

การศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์นาฬิกา กลุ่มผลิตภัณฑ์นาฬิกา
บ้านห้วยหาด ต. คุ่งตะเกา อ. เมือง จ. อุตรดิตถ์¹

กาญจนา โชคถาวร²
สุรกร วิศิษฐ์สุวรรณ²
อรนุช สมภักดี³
กนกวรรณ กันทะวงศ์วาร⁴
สุขุม พันธุ์ณรงค์⁵

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์นาฬิกา กลุ่มผลิตภัณฑ์นาฬิกาบ้านห้วยหาดเป็นการวิจัยประยุกต์ที่เน้นการพยายามหาทางเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่มีอยู่เดิมให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ดังนั้น การศึกษาที่ได้นอกจากจะมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างทั่วไปในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม ทั้งทางด้านการผลิต การเงิน การตลาด และปัญหาอุปสรรคต่างๆ เพื่อนำไปปรับปรุงคุณภาพของกลุ่มแล้ว ยังได้พยายามจัดหารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาดโดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์และใช้แบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร ตำรา และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและการจัดอบรมและฝึกภาคปฏิบัติควบคู่ไปด้วย เพื่อช่วยให้กลุ่มธุรกิจชุมชนนี้มีรายได้และมีศักยภาพในการผลิตที่ดีขึ้น

ผลที่ได้รับ เมื่อทีมวิจัยเข้าไปพบว่าจากกลุ่มที่ไม่มีข้อมูลในด้านการจัดองค์กร การผลิต การตลาด และการเงินอย่างชัดเจน ทีมวิจัยร่วมกับกลุ่มได้มีการ

รวบรวมข้อมูลต่างๆ แล้วนำมาวิเคราะห์และจัดหมวดหมู่อย่างชัดเจนขึ้น ทำให้กลุ่มได้เข้าใจโครงสร้างการจัดองค์กร การผลิต การเงิน และการตลาดอย่างชัดเจน เพื่อเป็นข้อมูลให้กลุ่มได้นำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพของกลุ่มให้ดีขึ้น ตลอดจนเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้นำไปใช้ในการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มต่อไป ข้อมูลดังกล่าวเช่น งบดุล งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด กำลังการผลิต ประมาณการต้นทุน รายรับ ยอดขาย และกำไร และแนวทางในการนำข้อมูลที่ได้ออกมาจัดทำแผนธุรกิจในอนาคต ทั้งนี้ เพื่อให้กลุ่มใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจการอย่างมีทิศทางและเป้าหมายชัดเจนยิ่งขึ้นเพื่อความยั่งยืนในอนาคต หลังจากมีการทดสอบตลาดทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมและนำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน ให้กลุ่มนำไปใช้ในการขยายตลาดในอนาคตเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้เชี่ยวชาญจากทีมวิจัยและกลุ่มก็ได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์นาฬิกา กลุ่มผลิตภัณฑ์นาฬิกา บ้านห้วยหาด ต.คุ่งตะเกา อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์” สนับสนุนทุนวิจัยโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

³ อาจารย์ ประจำแผนกวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ (เจ็ดยอด)

⁴ อาจารย์ ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

⁵ นักวิจัย ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ใหม่และบรรจุภัณฑ์เพิ่มเติมจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ แล้วนำออกวางจำหน่ายเพิ่มเติม ทั้งนี้ทางทีมวิจัยได้เพิ่มกิจกรรมที่สามารถจัดทำได้ควบคู่กันไปตามความจำเป็นของกลุ่ม เช่น การจัดทำใบเสร็จรับเงิน ใบส่งของ ใบสำคัญรับ และใบส่งสินค้าให้กลุ่มอย่างละ 10 เล่ม สอนทำบัญชีอย่างง่าย รวมทั้งการร่วมให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ให้กับสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มีการพยายามสร้างเครือข่ายเพิ่มเติมจากเดิมโดยการร่วมประสานกับหน่วยงานราชการ เช่น เกษตรจังหวัด พัฒนาชุมชน อุตสาหกรรมจังหวัด พาณิชย์จังหวัด สหกรณ์จังหวัด สถาบันราชภัฏ ตัวแทนระดับอำเภอ ผู้นำชุมชน อบต. และกลุ่มชุมชนอื่นๆ ทำใบชาร์เสริมข้อมูลทางการตลาด มีการประชุมประเมินการวิจัยเป็นระยะๆ และให้กลุ่มพยายามติดตามผลงาน โดยเขียนกิจกรรมกลุ่มในแต่ละวัน และทีมวิจัยดำเนินการติดตามผลและประเมินผล งานที่กลุ่มได้นำสินค้าออกไปวางจำหน่าย เช่น ที่กรุงเทพ ฯ และที่จังหวัดภูเก็ต โดยการเดินทางไปสอบถามเองหรือสอบถามทางโทรศัพท์ รวมทั้งจัดการอบรมอย่างเป็นทางการเกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์กรของกลุ่มในด้านต่างๆ และเน้นภาคปฏิบัติในการจัดทำบรรจุภัณฑ์ให้กลุ่มและกลุ่มอื่นๆ และเชิญหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเข้าร่วมรับฟังและเสนอข้อคิดเห็นต่างๆ เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการแก้ปัญหาในอนาคต ทำให้กลุ่มเกิดความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มได้มากขึ้น รวมทั้งได้รับฟังความคิดเห็นอย่างหลากหลายจากการระดมความเห็นจากประสบการณ์

จริงของกลุ่มอื่น ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคที่มีอยู่ของแต่ละกลุ่มพร้อมแนวทางในการแก้ปัญหาจากกลุ่มที่ประสบความสำเร็จมาแล้ว อย่างไรก็ตามจากการพยายามหาทางประเมินผลงานต่างๆ ในระยะเวลาที่ศึกษา พบว่าแนวทางดังกล่าวสามารถจะกระทำได้ดีเพียงระดับหนึ่งและยังต้องการความต่อเนื่องที่กลุ่มต้องดำเนินการต่อไปอีกระยะหนึ่ง นอกจากนี้ปัญหายภายในกลุ่มยังมีอีกมาก เนื่องจากเป็นกลุ่มจัดตั้งใหม่และยังขาดประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ สมาชิกส่วนใหญ่ขาดความกระตือรือร้นในการทำธุรกิจอย่างจริงจังและยังไม่มีความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจที่ดีพอ ภาวะตลาดยังไม่มีความแน่นอน รวมทั้งการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน การจัดทำบัญชีและการดูแลทางการเงินที่ยังไม่เป็นระบบ การขาดความร่วมมืออย่างจริงจังทั้งภายในกลุ่มและผู้ที่กลุ่มจะต้องเข้าไปเกี่ยวข้อง และสมาชิกส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่ยังมีความรู้น้อย ปัญหาดังกล่าวยังเป็นอุปสรรคอีกมากและต้องการการแก้ไขอย่างเร่งด่วน ถึงแม้คุณภาพของผลิตภัณฑ์จะดีในระดับหนึ่งและมีหน่วยงานจากภาครัฐพยายามเข้ามาสนับสนุนก็ยังไม่สามารถทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จได้มากเท่าที่ควรเท่ากับการพยายามมุ่งเน้นการทำให้กลุ่มมีความตระหนักในปัญหาและหาทางแก้ปัญหาต่างๆ เหล่านี้ด้วยตนเองจึงจะทำให้กลุ่มมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จได้ดีมากกว่าและสามารถสร้างความยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต

Abstract

The study of approaches to the watch product development: Baan Hua Haad watch product group is an applied research seeking to identify methods to improve value added of the products. The objectives of the research are to examine the organisational structure of the group, the production, finances, marketing and to explore the problems and obstacles of the watch business. These findings help to enhance the quality of the products and the working process of the group. By gathering and analysing both primary data through interviews and questionnaires and secondary data from documents, textbooks, as well as information from the internet, the research also seeks to establish the model of the product including its packaging to meet its demand. This model enhances the efficiency in its production and increase a group's income.

The findings: When the research team first entered the site, it was evidenced that the group was not aware of their organisational structure, production, finances and marketing. The team together with the group members then gathered, tabulated and analysed the information to enhance the quality of the group's working process. These data, including the balance sheet, income statement, cash flow statement, production capacity, cost budget, revenue income, sale, and profit, were collected to be used as a base line data for future business planning. With these information, the group can set the clear direction and target for a more

sustainable development of their group and product. Thereafter, these products were tested in both domestic and international markets. The feed back information of the product usages were then utilised as an input to improve the quality of the product and its packaging. In doing this, the group can further expand the market in the near future.

The product expert from the research team as well as the group then used the gathered information to design the new product and its packaging in addition to the existing product. Together with these launch of the product, the research team has added other activities that is necessary to the business for example (a) the publication of ten books of the receipt, invoice, delivery and order forms (b) the training of the basic accounting (c) the public relation about the group through Channel nine TV (d) the establishment of the network with other government offices such as Agricultural promotion office, the Community development office, the Industrial promotion office, the Commercial promotion office, the Co-operative office all on the provincial level, Rajaphat Institute, the representatives on the Amphur level, TAO, the community leaders as well as other community based groups (e) the production of the brochure providing production information (f) the organisation of the meeting to evaluate and monitor the development of the group. (g) the entering of the daily log of all group's activities. Beside all these activities, the research team also monitors and evaluates the group themselves.

As a result of this applied research, the group has successfully made contact and found the way in launching their product in the new market. For example, they have made a communication through the telephone in order to join the fair in Bangkok and Phuket. In addition, they have used the knowledge gained from the training to reorganise the group, giving the training to other groups, redesigning the packaging for other groups, inviting other government offices working closely with the group to brainstorm and exchange information in order to be equipped for the future cooperation. In doing these activities, the group better understand the nature of their groups and have opportunity to exchange ideas from people with different experiences, learn about other groups' problems and obstacles and seek ways to resolve the problems.

However, the research team's evaluation found that this approach of product and group development can only be successfully applied up to a certain degree. The group needs to continuously monitor, evaluate and develop

themselves/products. The newly established group also found lacking of the business experiences. Most of these group's members, some are teenagers, are short of entrepreneurial attitude and do not have sufficient understanding of the business process, the market uncertainty. Moreover, the group faced the problem of short of the revolving fund, the accounting knowledge and the systematic financing management. The lack of the cooperation of the people both working within and outside the groups also contribute as one of many obstacles of the group which urgently needs resolving. Although the quality of the product may be considered as "good" as some government offices have expressed their intention in supporting the group, the group did not have as much success as expected. It is recommended that the group's awareness should be raised so that they can recognise their own problems in order to be able to resolve these problems by themselves. In doing this, the group stands better chance in being successful in a more sustainable way.

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากการที่คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการทำงานในโครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก ตามนโยบายของรัฐมนตรีว่าการทบวงมหาวิทยาลัย ในส่วนเครือข่ายมหาวิทยาลัยกับชุมชนในภาคเหนือตอนบน เบื้องต้นพบว่าชุมชนตำบลลุ่มตะเกา อำเภอมือง จังหวัดอุดรธานี มีประชากรทั้งสิ้น 6,615 คน จาก 8 หมู่บ้าน และมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สร้างชื่อเสียงให้กับชุมชน คือนาฬิกาพื้นบ้าน ซึ่งมีการรวมกลุ่มกันเป็นกลุ่มสตรีและเยาวชนเพื่อดำเนินการผลิตนาฬิกาแขวนและตั้งโต๊ะจำหน่ายให้แก่ลูกค้าทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีปัญหาที่ประสบ คือ ทางกลุ่มต้องการขยายตลาดไปสู่ยุโรปและอเมริกามากขึ้น แต่ไม่สามารถจะทราบรสนิยมและความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายดังกล่าว ประกอบกับการผลิตยังมีความประณีตไม่เพียงพอ ทางกลุ่มจึงขอความร่วมมือในการออกแบบผลิตภัณฑ์และทำการวิจัยเพื่อทดสอบตลาดกลุ่มเป้าหมาย พร้อมกับเสนอแนะแนวทางการเพิ่มความประณีตและความสวยงามให้กับกลุ่ม นอกจากนี้กลุ่มยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ส่งไปยังลูกค้าได้รับความเสียหาย และจากสภาพปัญหาที่มีอยู่ทางกลุ่มจึงมีความต้องการเร่งด่วนในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างแรงจูงใจในการซื้อ รวมทั้งเป็นการสร้างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้

ดังนั้นเพื่อช่วยเหลือกลุ่มธุรกิจชุมชนตำบลลุ่มตะเกาในการแก้ปัญหาดังกล่าวมา ให้มีศักยภาพที่จะสามารถผลิตสินค้าให้มีเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ การวิจัยครั้งนี้จึงมีลักษณะเป็นการวิจัยเชิงประยุกต์ที่เน้นความพยายามหาทางเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้แก่กลุ่ม

โดยเป็นการศึกษาถึงศักยภาพของกลุ่ม พร้อมทั้งหารูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อหาทางพัฒนาผลิตภัณฑ์นาฬิกาตามความต้องการของตลาด เพื่อสร้างรายได้ของกลุ่มให้เพิ่มขึ้น รวมทั้งหาแนวทางการพัฒนาปรับปรุงให้กลุ่มธุรกิจชุมชนนี้มีความเข้มแข็งเพิ่มขึ้นต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างทั่วไปในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม ทั้งทางด้านการผลิต การเงิน การตลาด และปัญหาอุปสรรคต่างๆ
2. เพื่อหารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาด
3. เพื่อหาแนวทางในการถ่ายทอดวิธีการในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาด ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มธุรกิจชุมชนมีรายได้ และมีศักยภาพในการผลิตที่ดีขึ้น

3. ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยนี้มีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

- 1) ดำเนินการศึกษาโครงสร้างทั่วไปในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม ทั้งทางด้านการผลิต การเงิน การตลาด และปัญหาอุปสรรคต่างๆ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน
- 2) ดำเนินการวิจัยความต้องการของตลาดของนาฬิกาพื้นบ้าน
- 3) ดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์
- 4) ดำเนินการทดสอบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว
- 5) ดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการในเรื่อง “การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ตลาดต้องการ”
- 6) ดำเนินการติดตามปัญหาและอุปสรรคในการผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชน

4. ผลการวิจัย

กิจกรรมที่ 1 การศึกษาโครงสร้างทั่วไปในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม ทั้งทางด้านการผลิต การเงิน การตลาด และปัญหาอุปสรรคต่างๆ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) จากการลงพื้นที่เพื่อรวบรวมข้อมูลของกลุ่มธุรกิจชุมชนในเชิงการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มชุมชน โดยการจัดประชุมระหว่างกลุ่มกับทีมวิจัยเพื่อระดมความคิดเห็นด้านการผลิต การเงิน การตลาด และปัญหาอุปสรรคต่างๆ ร่วมกันในเบื้องต้น จากนั้นทีมวิจัยได้ใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรง เพื่อให้ได้ข้อมูลต่างๆ ในเบื้องต้น พร้อมกับใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้แก่ เอกสาร ตำรา ข้อมูลในอินเทอร์เน็ต เป็นต้น มาประกอบในการวิเคราะห์ด้วย โดยผลจากการศึกษาพบว่า

ด้านการจัดองค์กรและการบริหารงานของกลุ่ม การจัดองค์กรของกลุ่มได้มีการแบ่งหน้าที่ โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการกลุ่มจำนวน 7 คน จากสมาชิกทั้งหมดจำนวน 37 คน ตามโครงสร้างของคณะกรรมการกลุ่ม ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก หัวหน้าฝ่ายผลิต ประชาสัมพันธ์ และฝ่ายการตลาด นอกจากนี้ยังมีที่ปรึกษากลุ่มจำนวน 7 คน ที่ไม่มีตำแหน่งในโครงสร้างการจัดองค์กรของกลุ่ม โดยคณะกรรมการกลุ่มจะมีวาระในการดำรงตำแหน่ง 1 ปี ทั้งนี้พบว่าในด้านการดำเนินกิจกรรมจริงยังไม่มีการบริหารจัดการองค์กรตามตำแหน่งหน้าที่ แต่เป็นการจัดการโดยบุคคลเพียงไม่กี่คน และยังไม่มีความเชี่ยวชาญในหลาย ๆ งาน การจัดองค์กรและการบริหารงานของกลุ่มจึงยังไม่มีประสิทธิภาพมากเท่าที่ควร ดังนั้นจึงต้องหาทางปรับปรุงกระจายคนไปตามตำแหน่งต่างๆ มากขึ้น โดยต้องเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญตรงตามตำแหน่งหน้าที่นั้นๆ ด้วย

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากไม้และวัสดุธรรมชาติที่สามารถนำไปประดับและเป็นเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งบ้าน โดยมีลักษณะและขนาดแตกต่างกัน ทั้งนี้วัตถุดิบหลัก เช่น ไม้สนทะเล จะสั่งซื้อจากพ่อค้าในจังหวัดอยุธยา และงานไม้เก่าซื้อจากพ่อค้าในจังหวัดแพร่และอุดรดิตถ์ ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ รองลงมาจะซื้อจากร้านค้าในจังหวัดอุดรดิตถ์ อย่างไรก็ตามวัตถุดิบส่วนใหญ่ของกลุ่มยังคงต้องซื้อจากท้องถิ่นอื่นมากกว่า ซึ่งภายหลังเมื่อทีมวิจัยเข้าไปแนะนำ กลุ่มได้พยายามปรับการใช้วัตถุดิบ โดยหาทางซื้อวัตถุดิบจากภายในท้องถิ่นมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์มากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสามารถแบ่งเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

1. กรอบรูปนาฬิกา ซึ่งมีหลายขนาด เช่น 4x4 นิ้ว 6x6 นิ้ว และแปดเหลี่ยม เป็นต้น
2. โคมไฟกรอบรูปนาฬิกา เช่น ขนาดแปดเหลี่ยมเล็ก และบ้านโคมไฟ เป็นต้น
3. โต๊ะไม้และงานไม้เก่า โดยผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จะไม่ได้มีการผลิตเป็นประจำ แต่จะมีลักษณะเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อ และขึ้นอยู่กับไม้เก่าที่สามารถหาซื้อได้

โดยผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่ม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทกรอบรูปนาฬิกา ขนาด 4x4 นิ้ว และ 6x6 นิ้ว ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้เริ่มมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของท้องถิ่น แต่ยังคงต้องปรับปรุงด้านคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งผู้ที่ทำการผลิตส่วนใหญ่ยังไม่สามารถทำการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีงานในอาชีพอื่นต้องทำควบคู่ไปด้วย อีกทั้งการขาดเงินทุนหมุนเวียนทำให้มีการขาดแคลนปัจจัยการผลิตในบางช่วงและมีความไม่พร้อมของอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการผลิตบางอย่าง สำหรับผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มดังแสดงในตาราง (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ประเภทของผลิตภัณฑ์หลักที่สำคัญและกำลังการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์นาฬิกาบ้านหัวหาด
ตำบลคิ่งตะเกา

ประเภทผลิตภัณฑ์	ลักษณะและขนาดของผลิตภัณฑ์	หน่วย	กำลังการผลิต/วัน
1. กรอบรูปนาฬิกา	1. 6x6 นิ้ว	ชิ้น	30
	2. 8x8 นิ้ว	ชิ้น	20
	3. 8x10 นิ้ว	ชิ้น	20
	4. 8x14 นิ้ว (ธรรมดา)	ชิ้น	15
	5. 8x14 นิ้ว (กว้าง)	ชิ้น	15
	6. แปดเหลี่ยมเล็ก	ชิ้น	25
	7. แปดเหลี่ยมใหญ่	ชิ้น	10
	8. 12x24 นิ้ว	ชิ้น	5
	9. 7x12 นิ้ว (กว้างไม้สนขนาดเล็ก)	ชิ้น	15
	10. 10x12 นิ้ว (ธรรมดา)	ชิ้น	15
2. บ้านโคมไฟ		ชิ้น	5
3. โคมไฟกรอบรูปนาฬิกาแปดเหลี่ยมเล็ก		ชิ้น	20
4. โคมไฟกรอบรูปนาฬิกา ขนาด 8 x10 นิ้ว		ชิ้น	10

ที่มา: จากการสำรวจ

ด้านแรงงานและการจ้างงาน สมาชิกในกลุ่มส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น มีอายุประมาณ 15-20 ปี โดยกลุ่มมีการจ้างงานจำนวน 12 คน แบ่งเป็นแรงงานชายจำนวน 7 คน และแรงงานหญิงจำนวน 5 คน (ปัจจุบันจำนวนแรงงานลดลง เนื่องจากสมาชิกบางส่วนมีการออกไปทำงานประจำของตนเอง) แรงงานดังกล่าวสามารถเลือกรับค่าตอบแทนได้ 2 ลักษณะ คือ รับค่าแรงเป็นรายชั่วโมง (15 บาทต่อชั่วโมง) และรับค่าแรงเป็นรายชิ้นจ่ายค่าจ้างตามชิ้นงานที่ทำ สำหรับการทำงานล่วงเวลา กลุ่มจะจ่ายค่าแรงให้คนละ 20 บาท/ชั่วโมง

ต้นทุนและผลตอบแทน ในด้านการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของกลุ่มในระยะแรก พบว่า

ผลตอบแทนสุทธิของราคาขายปลีกเหนือต้นทุนทั้งหมดที่สูงที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์กรอบรูปนาฬิกาขนาด 12*24 นิ้ว ได้ผลตอบแทนถึงร้อยละ 63.79 รองลงมาคือ กรอบรูปนาฬิกาขนาดแปดเหลี่ยมเล็ก ได้ผลตอบแทนร้อยละ 63.37 แต่ทั้งนี้เป้นต้นทุนที่ยังไม่ได้รวมบรรจุภัณฑ์ เพราะยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ในระยะแรก และมีปัญหาอุปสรรคในการขนส่งอยู่มาก อย่างไรก็ตามพบว่ากลุ่มมีผลตอบแทนที่ดีพอสมควร แต่ยังคงพบว่ามีผลิตภัณฑ์ที่มีผลตอบแทนสุทธิของราคาขายปลีกเหนือต้นทุนทั้งหมดติดลบอยู่บ้าง ได้แก่ โคมไฟรูปบ้าน คือ ติดลบร้อยละ 19.22 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เดิมภายในกลุ่ม เมื่อไม่รวมต้นทุนบรรจุภัณฑ์

ประเภท ผลิตภัณฑ์	ขนาด	ต้นทุนต่อ หน่วย (บาท)	ราคา ขายส่ง (บาท)	ผลตอบแทนสุทธิ ของราคาขายส่ง เหนือต้นทุน ทั้งหมด (บาท/หน่วย)	ราคา ขายปลีก (บาท)	ผลตอบแทนสุทธิ ของราคาขายปลีก เหนือต้นทุนทั้งหมด (บาท/หน่วย)
1. กรอบรูป นาฬิกา	4*4 นิ้ว	84.25	100	15.75 (15.75)	120	35.75 (29.79)
	6*6 นิ้ว	128.05	180	51.95 (28.86)	250	121.95 (48.78)
	8*8 นิ้ว	183.30	250	66.70 (26.68)	320	136.70 (42.72)
	8*10 นิ้ว	190.94	280	89.06 (31.81)	350	159.06 (45.45)
	8*14 นิ้ว (กว้าง)	275.67	550	274.33 (49.88)	750	474.33 (63.24)
	8*14 นิ้ว (ธรรมดา)	232.67	300	67.33 (22.44)	400	167.33 (41.83)
	แปดเหลี่ยมเล็ก	153.86	350	196.14 (56.04)	420	266.14 (63.37)
	12*24 นิ้ว	289.65	600	310.35 (51.73)	800	510.35 (63.79)
	แปดเหลี่ยมใหญ่	499.81	800	300.19 (37.52)	1,000	500.19 (50.02)
2. โคมไฟรูปบ้าน		500.73	350	-150.73 (-43.07)	420	-80.73 (-19.22)

ที่มา: จากการสำรวจ

อย่างไรก็ตามหลังจากที่ทีมวิจัยเข้าไปดำเนินการ โดยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้กลุ่มเพิ่มขึ้นจากเดิม ก็ทำให้กลุ่มสามารถที่จะมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้พบว่าผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบเพิ่มเติมและบรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้ร่วมกันสามารถที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มโดยมีผลตอบแทนสุทธิของราคาขายปลีกเหนือต้นทุนทั้งหมดที่สูงที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กรอบ

รูปนาฬิกาขนาด 12*24 นิ้ว คือ ร้อยละ 63.79 รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์กรอบรูปนาฬิกาขนาดแปดเหลี่ยมเล็ก (มีไฟ) คือ ร้อยละ 58.75 ทั้งนี้พบว่าผลิตภัณฑ์ที่มีผลตอบแทนสุทธิของราคาขายปลีกเหนือต้นทุนทั้งหมดต่ำสุด ได้แก่ โคมไฟรูปบ้าน คือ ร้อยละ 8.96 ซึ่งยังคงให้ผลตอบแทนที่น่าพอใจ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ เมื่อรวมต้นทุนบรรจุภัณฑ์เฉพาะที่ออกแบบโดยทีมวิจัย

ประเภทผลิตภัณฑ์	ขนาด	ต้นทุนต่อหน่วย (บาท)	ราคาขายส่ง (บาท)	ผลตอบแทนสุทธิของราคาขายส่งเหนือต้นทุนทั้งหมด (บาท/หน่วย)	ราคาขายปลีก (บาท)	ผลตอบแทนสุทธิของราคาขายปลีกเหนือต้นทุนทั้งหมด (บาท/หน่วย)
1. กรอบรูปนาฬิกา	4*4 นิ้ว	114.25	180	65.75 (36.53)	200	85.75 (42.88)
	6*6 นิ้ว	168.05	320	151.95 (47.48)	350	181.95 (51.99)
	แปดเหลี่ยมเล็ก	221.86	400	178.14 (44.54)	450	228.14 (50.70)
	แปดเหลี่ยมเล็ก (มีไฟ)	226.86	500	273.14 (54.63)	550	323.14 (58.75)
	12*24 นิ้ว	289.65	750	460.35 (61.38)	800	510.35 (63.79)
2. โคมไฟรูปบ้าน		500.73	500	-0.73 (-0.15)	550	49.27 (8.96)

ที่มา: จากการสำรวจ

จากการที่ทีมวิจัยนำเอารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบไว้แล้วเข้าไปทดสอบตลาดทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศแล้วนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ โดยเพิ่มวัสดุกันการกระแทกเพื่อไม่ให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายในระหว่างการขนส่ง และเพิ่มความสวยงามในการสร้างแรงดึงดูดใจให้ลูกค้ามากขึ้น พบว่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบเพิ่มเติมที่นำมาใช้ร่วมกันสามารถที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มโดยมีผลตอบแทนสุทธิของราคาขายปลีกเหนือต้นทุนทั้งหมดที่สูงที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กรอบรูปนาฬิกาขนาดแปดเหลี่ยมเล็ก คือ ร้อยละ 49.73 รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์กรอบรูปนาฬิกาขนาด 4*4 นิ้ว คือ ร้อยละ 36.70 ทั้งนี้พบว่าผลิตภัณฑ์ที่มี

ผลตอบแทนสุทธิของราคาขายปลีกเหนือต้นทุนทั้งหมดต่ำสุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กรอบรูปนาฬิกาขนาด 6*8 นิ้ว คือ ร้อยละ 5.62 ซึ่งยังคงให้ผลตอบแทนที่น่าพอใจ (ตารางที่ 4) อย่างไรก็ตามการที่ผลตอบแทนสุทธิในตารางที่ 4 ลดลงมากกว่าในตารางที่ 3 เพราะมีต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านวัสดุกันการกระแทกมากขึ้นด้วยคุณสมบัติที่ดีมากขึ้นและประกอบกับความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพิ่มเติม ผลตอบแทนดังกล่าวเหล่านี้อาจจะสามารถขยายทั้งปริมาณผู้ซื้อและมูลค่าผลตอบแทนที่สูงขึ้นได้อีกในอนาคตเมื่อกลุ่มสามารถจะเพิ่มราคาให้สูงขึ้นได้อีกในภายหลังที่ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้น

ตารางที่ 4 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาจากทีมวิจัย

ประเภทผลิตภัณฑ์	ขนาด	ต้นทุนต่อหน่วย (บาท)	ราคาขายส่ง (บาท)	ผลตอบแทนสุทธิของราคาขายส่งเหนือต้นทุนทั้งหมด (บาท/หน่วย)	ราคาขายปลีก (บาท)	ผลตอบแทนสุทธิของราคาขายปลีกเหนือต้นทุนทั้งหมด (บาท/หน่วย)
กรอบรูปนาฬิกา	4*4 นิ้ว	139.25	200	60.75 (30.38)	220	80.75 (36.70)
	6*6 นิ้ว	256.05	320	63.95 (19.98)	350	93.95 (26.84)
	6*8 นิ้ว	396.38	400	3.62 (0.91)	420	23.62 (5.62)
	แปดเหลี่ยมเล็ก	346.86	650	303.14 (46.64)	690	343.14 (49.73)

ที่มา: จากการสำรวจ

ด้านการบริหารการเงินและการวางแผนการเงิน

ในด้านการบริหารการเงิน ประธานจะบริหารงานร่วมกับற்றுญิก โดยประธานจะทำหน้าที่ดูแลการรับจ่ายเงิน รวมถึงการตรวจสอบ ส่วนற்றுญิกทำหน้าที่บันทึกบัญชีรับจ่ายแบบง่าย และเป็นผู้จัดเก็บเงินเมื่อขายสินค้าได้ ซึ่งการบริหารการเงินของกลุ่มในปัจจุบันยังไม่มี ความชัดเจนในการจัดระบบอย่างเพียงพอ เพราะยังคงให้ประธานเป็นผู้รับผิดชอบการรับ-จ่ายเงินผู้เดียวเป็นส่วนใหญ่ ทำให้ไม่มีการแจ้งยอดและลงบัญชีอย่างต่อเนื่องเป็นระบบ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการนำเสนอข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้อง ทั้งที่ความจริงแล้วควรเป็นหน้าที่ของற்றுญิกกลุ่ม เพราะประธานต้องมีหน้าที่รับผิดชอบหลายอย่าง นอกจากนี้ประธานอาจจะเสี่ยงต่อการถูกมองว่าไม่โปร่งใสได้

สำหรับการเก็บเงินสดสำรองเพื่อหมุนเวียนใช้จ่ายยังมีอยู่น้อยมาก ไม่เพียงพอต่อการผลิตที่เพิ่มขึ้นมากในบางช่วง จึงยังเป็นอุปสรรคต่อการหารายได้ของกลุ่มที่เพิ่มขึ้น

ด้านแหล่งเงินทุน กลุ่มมีแหล่งเงินทุนทั้ง

ภายในและภายนอก โดยภายในได้มาจากการระดมทุนจากสมาชิก ซึ่งได้มาไม่มาก ส่วนใหญ่ได้มาจากแหล่งทุนจากภายนอก ได้แก่ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดอุดรดิตถ์ องค์การบริหารส่วนตำบลคิ่งตะเกา สหกรณ์จังหวัดอุดรดิตถ์ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กองทุนหมู่บ้าน ทั้งในรูปของเงินทุน โรงเรือน และอุปกรณ์เครื่องมือ แต่ก็ยังคงไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานและการขยายกิจการ เพราะยังไม่มี การจัดการระบบการเงินอย่างเป็นระบบ จึงทำให้ส่งผลต่อการสะสมเงินทุนที่จะนำมาใช้ในการดำเนินกิจการ

ด้านการตลาด เป็นการตลาดในเชิงรับ โดย

ส่วนใหญ่เป็นการผลิตผลิตภัณฑ์ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า รวมทั้งมีการผลิตผลิตภัณฑ์หลักเพื่อรอการจำหน่ายด้วย ส่วนด้านการส่งเสริมการขายจะใช้วิธีการออกร้านภายใต้การสนับสนุนของหน่วยงานราชการและมีการประชาสัมพันธ์ โดยเคยโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์และวิทยุต่างๆ

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่ม พบว่าเป็นการขายส่งให้กับพ่อค้าในจังหวัดเชียงใหม่ อุดรดิตถ์ และกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 70 ของยอดขายทั้งหมด ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 30 จะเป็นการขายปลีก โดยมาจากการออกร้านคิดเป็นร้อยละ 20 ของยอดขายทั้งหมด ผักขายผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 3 ของยอดขายทั้งหมด และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ณ สถานที่ผลิต คิดเป็นร้อยละ 7 ของยอดขายทั้งหมด ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าภายในประเทศ คือ คิดเป็นร้อยละ 80 ของลูกค้าทั้งหมด ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 20 จะเป็นลูกค้าชาวต่างประเทศ โดยช่วงที่ผลิตภัณฑ์ขายดีที่สุด คือ เดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์ โดยเฉพาะในเดือนธันวาคมและมกราคมจะขายดีที่สุด ส่วนช่วงที่ขายผลิตภัณฑ์ได้ไม่ค่อยดี คือ เดือนพฤษภาคมถึงกันยายน

การวางแผนการตลาดของกลุ่มในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เน้นการส่งเสริมการขาย การออกร้านตามสถานที่ต่างๆ ผักขายผลิตภัณฑ์กับศูนย์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ร้านค้าเอกชนในจังหวัดอุดรดิตถ์ และการทดลองผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เช่น โคมไฟนาฬิกาแบบต่างๆ

ด้านยอดขายของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ที่ออกแบบโดยทีมวิจัยก่อนการทดสอบตลาด จากการวิเคราะห์ยอดขายของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบโดยทีมวิจัยก่อนการทดสอบตลาดในช่วงระยะเวลา 4 เดือน พบว่าผลิตภัณฑ์ที่ให้กำไรสุทธิสูงสุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กรอบรูปนาฬิกาขนาด 6*6 นิ้ว คือ 5,277.40 บาท รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์กรอบรูปนาฬิกาขนาด 12*24 นิ้ว คือ 4,513.85 บาท ทั้งนี้พบว่ายังมีผลิตภัณฑ์บางตัวที่ให้ผลกำไรสุทธิติดลบได้แก่ ผลิตภัณฑ์กรอบรูปนาฬิกาขนาด 4*4 นิ้ว ผลิตภัณฑ์กรอบรูปนาฬิกาขนาด 6*8 นิ้ว และโคมไฟ ซึ่งยังคงต้องหาทางปรับปรุงต่อไป อย่างไรก็ตามจะเห็นว่าช่วงระยะเวลาดังกล่าวยังไม่ครอบคลุมตลอดทั้งปี โดยเฉพาะยังไม่ครอบคลุมระยะเวลาที่ขาย

ผลิตภัณฑ์ได้มากที่สุดอีกช่วงหนึ่ง คือ เดือนพฤศจิกายนและธันวาคม ซึ่งจากข้อมูลที่สำรวจในอดีตเป็นช่วงระยะเวลาที่กลุ่มขายดีอีกช่วงหนึ่ง ข้อมูลดังกล่าวนี้ยังคงต้องการการวิเคราะห์อย่างต่อเนื่องในช่วงระยะเวลาดังกล่าวไปจึงจะเกิดภาพที่ชัดเจน จากการทดลองทำประมาณการรายรับและต้นทุน รวมทั้งกำไรที่กลุ่มสามารถจะทำได้ โดยคิดเฉพาะผลิตภัณฑ์รวมทั้งบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบโดยทีมวิจัยก่อนการทดสอบตลาด (เป็นการประมาณการยอดขายโดยสมมติว่ากลุ่มสามารถขายสินค้าได้ทั้งหมดโดยผลิตอย่างเต็มกำลังการผลิต) ในตารางที่ 6

จากการประมาณการรายรับรวมจากการขายผลิตภัณฑ์ทั้งหมด พบว่ามีรายรับทั้งสิ้น 2,172,300 บาทต่อปี และต้นทุนรวมจากการผลิตทั้งหมด 1,361,511.46 บาทต่อปี และมีกำไรสุทธิจากการขายทั้งหมด 810,788.54 บาทต่อปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มมีศักยภาพที่สามารถจะเติบโตได้มากและสามารถจะทำกำไรได้เพิ่มขึ้นอีกหากมีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น (ตารางที่ 6) อย่างไรก็ตามประมาณการดังกล่าวนี้ยังไม่ได้รวมผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีการพัฒนาเพิ่มวัสดุกันการกระแทกและเพิ่มความสวยงามมากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งยังคงมีโอกาสเพิ่มกำไรได้มากขึ้นอีก

อย่างไรก็ตามผลตอบแทนที่แสดงในตารางที่ 6 ไม่สามารถจะเกิดขึ้นได้อย่างดีดังแสดงในตารางได้ หากกลุ่มยังไม่มี การแก้ไขปัญหาและข้อบกพร่องต่างๆ อันเนื่องมาจากเป็นกลุ่มที่จัดตั้งใหม่และยังขาดประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจอีกมาก อีกทั้งสมาชิกส่วนใหญ่ยังขาดความกระตือรือร้นในการทำธุรกิจอย่างจริงจังและยังไม่มี ความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจที่ดีพอ ประกอบกับภาวะตลาดที่ยังไม่มีความแน่นอน รวมทั้งการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน การจัดทำบัญชีและการดูแลทางด้านการเงินที่ยังไม่เป็นระบบ การขาดความร่วมมืออย่างจริงจังทั้งภายในกลุ่มและผู้ที่เกี่ยวข้อง และสมาชิกส่วนใหญ่ยัง

เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่ยังมีความรู้น้อยและไม่มีวุฒิภาวะเพียงพอ ปัญหาดังกล่าวยังเป็นอุปสรรคอีกมากและต้องการการแก้ไขอย่างเร่งด่วน ถึงแม้ว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะดีในระดับหนึ่งและมีหน่วยงานจากภาครัฐพยายามเข้ามาสนับสนุนก็ยังไม่สามารถทำให้

กลุ่มประสบความสำเร็จได้มากเท่าที่ควร การตระหนักในปัญหาและหาทางแก้ปัญหาต่างๆ เหล่านี้ด้วยตนเองจึงจะประสบความสำเร็จได้ดีมากกว่าและสามารถสร้างความยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต

ตารางที่ 5 แสดงยอดขายของผลิตภัณฑ์พร้อมทั้งบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบโดยทีมวิจัย รวมทั้งต้นทุนและกำไรสุทธิระหว่างเดือนมกราคม-13 มิถุนายน 2546

ประเภทผลิตภัณฑ์	ลักษณะและขนาด	ราคาขายเฉลี่ย (บาท)	จำนวน (ชิ้น)	ยอดขายรวม (บาท)	ยอดขายของผลิตภัณฑ์ต่อยอดขายรวม (ร้อยละ)	ต้นทุนต่อหน่วย (รวมกล่อง) (บาท)	ต้นทุนรวม (บาท)	กำไรสุทธิ (บาท)
1. กรอบรูปนาฬิกา	4*4 นิ้ว	106.59	214	22,810.00	30.62	114.25	24,449.50	-1,639.50
	6*6 นิ้ว	208.03	132	27,460.00	36.86	168.05	22,182.60	5,277.40
	6*8 นิ้ว	215.91	22	4,750.00	6.38	396.38	8,720.36	-3,970.36
	8*8 นิ้ว	200.00	2	400.00	0.54	183.30	366.60	33.40
	8*10 นิ้ว	280.00	3	840.00	1.13	190.94	572.82	267.18
	8*14 นิ้ว (กว้าง)	400.00	1	400.00	0.54	275.67	275.67	124.33
	12*24 นิ้ว	700.00	11	7,700.00	10.34	289.65	3,186.15	4,513.85
	แปดเหลี่ยม	390.95	21	8,210.00	11.02	221.86	4,659.06	3,550.94
2. โคมไฟ (รูปบ้าน)		386.00	5	1,930.00	2.59	500.73	2,503.65	-573.65
รวมยอดขายทั้งหมด			411	74,500.00	100	2,340.83	66,916.41	7,583.59

หมายเหตุ: เป็นยอดขายที่แสดงเฉพาะผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบก่อนการทดสอบตลาด

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 6 ประมาณการรายรับและต้นทุน รวมทั้งกำไรที่กลุ่มสามารถจะทำได้ คิดเฉพาะผลิตภัณฑ์รวมทั้งบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบโดยทีมวิจัยก่อนการทดสอบตลาด (เป็นการประมาณการยอดขายโดยสมมติว่ากลุ่มสามารถขายสินค้าได้ทั้งหมด โดยผลิตอย่างเต็มกำลังการผลิต)

ประเภทผลิตภัณฑ์	ลักษณะและขนาดของผลิตภัณฑ์	กำลังการผลิต (ชิ้น/ปี)	ประมาณการรายรับ (บาท/ปี)	ประมาณการต้นทุน (บาท/ปี)	กำไร (บาท)
1. กรอบรูปนาฬิกา	4*4 นิ้ว (แบบเก่า)	4,200	630,000.00	479,850.00	150,150.00
	4*4 นิ้ว (แบบใหม่)	672	147,840.00	93,576.00	54,264.00
	6*6 นิ้ว (แบบเก่า)	2,520	882,000.00	423,486.00	458,514.00
	6*6 นิ้ว (แบบใหม่)	168	58,800.00	43,016.40	15,783.60
	6*8 นิ้ว (แบบใหม่)	42	17,640.00	16,647.96	992.04
	12*24 นิ้ว (แบบเก่า)	28	21,000.00	8,110.20	12,889.80
	แปดเหลี่ยม (แบบเก่า)	201.6	90,720.00	44,726.98	45,993.02
	แปดเหลี่ยม (แบบใหม่)	42	27,300.00	14,568.12	12,731.88
	แปดเหลี่ยม (แบบมีไฟ)	120	66,000.00	27,223.20	38,776.80
2. โคมไฟ (รูปบ้าน)		420	231,000.00	210,306.60	20,693.40
รวม		8,413.6	2,172,300.00	1,361,511.46	810,788.54

ที่มา: จากการสำรวจ

กิจกรรมที่ 2 ดำเนินการวิจัยความต้องการของตลาดของนาฬิกาพื้นบ้านในระยะแรก โดยเฉพาะในด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลการตลาดเกี่ยวกับความต้องการของตลาดท้องถิ่น ตลาดนอกท้องถิ่น ตลาดต่างประเทศ จากแหล่งต่างๆ คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้แก่ การสอบถาม และสัมภาษณ์ผู้บริโภคโดยทั่วไปที่เป็นนักท่องเที่ยวประมาณ 30 คนจากจังหวัดกรุงเทพฯ ๙ ปทุมธานี นนทบุรี สมุทรสาคร เพชรบูรณ์ ราชบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร นครศรีธรรมราช ยโสธร และอุดรดิตถ์ รวมทั้งนักธุรกิจที่ประกอบการส่งออกประมาณ 5-6 ราย และเจ้าหน้าที่กลุ่มงานบริการส่งออก 2 สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก

และการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้แก่ เอกสาร ตำรา ข้อมูลในอินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพื่อหารูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ตลาดต้องการ เพื่อจะได้นำมาปรับปรุงออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ตามความต้องการของตลาดต่อไป

ผลการดำเนินงานพบว่าได้รับข้อมูลในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยนำเอาผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่มมาให้พิจารณาร่วมด้วย ดังนี้

1. กลุ่มควรตกแต่งจำนวนผลิตภัณฑ์ออกให้มากขึ้น เช่น ทำการ์ด กรอบรูป สมุดโน้ต เป็นต้น
2. ต้องเปลี่ยนขนาดนาฬิกา เพราะการใช้กระดาษอัดทำให้สินค้าด้อยคุณภาพลงไป ในกรณีที่ลูกค้าต้องการนำไปแขวนบนผนัง ขนาดควรเก็บซ่อนได้ หรือใช้ไม่กลม ๆ จะทำเป็นขาตั้งแล้วทาสี

เดียวกันกับกรอบ และลวดสลิงที่ใช้แขวนผนังเวลาแขวนแล้วลวดต้องไม่โผล่ออกมา หรือสีของขาตั้งจะต้องมีสีเดียวกันกับกรอบนาฬิกา และต้องไม่เป็นเงาควรใช้สีด้าน ตัวเรือนนาฬิกาต้องไม่โผล่ออกมา ควรเจาะหรือนำไม้มาเสริมให้ด้านหลังเป็นแผ่นเรียบไปเลย เพื่อควรสวยงามและเวลาแขวนจะดูสวยงาม

3. ในส่วนของกระดาษไม้อัด ควรเลือกใช้ไม้อื่นแทนแล้วนำมาทาสีให้เป็นสีเดียวกันกับกรอบ และใบโพธิ์ นोट สกรูต่างๆ ที่ใช้ยึดกรอบต้องเปลี่ยนมาใช้สีดำเหมือนกับสีกรอบ

4. รอยตะปูที่เห็น ต้องหาอะไรปิดทับ ซ่อนไม่ให้เห็นรอย

5. หากต้องการส่งออก ลายแผ่นหลังที่ใช้ต้องเป็นลายที่ทั่วโลกรู้จักเป็นลายสากล เช่น โบอิง ลายจินหยินหยาง เป็นต้น โดยหาดูลายได้จากแมกกาซีนต่างๆ แต่หากจะขายให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในประเทศไทยก็ใช้ลายไทย ช้าง พระ เป็นต้น

6. ควรมีโฆษณาหรือมีการ์ดบอกให้ลูกค้าทราบ ว่าใช้วัตถุดิบอะไรในการผลิต เพราะจะช่วยส่งเสริมการขายได้ดีขึ้น

7. ควรทดสอบตลาดในประเทศก่อน ก่อนที่จะนำไปส่งออก

8. ควรมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาเรื่อยๆ เพราะสินค้าประเภทนี้ จะถูกลอกเลียนแบบเร็วมากอายุสินค้าจะอยู่ระหว่างประมาณครึ่งปี ถึง 1 ปี

9. การทำแผ่นพับ ต้องมีรายละเอียดข้อมูลครบเพื่อให้ลูกค้าทราบ เช่น รหัสสินค้า ขนาดสินค้า ขนาดของสินค้ารวมกับบรรจุภัณฑ์ น้ำหนักสินค้า น้ำหนักสินค้ารวมกับบรรจุภัณฑ์ ราคาขาย

10. การให้สีแผ่นหลัง การคิดลวดลาย ต้องพัฒนาฝีมือให้มากกว่านี้ให้ได้ เพราะช่วยในเรื่องการตั้งราคา

กิจกรรมที่ 3 การอบรมให้ความรู้อย่างไม่เป็นทางการเกี่ยวกับการบริหารงานกลุ่ม โดยทีมวิจัยได้นำผลการดำเนินการศึกษาข้อมูลโครงสร้างพื้นฐานโดยทั่วไปของกลุ่ม ได้แก่ ด้านการผลิต การเงิน การตลาด ปัญหาอุปสรรค การวิเคราะห์จุดอ่อน-จุดแข็งเบื้องต้น ผลการวิจัยตลาด และผลการประชุมของทีมวิจัยมารายงานให้สมาชิกกลุ่มทราบ และดำเนินการประชุมกลุ่มแบบมีส่วนร่วม (PAR) กับสมาชิกกลุ่มในลักษณะการนำเสนอแนวความคิดเห็นต่างๆ เพื่อนำมาหาแนวทางปรับปรุงการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น และหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ต่อไป

ผลที่ได้จากการดำเนินงานพบว่า จากเดิมที่กลุ่มไม่มีข้อมูลในการวิเคราะห์โครงสร้างของกลุ่มอย่างชัดเจน แต่หลังจากกิจกรรมนี้แล้ว กลุ่มได้รับข้อมูลโครงสร้างการจัดองค์กร การผลิต การเงิน การตลาด และปัญหาอุปสรรค รวมถึงจุดอ่อน-จุดแข็งที่ทีมวิจัยได้จัดทำเป็นเอกสาร ที่จะนำไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพและการดำเนินงานของกลุ่มอย่างชัดเจน และเป็นข้อมูลที่กลุ่มจะให้สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป เช่น การวิเคราะห์สถานะทางการเงินเพื่อการจัดสรรเงินกู้ให้แก่กลุ่ม เป็นต้น อีกทั้งกลุ่มเริ่มมีความเข้าใจเกี่ยวกับสถานะ ปัญหาจุดอ่อน-จุดแข็ง และอุปสรรค รวมทั้งแนวทางในการที่จะแก้ไขปัญหาของกลุ่มในระยะต่อไป นอกจากนี้จากการแสดงความคิดเห็นร่วมกันระหว่างกลุ่มและทีมวิจัย ทำให้ได้แนวทางส่วนหนึ่งในการนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ด้วย ดังแสดงในรูป (รูปที่ 1 และ 2)



รูปที่ 1 ทีมวิจัยได้อธิบายถึงที่มา และ
วัตถุประสงค์ของโครงการ ซึ่งสมาชิกกลุ่มนาฬิกา
ให้ความสนใจ และมีความยินดีอย่างมาก



รูปที่ 2 วันที่ 16 มกราคม 46 ช่วงบ่าย ทีมนักวิจัย
ได้รายงานและสรุปผลข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์
ให้กับสมาชิกทุกคน และที่ปรึกษากลุ่มทราบ

กิจกรรมที่ 4 ดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์
และบรรจุภัณฑ์ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสอบถาม
และสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในกิจกรรมที่ 2 และ
ความคิดเห็นที่ได้จากการดำเนินการประชุมกลุ่มแบบ
มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ 3 มาให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการ
ออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ทำการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับข้อมูลความต้องการของตลาด

จากการออกแบบผลิตภัณฑ์แล้วให้สมาชิกได้
ทดลองทำด้วยตนเอง และมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์
โดยทีมวิจัยตามความต้องการที่ได้สำรวจมาใน
เบื้องต้นแล้ว พบว่าผลการดำเนินการออกแบบ

ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่
เพิ่มเติมและบรรจุภัณฑ์ ดังแสดงในรูปที่ 3 และ 4
นอกจากนี้ภายใต้กิจกรรมดังกล่าว ทีมวิจัยยังได้
ออกแบบและจัดทำโบชัวร์ตามความต้องการของลูกค้า
เพื่อเป็นการช่วยในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริม
การตลาดให้กับกลุ่มสำหรับผู้ที่มีความต้องการ เช่น
พ่อค้าส่งออก พ่อค้าส่งในประเทศ ร้านค้า และ
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งมีการจัดทำ
ใบเสร็จรับเงิน ใบส่งของ ใบสำคัญรับ และใบส่งสินค้า
ให้กลุ่มอย่างละ 10 เล่มด้วย

รูปที่ 3 ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการออกแบบโดยทีมวิจัยและลงมือจัดทำผลิตภัณฑ์โดยสมาชิกภายในกลุ่ม



รูปที่ 4 บรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการออกแบบโดยทีมวิจัย



กิจกรรมที่ 5 ดำเนินการทดสอบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาในกิจกรรมที่ 4 แล้ว โดยทีมวิจัยร่วมกับประธานและรองประธานกลุ่มนำผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นาฬิกาพื้นบ้านที่ได้พัฒนาให้ตรงกับข้อมูลความต้องการของตลาดแล้ว มาทำการทดสอบตลาด เพื่อปรับปรุงและพัฒนาหารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่แท้จริงที่ตลาดต้องการ โดยกำหนดพื้นที่ทำการทดสอบตลาด คือ จังหวัดเชียงใหม่ และกรุงเทพฯ จากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวน 420 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 262 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 158 ตัวอย่าง

ผลการทดสอบตลาดหลังการพัฒนาผลิตภัณฑ์และออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่โดยทีมวิจัย พบว่า

1. ผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพอใจมากในรูปแบบผลิตภัณฑ์

ของกลุ่ม และให้ข้อเสนอแนะว่าควรมีการพัฒนาฝีมือให้ดีขึ้นและได้คุณภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้นสมาชิกของกลุ่มควรมีความพิถีพิถัน ตั้งใจผลิตให้มีคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาด ทั้งนี้ได้แสดงความคิดเห็นทางด้านจุดเด่นและจุดที่ควรปรับปรุงของผลิตภัณฑ์ดังแสดงในตาราง (ตารางที่ 7 และ 8)

2. บรรจุภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพอใจมากในรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ (กล่อง) และได้มีข้อเสนอแนะให้มีการพัฒนากล่องบรรจุภัณฑ์ให้สามารถป้องกันการกระแทกกระเทือนได้ และควรมีหูหิ้วเพื่อสะดวกในการถือ อีกทั้งมีความเห็นว่ายังขาดรายละเอียดข้อมูลที่สำคัญเพื่อใช้ในการติดต่อกลุ่มในอนาคต ทั้งนี้ได้แสดงความคิดเห็นทางด้านจุดเด่นและจุดที่ควรปรับปรุงของบรรจุภัณฑ์ดังแสดงในตาราง (ตารางที่ 7 และ 8)

ตารางที่ 7 ความคิดเห็นทางด้านจุดเด่นของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จากผู้ตอบแบบสอบถาม 228 ตัวอย่าง (ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ทำจากวัสดุธรรมชาติ	51	22.37
2. กรอบเฟรมสวย	42	18.42
3. งานทำจากมือดูมีคุณค่า	27	11.84
4. แสดงถึงความเป็นไทย เช่น รูปช้าง และความเป็นธรรมชาติ	24	10.53
5. ชอบการใช้เมล็ดข้าวทำ เพราะเป็นสัญลักษณ์ของคนไทย น่าประทับใจมาก	20	8.77
6. เหมาะเป็นของฝากในช่วงเทศกาล	16	7.02
7. แปลก มีศิลปะ เหมาะเป็นของที่ระลึก ไม่เคยเห็น	16	7.02
8. เป็นของที่ระลึกที่ได้มาเมืองไทย	15	6.58
9. บรรจุภัณฑ์เหมาะสมดีมาก	7	3.07
10. ดูเก๋ดีสบายตา	4	1.75
11. มีความเป็นเอกลักษณ์ และมีความคิดสร้างสรรค์ดี	4	1.75
12. ภาพพระอาทิตย์สะท้อนให้เห็นพลังที่โลกได้รับจากดวงอาทิตย์	2	0.88
รวม	228	100

หมายเหตุ: ปริมาณตัวเลขดังกล่าวแสดงเฉพาะผู้ที่แสดงความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าวนี้เท่านั้น

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 8 ความคิดเห็นทางด้านจุดที่ควรปรับปรุงของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จากผู้ตอบแบบสอบถาม 384 ตัวอย่าง (ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ฝีมือการตกแต่งแผ่นหลังต้องพัฒนามากกว่านี้ ควรใช้สีเดียวกันกับกรอบ	52	13.54
2. ขาดแผ่นหลังดูไม่แข็งแรง ควรเลือกวัสดุที่ดีกว่านี้	36	9.38
2. ควรลบรอยต่างๆ เช่น รอยตะปู รอยเขียนของดินสอ	35	9.11
4. กรอบไม้หลังต้องขัดให้เรียบมากขึ้น อย่าให้มีเสียง	32	8.33
5. น่าจะใช้รูปที่เป็นวัฒนธรรมไทย เช่น วัด ช้าง รำไทย เพื่อสะท้อนความเป็นไทย	29	7.55
6. การทาสีกรอบต้องสม่ำเสมอ ให้มีคุณภาพ	26	6.77
7. บรรจุภัณฑ์น่าจะมีหูหิ้ว จะได้ไม่ต้องใส่ในถุงพลาสติกอีกชั้น	23	5.99
8. การยัดติดกระจกมีคุณภาพต่ำมาก กระจกที่เลือกใช้บางเกินไป	23	5.99
9. คุณภาพของไม้ที่นำมาทำเป็นกรอบและแผ่นหลังต้องดีกว่านี้ ทำให้คุณค่าของงานลดลง	23	5.99
10. ขนาดของกรอบใหญ่ทำให้ดูหนา เหมือนเป็นโทรทัศน์	19	4.95

ตารางที่ 8 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
11. ดอกไม้วัสดุที่นำมาตกแต่งดูเหมือนพลาสติก	19	4.95
12. บรรจุภัณฑ์น่าจะมีวัสดุกันการกระแทก เพราะผลิตภัณฑ์มีกระจกเป็นส่วนประกอบ	17	4.43
13. แผ่นไม้แผ่นหลังที่นำมาประกบเข้ากับกรอบไม้ด้านหน้า เข้ากันได้ไม่ดีเลย	15	3.91
14. ฉากหลัง (กระดาษสา) ดูน่าเบื่อ น่าจะใช้วัสดุอื่นบ้าง แต่ต้องคลาสสิก	14	3.65
15. น่าจะมีเลขไทยที่หน้าปิด	12	3.13
16. วัตถุดิบที่นำมาทำเป็นแผ่นหลัง ควรบอกให้ผู้ซื้อทราบที่ทำมาจากอะไร มีความเป็นมาอย่างไร เพื่อให้ผู้ซื้อเห็นคุณค่า	4	1.04
17. ควรมีแผ่นพับเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์ให้ชาวต่างประเทศ	3	0.78
18. รูปพระอาทิตย์ควรมีรายละเอียดมากกว่านี้ สวยกว่านี้	2	0.52
รวม	384	100.00

หมายเหตุ: ปริมาณตัวเลขดังกล่าวแสดงเฉพาะผู้ที่แสดงความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าวนี้เท่านั้น

ที่มา: จากการสำรวจ

กิจกรรมที่ 6 ดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการในเรื่อง “การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ตลาดต้องการ” เพื่อถ่ายทอดวิธีการและขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ตลาดต้องการให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์นาฬิกาพื้นบ้าน กลุ่มธุรกิจชุมชนอื่นที่สนใจ และตัวแทนหน่วยงานราชการในท้องถิ่น

ผลการดำเนินงาน พบว่ามีผู้เข้ารับการอบรมจำนวนทั้งสิ้น 40 คน ดังนี้

1. สมาชิกและที่ปรึกษากลุ่มผลิตนาฬิกาบ้านหัวหาดจำนวน 7 คน
2. หัวหน้าหน่วยงานราชการในจังหวัดอุดรดิตถ์ที่ดูแลด้านกลุ่มธุรกิจชุมชน เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานสหกรณ์จังหวัด สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด เป็นต้น จำนวน 10 คน

3. หัวหน้าหน่วยงานระดับท้องถิ่น (ต.คู้งตะเภา) เช่น อำเภอบต. กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชน เป็นต้น จำนวน 3 คน

4. กลุ่มธุรกิจชุมชนอื่น ผู้สนใจเข้าร่วม โดยผ่านการติดต่อจากหน่วยงานราชการในจังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 20 คน

โดยมีหัวข้อการฝึกอบรมดังนี้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ คุณภาพ และมาตรฐาน
2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กรอบรูปนาฬิกา
3. การตลาดเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์
4. การบริหารจัดการกลุ่ม การจัดโครงสร้างงานกลุ่ม การเงิน การบัญชี
5. รับฟังประสบการณ์จริง สุ่มทเรียนความล้มเหลวและความสำเร็จ ของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในจังหวัดเชียงใหม่ :

คุณทองเพียร ศรีสว่าง ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร
บ้านท่ากว้าง ต.บ้านแคว อ. สารภี จ. เชียงใหม่

6. ประชุมระดมความเห็น “แนวทางการพัฒนา
กลุ่มธุรกิจชุมชน จังหวัดอุดรดิตถ์” จากหน่วยงานที่
เกี่ยวข้อง

ผลการดำเนินการจัดฝึกอบรม การอบรม และ
กลุ่มที่เข้ารับการฝึกอบรมดังแสดงในรูป (รูปที่ 5, 6
และ 7)



รูปที่ 5 ผู้เข้าร่วมฝึกอบรม และบรรยายภาคการฝึกอบรม



รูปที่ 6 ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมโชว์ผลงานที่ได้ทดลองฝึก
ปฏิบัติ



รูปที่ 7 บรรยายภาควรระดมความคิดเห็นจาก
หน่วยงานราชการและหน่วยงานท้องถิ่น

ผลการดำเนินการฝึกอบรมได้รับผลดีมาก โดย
ผู้เข้ารับการอบรมได้ประเมินผลการฝึกอบรม ดังแสดง
ในตาราง (ตารางที่ 9) อีกทั้งกลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์

นาฬิกาพื้นบ้านสามารถจะเข้าใจกระบวนการในการ
ทำบรรจุภัณฑ์และทดลองจัดทำด้วยตนเอง

ตารางที่ 9 แสดงผลการประเมินการฝึกอบรมยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ วิธีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด

รายการ	พอใจมาก (ร้อยละ)	พอใจในระดับปานกลาง (ร้อยละ)	พอใจน้อย (ร้อยละ)
1. เนื้อหาการฝึกอบรม	20 (95.24)	1 (4.76)	0
2. ระยะเวลาการฝึกอบรม	12 (57.14)	9 (42.86)	0
3. สถานที่การฝึกอบรม	21 (100)	0	0
4. วิทยากร	19 (90.48)	2 (9.52)	0
5. เอกสารประกอบการฝึกอบรม	16 (76.19)	5 (23.81)	0
6. สื่อประกอบการฝึกอบรม	15 (71.43)	6 (28.57)	0
7. อาหาร/อาหารว่าง	20 (95.24)	1 (4.76)	0

กิจกรรมที่ 7 ดำเนินการติดตามปัญหาและอุปสรรคในการผลิตของกลุ่ม โดยทีมวิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อดำเนินการติดตามปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการนำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมเชิงปฏิบัติการไปใช้ปฏิบัติจริง และทำการประเมินผลพัฒนาการของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่ม

ผลของการสังเกตและติดตามการดำเนินการของกลุ่มจากการนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่ได้รับการพัฒนาในระดับหนึ่งโดยทีมวิจัยและการร่วมจัดทำโดยสมาชิกในกลุ่มไปออกร้านในสถานที่ต่างๆ ที่กรุงเทพฯ เช่น งาน otop city ที่เมืองทองธานี งานหัตถศิลป์ถิ่นไทย ร้าน all season และที่จังหวัดภูเก็ต คือ ร้าน seeka เป็นต้น โดยการที่ทีมวิจัยเดินทางไปสอบถามเองหรือสอบถามทางโทรศัพท์ พบว่าในบางสถานที่กลุ่มได้รับรางวัลผลิตภัณฑ์ดีเด่นในงาน และมีลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจอย่าง

หลากหลาย บางครั้งก็มีโอกาสที่จะได้รับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสถานีโทรทัศน์ อันเป็นการช่วยส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังมีการขอนามบัตรและโบชัวร์จากชาวต่างประเทศหรือผู้ที่สนใจในการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ รวมถึงบางร้านมีความสนใจในการขอสินค้าไปทดลองวางจำหน่าย ทั้งนี้พบว่ากลุ่มมีบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มความสะดวกในการขนย้าย และมีความสวยงามดึงดูดใจผู้บริโภค ทำให้เป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ และลูกค้าเสนอแนะว่ากลุ่มควรหาทางพัฒนาเพิ่มบรรจุภัณฑ์ในทุกรูปแบบเพื่อจะสามารถนำไปเป็นของขวัญ ของฝากได้มากขึ้นด้วย อย่างไรก็ตามกลุ่มยังคงต้องปรับปรุงในด้านต่างๆ ที่ยังคงเป็นปัญหาของกลุ่มดังที่กล่าวมาแล้ว เพื่อให้สามารถจะผลิตสินค้าได้ตามความต้องการของลูกค้าและผู้ที่มีความต้องการสินค้า โดยเฉพาะสินค้าที่อาจจะมีการสั่งซื้อจากชาวต่างประเทศในอนาคต

การดำเนินกิจกรรมการติดตามปัญหาและ
อุปสรรคในการผลิตของทีมวิจัย ดังแสดงในรูป (รูปที่
8 9 และ 10)



รูปที่ 8 ทีมวิจัยติดตามผลการผลิตภัณฑ์
จากผู้จัดการร้าน All Season



รูปที่ 9 ทีมวิจัยติดตามการออกร้าน ณ งาน
หัตถศิลป์ถิ่นไทย ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล บางนา



รูปที่ 10 ทีมวิจัยติดตามผลโดยสอบถามรอง
ประธานกลุ่มถึงผลการนำผลิตภัณฑ์มา
ออกจำหน่ายในงานนี้

5. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

กลุ่มผลิตภัณฑ์นาฬิกาบ้านหัวหาดมีจุดเด่นในด้านการนำวัตถุดิบจากธรรมชาติมาดัดแปลงใช้เป็นกรอบรูปและมิงานไม้เกาที่ทำจากวัสดุที่เหลือใช้มาทำให้เกิดประโยชน์ แต่ยังคงพบว่าการนำวัตถุดิบธรรมชาติจากแหล่งอื่นมาใช้ในปริมาณสัดส่วนที่มากเกินไป จึงมีการปรับปรุงพิจารณาใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นให้เพิ่มขึ้น ซึ่งกลุ่มมีการพัฒนาขึ้นมาในระดับหนึ่งถึงแม้กลุ่มจะยังมีตลาดที่ไม่แน่นอน แต่กลุ่มก็ยังไม่มีปัญหาด้านการขยายตลาด และแม้ว่าตัวกลุ่มเองจะไม่ได้มีการตลาดในเชิงรุก แต่มีหน่วยราชการคอยสนับสนุนอยู่มากพอ อีกทั้งมีการประชาสัมพันธ์ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์และการออกร้านต่าง ๆ จึงทำให้กลุ่มเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากขึ้น อีกทั้งมีราคาสินค้าที่ยังไม่สูงจนเกินไป จึงเป็นข้อได้เปรียบ ทั้งนี้จากการที่ทีมวิจัยได้ร่วมกับกลุ่มหาทางพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพิ่มขึ้น เพื่อช่วยขยายตลาดให้แก่กลุ่มในอนาคต รวมทั้งการได้รับความเข้าใจที่ชัดเจนในการดำเนินธุรกิจตลอดจนการวิเคราะห์ถึงโครงสร้างภายในของกลุ่ม รวมทั้งจุดอ่อน-จุดแข็งและปัญหาอุปสรรคของกลุ่ม ทำให้กลุ่มได้เพิ่มระดับการพัฒนาได้มากขึ้นกว่าเดิมในระดับหนึ่งแล้ว แต่ความไม่พร้อมของบุคลากรภายในกลุ่มในด้านการบริหาร การจัดการ และการสนองความต้องการของลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ต้องการความแน่นอนของคุณภาพและความสม่ำเสมอในการผลิตยังเป็นปัญหาที่ต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพราะยังผลิตได้ไม่ทันตามคุณภาพดังกล่าว เนื่องจากการจัดการด้านบุคลากรและปัญหาการจัดการเงินทุนหมุนเวียนสืบเนื่องจากยังไม่มีจัดการด้านการเงินอย่างเป็นระบบ ทำให้เป็นปัญหาในการขยายตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลที่สำคัญ เช่น ปีใหม่ คริสมาสต์ และโอกาสพิเศษต่างๆ ซึ่งมีความต้องการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นมากแต่มักจะ

ติดขัดด้านการผลิต เพราะไม่มีเงินทุนหมุนเวียนมากพอในการซื้อปัจจัยการผลิตที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นมากในช่วงดังกล่าว อีกทั้งยังติดขัดด้านการขนส่ง เพราะไม่มีพาหนะเป็นของตนเอง

ด้านความยั่งยืนของกลุ่มทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยในระยะสั้นวิเคราะห์จากการที่จะประสบความสำเร็จของกลุ่มในระยะดังกล่าวพบว่ายังทำได้ดีเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น เนื่องจากสภาพปัญหาต่างๆ ที่กลุ่มเผชิญอยู่ดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ถึงแม้ว่าปัญหาต่างๆ ก่อนที่ทีมวิจัยจะเข้าไปจะได้รับการช่วยกันแก้ไขในหลาย ๆ ด้านไปบ้างแล้ว แต่โดยสภาพความพร้อมของกลุ่มที่ต้องอาศัยการแก้ไขโดยสมาชิกภายในกลุ่มเป็นหลัก เช่น การเอาใจใส่ต่องาน ความกระตือรือร้นในการทำงาน ความรับผิดชอบร่วมกัน เป็นต้น และระยะเวลาในการวิจัยที่มีอยู่อย่างจำกัด จึงไม่อาจจะแก้ไขปัญหาทั้งหมดให้สำเร็จลุล่วงไปได้ ดังนั้นกลุ่มจึงควรเร่งรีบแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เหลืออยู่นี้ให้หมดสิ้นไปด้วยความรับผิดชอบจากกลุ่มเองเป็นหลัก เพราะการไม่เร่งรีบแก้ไขปัญหาดังกล่าวอาจจะมีผลต่อเนื่องไปถึงความยั่งยืนของกลุ่มในระยะยาวได้ด้วย ทั้งนี้กลุ่มควรคำนึงถึงความยั่งยืนในระยะยาวของกลุ่มจะเกิดขึ้นได้ไม่ใช่เกิดจากการช่วยเหลือของหน่วยงานภายนอกเป็นส่วนใหญ่ แต่ควรเริ่มต้นจากความเข้มแข็งภายในกลุ่มเป็นสำคัญ นั่นคือการร่วมมือกันของสมาชิกทุกคนในการสร้างความพร้อมในหลาย ๆ ข้อที่กล่าวมา การยอมรับข้อบกพร่องที่มีอยู่ การกระตือรือร้นที่จะแสวงหาความรู้เพื่อปรับปรุงแก้ไข และความกระตือรือร้นในการร่วมกันเร่งลงมือปฏิบัติในการแก้ปัญหานั้น ๆ เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่มได้มาก เพราะ

บรรณานุกรม

- กรองทอง สุตประเสริฐ. 2545. "โครงการประสานงานวิจัยเพื่อพัฒนา สกว. จากเวทีอภิปรายสาขาเศรษฐศาสตร์ เรื่อง "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และวิสาหกิจชุมชน มุมมองสู่การพัฒนาเกษตรยั่งยืน". ใน การประชุมทางวิชาการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. การประชุมทางวิชาการครั้งที่ 40 ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์: การอภิปรายและบรรยายพิเศษ 4-7 กุมภาพันธ์ 2545 ณ อาคารศูนย์เรียนรวม 3 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545
- ข้อมูลพื้นฐานการตลาดต่างประเทศ. 2545. กรุงเทพฯ: กลุ่มงานบริการส่งออก 2 สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. 2542. ธุรกิจชุมชน:เส้นทางที่เป็นไปได้. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วาระแห่งชาติด้านการเกษตร. กรุงเทพฯ: สำนักนโยบายและแผนพัฒนาเกษตรกร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. 2544. "ธุรกิจชุมชน:ศักยภาพของภูมิปัญญาท้องถิ่น." **Chulalongkorn Review** 13, 51 (เมษายน-มิถุนายน): 56.
- เศรษฐกิจพอเพียง. 2542. การสัมมนาวิชาการประจำปี 2542 เรื่อง เศรษฐกิจพอเพียง วันที่ 18-19 ธันวาคม 2542 ณ โรงแรมแอมบาสเดอร์ฮิลล์ จอมเทียน ชลบุรี. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. สำนักนโยบายและแผนพัฒนาเกษตรกร. 2546. **การพัฒนาเกษตรไทย ปี 2000**. แหล่งที่มา: <http://oae.go.th> 10 พฤศจิกายน 2546.
- โอภาส ปัญญา และคณะ. 2544. รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์เรื่อง ระบบข้อมูลชุมชน : กระบวนการสร้างความรู้สู่การพึ่งตนเองของชุมชน ๔ ภาค กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล. (เสนอต่อ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและธนาคารโลก)
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 1999. Principles of Marketing. 8th ed. Upper Saddle River, NJ : Prentice-Hall, 1999.