

ชื่อโครงการวิจัย	วิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ และศักยภาพธุรกิจชุมชน ตาม โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้วิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินัย โสมดี และคณะ
ทุนอุดหนุนการวิจัย	สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
ระยะเวลาการทำวิจัย	2550-2552

บทคัดย่อ

การวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ และศักยภาพธุรกิจชุมชน ตาม โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพด้านการจัดการธุรกิจชุมชน ด้านการบริหารทรัพยากรคน เงิน งาน วัสดุอุปกรณ์ ให้มีประสิทธิภาพ 3) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพด้านการตลาด ในการนำสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค วิธีการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม (Based on Community) ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่นับได้ (Finite Population) จากกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไม้แกะสลัก 6 กลุ่ม ในพื้นที่ อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ผลการศึกษา พบว่า จากกรณีวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก มีปัญหาขาดความรู้ในด้านการออกแบบ ปัญหาการออกแบบให้ได้ตามลักษณะของไม้ เนื่องจากขนาดของไม้ที่ได้มีขนาดไม่เท่ากัน จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักมีขนาดไม่ได้มาตรฐาน ในด้านการออกแบบไม่มีการพัฒนารูปแบบเท่าที่ควรในหลายปีที่ผ่านมา อีกทั้งราคายังไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เพราะปัญหาการตัดราคากันเองของผู้ประกอบการ การแก้ไขปัญหาให้ตรงจุดควร ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ทันสมัย ควรเน้นประโยชน์ใช้สอยให้มากกว่าเดิม ปรับปรุงด้านขนาดความสวยงามความประณีตของงาน และคุณภาพโดยรวม ในราคาที่เหมาะสม การวิเคราะห์ศักยภาพการจัดการของธุรกิจชุมชน ด้านการบริหารทรัพยากรคน เงิน งาน วัสดุ อุปกรณ์ ให้มีประสิทธิภาพนั้น จากการศึกษาเบื้องต้นพบว่า ผู้ประกอบการทั้ง 6 กลุ่ม ส่วนใหญ่ เป็นผู้ประกอบการรายเดี่ยว มีทั้งการทำงานทุกขั้นตอนทั้งหมด และมีพ่อค้าคนกลางเป็นผู้ดำเนินงาน โดยเป็นผู้กระจายงานให้แก่ผู้ประกอบการเป็นรายๆ ไป ให้ทำตามความสามารถของช่าง ด้านการบริหารทรัพยากรคนของกลุ่มส่วนใหญ่การบริหาร เป็นการบริหารสอนงานกันเอง ภายในครอบครัวอย่าง เช่น พ่อสอนแม่ แม่สอนลูก พี่สอนน้อง และสืบทอดกันมารุ่นต่อรุ่น วัตถุประสงค์

และอุปกรณ์ต่างๆ วัสดุหลักๆ ที่สำคัญจะได้มาจากพ่อค้าคนกลางเป็นคนประสาน และจัดทำให้
ในกรณีที่ผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินงาน แต่ในกรณีที่ผลิตทุกขั้นตอนจะต้องลงทุนจัดหาวัสดุเอง
ด้านการตลาดส่วนใหญ่ เป็นการผลิตเพื่อส่งพ่อค้าคนกลาง และจำหน่ายเอง เป็นการดำเนินธุรกิจ
ที่ยังขาดระเบียบการจัดการ และการบริหารที่ไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร

ผลการวิเคราะห์ตามแนวทางการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย
ปี พ.ศ.2549 โดยวิเคราะห์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก ชุมชน หมู่ที่ 2 ตำบลขุนทอง หมู่ที่ 5
ตำบลบ้านแหวน หมู่ที่ 3 ตำบลหนองโจง หมู่ที่ 11 ตำบลบ้านแหวน อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่
ซึ่งเป็นกรณีศึกษาทั้ง 6 กลุ่ม สรุปได้ คือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีศักยภาพตามเกณฑ์ฯ จัดอยู่ใน
ผลิตภัณฑ์ระดับ 2 ดาว คิดเป็น 83.33% และผู้ประกอบการที่จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 1 ดาว คิดเป็น
16.66% และผู้ประกอบการ ที่จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 3, 4 และ 5 ดาว คิดเป็น 0%

ข้อเสนอแนะในการวิจัย ได้แก่ รัฐบาลควรหาทางแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ
เพื่อช่วยฟื้นฟูสภาพคล่องในการใช้จ่ายใช้สอยของประชาชน เพื่อก่อให้เกิดความต้องการในการซื้อ
งานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชุมชน รวมถึงการรณรงค์เพื่อให้เห็นถึงคุณค่า และความสำคัญ
ของภูมิปัญญา และผลิตภัณฑ์ของชุมชนและท้องถิ่น รวมถึงการสนับสนุนด้านการดำเนินธุรกิจ
ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเงิน ความรู้เรื่องการผลิตสมัยใหม่ รวมถึงการหาตลาดรองรับผลผลิตของกลุ่ม
ธุรกิจชุมชน เพื่อเป็นการส่งเสริม และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถดำรงธุรกิจต่อไปได้
และสามารถจ้างงานแรงงานในท้องถิ่น กระจายรายได้ภายในท้องถิ่นเดียวกัน มีเงินหมุนเวียน
ภายในประเทศ ไม่รั่วไหลสู่ต่างประเทศ ก่อให้เกิดชุมชนที่เข้มแข็ง อันเป็นรากฐานที่สำคัญ
ของเศรษฐกิจของประเทศ

Research Title: The Analysis of Product Design and the Potentiality of Community Business, A case study on Wood - Carving Product, Hang Dong District, Chiang Mai

Researchers: Assoc. Prof. Winai Somdee et al.

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

Year: 2007-2009

ABSTRACT

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

The research methods were combined among the Case Study, Based-on Community Participation, Documentary Research by analyzing contents from recorded documents, Field Study for actual condition in community, Survey Research to find out the fact, Experimental Research, Creative Research to create knowledge, methods, theories and creative artistic work, and Applied Art Research which applies research results as basic data for product design.

This research is the study from population who engage in related community product group which is Finite Population from 6 groups of wood - carving product local business groups in Hang Dong district, Chiang Mai province by using Purposive Sampling.

The research results show that the design of local wood - carving product involves with the design of wood's feature. Due to unmatched size of wood, wooden-carving product has unqualified size. Regarding to design, it has not been properly accomplished in past years. The prices are also not proper with the product due to price undercutting among business groups. The exact solution for this matter should be modern product design focusing on more utility, improving size, appearance, fineness and overall quality in proper prices. Regarding to the analysis of the potentiality of business management, especially on human resources, money, material and work procedure management, initially, it is found that all 6 business groups are mostly sole

entrepreneur who manage all working process, and middleman is the person who operates by spreading work to each entrepreneur. This way, the craftsmen's ability in human resource management is likely a management in family; e.g. father to mother, mother to son, elder brother to younger brother, and carries down to next generations. Major materials and equipment come from the middleman as coordinator and supplier if the entrepreneur comes to operate. However, in case of the production by the entrepreneur, the entrepreneur has to invest and provide materials by himself. In most marketing, it is a production to distribute to middleman and sell by him. This business operation still lacks of management protocol, and the management still does not meet the certified standard.

According to the analysis of the best local product 2006 by analyzing 6 groups of wooden-carving product community business, Village No.2, Khun Khong sub-district, Village No.5, Ban Waen sub-district, Village No.3, Nhong Khong sub-district, Village No.11, Ban Waen sub-district, Hang Dong district, Chiang Mai province as case study, it can be concluded that most of the business groups have standard potentiality in which their products can be considered in class 2 (83.33%), business groups who are considered class I (16.66%), and business groups who are considered class 3, 4 and 5 respectively (0%).

For the research suggestion, the government should solve economic problem in order to strengthen the liquidity in people's purchasing to create demand in purchasing local handicraft product, set the campaign to realize the value and significance of local wisdom and product, support business section including finance, new production knowledge, find addition markets to support local product in order to improve and promote business groups' sustainable business. It will also lead to local employment, spread income to the community, and create strong community as crucial basis of the national economy.