การขาดสมาชิกที่มีทักษะการเย็บผ้าโดยใช้เทคนิคแอปพลิเคชัน จำนวน 6 คน และผ้าขาดตลาด จำนวน 4 คน ซึ่งสามารถอธิบายแนวทางการเพิ่มระดับความพึงพอใจของสมาชิกกลุ่มบ้านดอกแดงได้ โดยนำเสนอผังพาเรโต้ ดังภาพ



ภาพที่ 5.18 ผังพาเรโต้แสดงปัญหาที่กลุ่มพบมากที่สุดระหว่างการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้า เทียบกับร้อยละการเพิ่มขึ้นของระดับความพึงพอใจของสมาชิก

จากภาพ จะเห็นได้ว่า หากต้องการเพิ่มความพึงพอใจในคุณภาพการผลิตของสมาชิก ให้ดีขึ้นมากกว่าร้อยละ 85 จะต้องดำเนินการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาการผลิต 3 เรื่องด้วยกัน คือ ความไม่สอดคล้องในการจับคู่สีผ้า ความไม่มีระเบียบในการจัดเก็บวัตถุดิบ และการขาดคนเย็บแอปพลิเคชัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เสนอแนะแนวทางการปรับปรุง ดังนี้ จัดโครงการประเมินศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้า โดยมีวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและตัดเย็บมาให้ความรู้และประเมินผลิตภัณฑ์จากผ้าของกลุ่ม จัดระเบียบการจัดเก็บวัตถุดิบและออกแบบพื้นที่ฝั่งการผลิตใหม่แก่กลุ่ม ตัดเย็บบ้านดอกแดง จัดกิจกรรมการจัดการความรู้ด้านการพัฒนาทักษะการตัดเย็บเทคนิคแอปพลิเคชัน โดยให้สมาชิกที่มีทักษะที่ดีเป็นผู้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ อธิบายเทคนิคในการใช้จักรเย็บผ้าคอมพิวเตอร์ และเปลี่ยนเรียนรู้กับสมาชิกด้วยกัน

6) หลังจากได้ดำเนินการปรับปรุงคุณภาพการผลิตแล้ว สมาชิกกลุ่มได้ร่วมกัน กำหนดมาตรฐานการผลิต ทำให้สามารถแก้ไขปัญหาและปรับปรุงงานการผลิตของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงได้เป็นอย่างดีจึงได้ร่วมกันกำหนดมาตรฐานการทำงานไว้ ได้แก่ ลักษณะของมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ดีของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ตัดผ้าตามขนาด ฝียีบสม่ำเสมอ ไม่มีเศษด้ายกรงูรัง และเลือกผ้าตกแต่งมีโทนสีเดียวกับผ้าพื้น

7) สรุปผลการทำกิจกรรมพบว่า สมาชิกมีการปฏิบัติงานที่ได้มาตรฐานมากขึ้น ส่งผลให้การผลิตมีคุณภาพตามที่สมาชิกกลุ่มต้องการ สำหรับปัญหาที่ควรจะดำเนินการจัดกิจกรรมควบคุมคุณภาพครั้งต่อไป สมาชิกกลุ่มเสนอแนะเรื่องการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน

การจัดการความรู้ด้านการบัญชี

ทางทีมวิจัยได้นำหลักของการจัดการความรู้ เข้ามาเป็นส่วนประกอบสำคัญในการดำเนินกิจกรรมของงานวิจัย โดยมีการดำเนินการทางด้านการบัญชี โดยเน้นในเรื่องของการหามาและการใช้ไป ดังนี้

1. เริ่มจากการจัดเวทีชาวบ้าน เพื่อศึกษารูปแบบ และปัญหา ของการดำเนินการทางด้านการเงินและการบัญชี เปิดโอกาสให้สมาชิกกลุ่มได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
2. การเสริมความรู้และการพัฒนา ในประเด็นที่เป็นความต้องการของทางกลุ่ม รวมทั้งการฝึกทักษะกลุ่มย่อย เพื่อให้กลุ่มได้มีโอกาสในการฝึกทักษะในการตัดเย็บและแก้ไขปัญหาในการตัดเย็บในรูปแบบต่าง ๆ นอกจากนี้ทางทีมวิจัยยังได้เตรียมวิทยากรที่มีความรู้ในการออกแบบมาถ่ายทอดเทคนิคและเสริมความรู้ เพื่อให้สมาชิกกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงได้เกิดความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงความจำเป็นถึงการออกแบบและการใช้เทคนิคในการตัดเย็บในลักษณะพิเศษ เพื่อให้การทำงานง่ายขึ้นและผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่สวยงาม
3. การประเมินการจัดทำรายการทางบัญชี เพื่อร่วมกันในการแก้ไขปัญหาในการบัญชีของทางกลุ่มร่วมกันกับทางทีมวิจัย เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน

จากขั้นตอนในการดำเนินการดังกล่าวสามารถนำเสนอรายละเอียดในขั้นตอนการจัดการความรู้ ในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

การจัดเวทีชาวบ้านด้านการเงินบัญชี

จากการจัดเวทีชาวบ้านด้านการเงินบัญชี เป็นการศึกษาริบทด้านบัญชีการเงินกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง โดยให้สมาชิกกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงระดมความคิดและอภิปรายด้านบัญชีการเงินสามารถสรุปผล ได้ดังนี้

1. กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงเริ่มต้นด้วยจำนวนสมาชิกทั้งหมด จำนวน 15 คน โดยมี นางศรีพรรณ แก้วตา เป็นประธานกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ระดมทุนครั้งแรกปี 2547 มีการระดมเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่ม โดยการจำหน่ายหุ้นให้แก่สมาชิกราคาหุ้นละ 10 บาท สมาชิกแต่ละคนต้องซื้อ 10 หุ้นขึ้นไป ทั้งนี้สมาชิกแต่ละคนซื้อหุ้น 100 หุ้นมูลค่าหุ้นละ 10 บาท ได้เงินลงทุนหมุนเวียน 15,000 บาท ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกกลุ่มจำนวน 40 คน หุ้นทั้งหมดจำนวน 4,000 หุ้น มูลค่าหุ้น 40,000 บาท บวกกำไรสะสม 20,000 บาท ดังนั้นเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงเท่ากับ 60,000 บาท

2. ในปี 2547 กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงได้ระดมจักรเย็บผ้าจากสมาชิกกลุ่มฯ เพื่อผลิตสินค้าจำนวน 4 หลัง มูลค่า 32,000 บาท และในปี พ.ศ. 2549 องค์การบริหารส่วนตำบลสง่าบ้านสนับสนุนงบประมาณซื้อจักรอุตสาหกรรมจำนวน 5 หลัง มูลค่า 15,000 บาท รวมถึงงบประมาณในการจัดซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เช่น ผ้า โพลีเอสเตอร์ เป็นต้น

3. ระบบบัญชี กลุ่มยังไม่มี การนำระบบบัญชีมาใช้ มีเพียงแต่การบันทึกรายรับรายจ่าย หรือสมุดเงินสดรับเงินสดจ่ายเท่านั้น นอกจากนี้ยังพบว่า วินัยในการบันทึกการทางบัญชียังไม่มากเท่าที่ควร

4. การคำนวณต้นทุน กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงยังไม่สามารถทราบต้นทุนอย่างชัดเจน ส่งผลถึงการตั้งราคาขาย ซึ่งทางกลุ่มใช้วิธีการประมาณการเป็นหลัก

5. การบริหารสินค้าคงคลัง กลุ่มใช้วิธีการประมาณด้วยสายตาว่าหากไม่มีสินค้าคงเหลือในสถานที่เก็บสินค้าของกลุ่มแล้ว แสดงว่าสินค้ารายการนั้น ๆ หมดลง จากนั้นทางกลุ่มจึงดำเนินการผลิตสินค้าชนิดนั้นเพิ่มเติม ในกรณีการนำสินค้าออกจากสถานที่เก็บไปจำหน่ายทางกลุ่มฯ ใช้วิธีการจดบันทึกการเบิกออกไปก็ขึ้นเท่านั้น แต่ไม่มีการบันทึกการรับคืน

6. การบริหารสภาพคล่องทางการเงิน การบริหารสภาพคล่องจะเป็นบทบาทหน้าที่ของประธานกลุ่ม คือ นางศรีพรรณ แก้วตา พบว่าสามารถบริหารสภาพคล่องได้ดี และมีการจัดหาแหล่งเงินทุนสำรอง จากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) ในนามของนางศรีพรรณ แก้วตา โดยได้รับความเห็นชอบจากสมาชิกกลุ่ม ปัจจุบันกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงมีหนี้ มีจำนวน 70,000 บาท มีการจ่ายชำระคืนปีละ 10,700 บาท (เฉลี่ยเดือนละ 891.67 บาท) ได้อย่างต่อเนื่อง

7. ระบบการจ่ายเงินปันผล กลุ่มสามารถจ่ายเงินปันผลได้ในปี 2552 โดยจ่ายเงินปันผลหุ้นละ 10 บาทให้แก่สมาชิกจำนวน 4,000 หุ้น เป็นเงิน 40,000 บาท

การเสริมความรู้และการพัฒนาด้านการเงินบัญชี

จากประเด็นปัญหาที่พบจากการจัดเวทีชาวบ้านด้านการเงินบัญชี ทางทีมวิจัยได้นำมาพิจารณาและร่วมปรึกษากับทางกลุ่มในการจัดการอบรม เพื่อเสริมความรู้และพัฒนาทักษะทางด้านการบัญชี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การเสริมความรู้ในเรื่อง “การจัดทำบัญชีครัวเรือน และการบริหารการเงินกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง” ประกอบไปด้วยหัวข้อย่อย ได้แก่ ระบบรายรับ ระบบรายจ่าย ระบบต้นทุนการผลิตสินค้า ระบบการควบคุมสินค้าคงคลัง ระบบคำนวณค่าไฟฟ้า ระบบสินทรัพย์ การจัดสรรเงินทุน การจัดสรรสภาพคล่องทางการเงิน การบริหารจัดการหนี้สินและแหล่งเงินทุน และการจัดสรรผลตอบแทน

2. การประเมินผลด้านบัญชีการเงินกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง หลังจากการอบรมความรู้เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีครัวเรือนและการบริหารการเงินของกลุ่มแล้ว ทางที่มิวิจัยได้เข้าไปประเมินผล การจัดทำบัญชีของกลุ่มเป็นระยะๆ เพื่อติดตามผลด้านบัญชีการเงินจากการปฏิบัติงานจริง โดยมีการ เข้าไปอย่างไม่เป็นทางการและนัดประชุมกลุ่มย่อยอย่างเป็นทางการ พบว่า

2.1 ทางกลุ่มได้ดำเนินการทำบัญชีกลุ่มเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ถูกต้อง โดยบัญชีที่ ทางกลุ่มได้จัดทำทุกวัน ได้แก่

1) บัญชีเงินสด (สมุดบัญชี #1) ทางกลุ่มฯ ได้บันทึกเงินสดรับและเงินสดจ่าย ตามรายรับรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริง

2) บัญชีคุมวัตถุดิบ (สมุดบัญชี #2) และบัญชีคุมสินค้าคงเหลือ (สมุดบัญชี #3) ยังมีข้อบกพร่องอยู่เล็กน้อย อันเนื่องมาจากวิธีการคิดคำนวณที่มีความเข้าใจคลาดเคลื่อน

2.2 บัญชีค่าไฟฟ้า ทางกลุ่มฯ ยังไม่ได้จัดทำบัญชี เนื่องจากทางกลุ่มได้มีการสร้างอาคาร ขึ้นมาใหม่และยังไม่ได้ติดตั้งมิเตอร์

2.3 ทะเบียนสินทรัพย์ทางกลุ่มฯ ได้เริ่มจัดทำแต่ยังไม่สมบูรณ์

2.4 ระบบการเงินทางกลุ่มฯ ได้ดำเนินการประชุมสมาชิก เพื่อรับหลักการและรอ ดำเนินการต่อไป

การประเมินผลด้านการเงินบัญชีของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

ทางที่มิวิจัยได้เข้าไปประเมินผลด้านบัญชีการเงิน พบว่าผู้จัดทำบัญชีได้ดำเนินการทำ บัญชีกลุ่มเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ถูกต้องมากขึ้น บัญชีส่วนใหญ่ได้ถูกจัดทำขึ้นครบถ้วนอย่างมีวินัย ที่ดี ทางกลุ่มฯ ได้ดำเนินงานตามระบบการเงินที่ได้ออกแบบไว้ให้ได้อย่างดี ซึ่งที่มิวิจัยประเมินถึง การพัฒนา ความสามารถในการดำเนินการทางบัญชีการเงินอยู่ในระดับที่น่าพอใจ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ทางกลุ่มฯ ได้จัดทำบัญชีด้วยความครบถ้วนถูกต้องตามที่ควร ได้แก่ สมุดบัญชีเงินสด สมุดบัญชีคุมวัตถุดิบ สมุดบัญชีคุมต้นทุนสินค้า สมุดบัญชีคุมสินค้าคงคลัง สมุดบัญชีค่าไฟฟ้า และ สมุดทะเบียนสินทรัพย์

2. สมาชิกกลุ่มฯ มีการเข้าถึงข้อมูลการบัญชีได้มากขึ้นโดยการขอดูสมุดบัญชีต่างๆ จาก ผู้จัดทำบัญชีกลุ่มฯ ได้ตลอดเวลา

3. สมาชิกกลุ่มฯ ทุกคนสามารถรับรู้รายรับรายจ่ายหรือการรับรู้สภาพคล่องของกลุ่มฯ ได้อย่างชัดเจนได้จากระบบบัญชีเงินสด

4. ผู้จัดทำบัญชีกลุ่มฯ สามารถจัดทำต้นทุนการผลิตสินค้าแต่ละรายการได้ตามที่ควร ซึ่ง สามารถใช้เป็นฐานในการกำหนดราคาขายได้

5. สมาชิกกลุ่มๆ ทุกคนสามารถรับรู้ถึงต้นทุนการผลิตสินค้าแต่ละรายการได้โดยผ่านสมุดบัญชีคุมต้นทุนสินค้า และส่งผลถึงการมีส่วนร่วมกันของสมาชิกในการกำหนดราคาขายให้สมเหตุสมผลได้มากขึ้น

6. กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงสามารถวางแผนการผลิตสินค้าได้จากข้อมูลในสมุดบัญชีคุมวัตถุดิบ สมุดบัญชีคุมสินค้าคงคลัง รวมถึงรู้ถึงปริมาณวัตถุดิบคงคลังและสินค้าคงคลัง

7. กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงได้กำหนดนโยบายด้านการซื้อวัตถุดิบรวมทั้งจุดสั่งซื้อวัตถุดิบไว้แล้วโดยใช้ข้อมูลคุณภาพเกี่ยวกับข้อควรคำนึงถึงในการซื้อวัตถุดิบ ร่วมพิจารณาในการวางแผนการผลิต เพื่อซื้อวัตถุดิบและสามารถวางแผนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

8. ผู้ทำบัญชีสามารถรายงานความเคลื่อนไหวของสินค้าที่ขายดีให้แก่สมาชิกกลุ่มได้ เพื่อวางแผนการผลิตสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาด

9. กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงได้แยกค่าไฟฟ้าออกมาเป็นค่าใช้จ่ายของกลุ่มๆ โดยชัดเจนแล้วโดยติดมิเตอร์ไฟฟ้ากลุ่มๆ และจัดทำบัญชีค่าไฟฟ้าไว้แล้ว

10. กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ได้จัดทำทะเบียนสินทรัพย์ต่างๆของกลุ่มแล้ว

11. กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงสามารถจัดทำรายงานทางการเงินได้ ได้แก่ งบกำไรขาดทุนเพื่อรายงานผลการดำเนินงานของกลุ่มๆ ประจำเดือน และงบดุลเพื่อแสดงฐานะทางการเงินของกลุ่ม

12. กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง มีมติจากที่ประชุมกลุ่มสมาชิกรับหลักการในนโยบายการจัดสรรเงินทุนออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนเงินทุนหมุนเวียน เงินลงทุนเพื่อการลงทุน ส่วนกำไรสะสมและส่วนเงินปันผลจ่าย แต่ยังคงค้างการกำหนดรายละเอียดปลีกย่อย ซึ่งทางกลุ่มๆ จะดำเนินการประชุมในครั้งต่อไป เพื่อกำหนดรายละเอียดที่สำคัญและลงมติในที่ประชุมกันต่อไป

13. ด้านการบริหารสภาพคล่องของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง สามารถบริหารการเงินได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากมีการจัดบันทึกรายรับรายจ่ายในสมุดเงินสด และสามารถพยากรณ์กระแสเงินสดรับและเงินสดจ่ายเพื่อใช้ในการหมุนเวียนภายในกลุ่มได้ ในปัจจุบันกลุ่มได้แยกบัญชีเงินฝากธนาคารจากบัญชีเงินฝากของประธานกลุ่มเพื่อความชัดเจน

14. ด้านการบริหารจัดการหนี้สินของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ทางกลุ่มๆ มีศักยภาพในการจ่ายชำระคืนหนี้สินอย่างมีวินัยทางการเงินและกลุ่มยังมีกรรมดีในการจัดทำแผนสำรองฉุกเฉินการกู้ยืมเงินกลุ่มอย่างเป็นระบบ รวมทั้งแผนการระดมเงินกู้ยืมจากสมาชิกกลุ่มเอง แต่ยังคงต้องมีการประชุมเพื่อกำหนดรายละเอียดบางอย่าง เช่น วงเงินกู้ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจากสมาชิก เป็นต้น ซึ่งแผนการระดมเงินเงินกู้ยืมดังกล่าวนี้ เป็นผลจากการจัดทำบัญชีครัวเรือนที่สมาชิกมีเงินออมเพิ่มขึ้น

15. ด้านการจัดสรรผลตอบแทนสมาชิกในกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ทางกลุ่มๆ มีมติเห็นชอบตามหลักการที่ว่ามีการจัดสรรเงินทุนเป็นส่วนเงินปันผลสมาชิกกลุ่มๆ ในสัดส่วนร้อยละ 10 และจ่ายคืนทุนเป็นเงินปันผลจากส่วนดังกล่าว โดยจะเริ่มดำเนินการในรอบปี 2553 นี้