

ชื่อเรื่องการค้าคว่ำแบบอิสระ

กลยุทธ์เพื่อการพัฒนาวิสาหกิจท้องถิ่นกรณีศึกษา
กระเป๋าจักสานตำบลหนองตอง อำเภอหางดง
จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวมนทิวา ไชยวงศ์

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคว่ำแบบอิสระ

รศ. ดร.อารี วิบูลย์พงศ์

ประธานกรรมการ

อ. ดร.ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์

กรรมการ

ผศ.กาญจนา ไชยถาวร

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลักอยู่ 2 ประการคือ ประการแรก เพื่อศึกษาการดำเนินงานของวิสาหกิจ ตำบลหนองตอง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านการจัดการองค์กร การผลิต การตลาด และการเงิน ประการที่สอง เพื่อเสนอกลยุทธ์การพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจจักสานระดับชุมชนให้มีความยั่งยืน ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาจากการสัมภาษณ์วิสาหกิจ 1 รายของนายนิวัตร วารุณ เป็นตัวแทนของวิสาหกิจในชุมชน โดยการเก็บข้อมูลเชิงลึก ในช่วงระยะเวลาจากเดือนมีนาคมถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2548

กิจการบ้านเบญจาทัดกรรมเป็นกิจการแปรรูปผลิตภัณฑ์หัตถกรรมขั้นสุดท้ายเป็นส่วนใหญ่ โดยสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จักสานผิวไม้ และกระจูด จากจังหวัดเชียงราย หนองคาย และ สุราษฎร์ธานีและผลิตภัณฑ์จากกกซึ่งผลิตในพื้นที่ตำบลหนองตอง กิจการนี้สร้างมูลค่าเพิ่มโดยการตกแต่งและทำสี จนได้เป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋า 39 รูปแบบ กิจการบ้านเบญจาทัดกรรมจึงมีการจ้างแรงงานในพื้นที่ประมาณ 10 คนเท่านั้น ในด้านการจัดการนั้น การตัดสินใจทั้งหมดขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการแต่เพียงผู้เดียว เจ้าของกิจการตั้งราคาผลิตภัณฑ์โดยราคาเพิ่มจากการบวกต้นทุนร้อยละ 50 กิจการมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งทางตรงโดยการสั่งซื้อจากลูกค้า และทางอ้อมโดยการวางขายตามร้านค้า กิจการมีการให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่สั่งซื้อในปริมาณตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป

เพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาดอีกทางหนึ่งด้วย ทางด้านการเงินนั้น กิจการมีการจัดทำงบบันทึกบัญชีอย่างง่ายเท่านั้น

สำหรับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค พบว่าทางการจัดการองค์กรมีจุดแข็งคือ เจ้าของกิจการ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ แต่มีจุดอ่อนคือ อำนาจการตัดสินใจส่วนใหญ่จึงขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการ ทางด้านการตลาดผลิตภัณฑ์ที่กิจการได้รับรางวัล OTOP ระดับ 4 ดาว ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของตลาดมากขึ้น ส่วนจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์คือ ไม่มีตราสินค้าเป็นของตัวเอง จึงทำให้เกิดการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ ส่วนจุดอ่อนทางการเงินพบว่า กิจการมีการทำบัญชีอย่างง่ายเท่านั้นทำให้ไม่มีระบบบัญชีที่ดีพอ

สำหรับข้อเสนอแนะในระดับนโยบายท้องถิ่น คือ ควรส่งเสริมให้กิจการที่ประสบความสำเร็จค่อนข้างสูงในด้านผลิตภัณฑ์ และการตลาด เช่นกรณีที่ศึกษานี้มีส่วนในการผลักดันงานจักสานในพื้นที่ให้มากขึ้น โดยเชื่อมโยงกับหน่วยงานในท้องถิ่น พัฒนาการผลิตโดยใช้วัสดุซึ่งมีในท้องถิ่นให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งนี้เพื่อให้ได้การจ้างงานในชุมชนโดยอาศัยความสามารถด้านการตลาด และการออกแบบของกิจการที่โดดเด่นในพื้นที่ต่อไป สำหรับกิจการเองควรสร้างตราสินค้าโดยเร็ว และจัดระบบบัญชีให้ได้มาตรฐาน เพื่อบริการขยายงานในอนาคต

Independent Study Title	Development Strategy For a local Enterprise : A Case Study Of Wickerwork in Hang Dong District, Chiang Mai	
Author	Miss Montywa Chaiwong	
Degree	Master of Economics	
Independent Study Advisory Committee	Assoc. Prof. Dr. Aree Wiboonpong	Chairperson
	Lecturer Dr. Songsak Sriboonchitta	Member
	Asst. Prof. Kanjana Chokthawon	Member

ABSTRACT

This study has two main objectives as the following : 1. To study the implementation of one of the community enterprises of Tambol Nong-tong, Hang Dong District, Chiang Mai. The main focus is made on the organization management, the manufacturing, the marketing, and the financing, and 2. To understand the strategies in developing and promoting the sustainable local basketry business. The data used in this study are collected from interviews with one of the local entrepreneurs, Mr. Niwatra Warun, from March to April, 2005.

The “Baan Benja Handicraft” is the enterprise that mainly transforms handicraft products manufactured by other enterprises into their goods by ordering basketry made from bamboo tissue, and Bulrush from Chiang Rai, Nong Khai and Suratthani provinces, and also basketry from Reed, which are produced at Tambol Nong-tong. By decorating and coloring the aforementioned basketry products, the enterprise has added value to their goods, which yield up to 39 different designs of handbags. The “Baan Benja Handicraft” has hired only 10 staffs. All of them are from Tambol Nong-tong. In aspect of management, all decisions are solely made by the owner of the

enterprise. All merchandises are priced by adding 50% of the products' capital to themselves, and are sold both directly by completing customers' orders, and indirectly by selling merchandises being displayed in stores. Discount is given to customers who have placed orders costing 30,000 baht or more as a means of promoting the business. Financially, the enterprise has a mundane bookkeeping system.

According to the analyses of the enterprise's strong and weak points, business opportunities and prefixes, it is found that the enterprise's strong point is Mr. Warun himself, who is highly capable in managing the enterprise. On the other hand, the weak point is that all of the decisions are highly influenced by Mr. Warun. Since Mr. Warun's products are awarded with the OTOP's 4-star prize, more and more of Mr. Warun's products are being recognized, thus yields products' advantage. On the other hand, Mr. Warun's products also have a weak point, that is, they lack a trademark, which results in other enterprises reproducing the merchandise. The weakness in financing is having a simple bookkeeping thus unfavorable accounting.

Suggestions made to the enterprise are the enterpriser should co-operate with other enterprisers in Tambol Nong-tong in order to distribute jobs to the locals and promote sustainable development in the community. In the same time, the days used in manufacturing should be improved so that more variety of colors can be achieved. Moreover, an interesting and easy-to-remember trademark should be created and employed. Finally, there should be a better bookkeeping system so that the financial situation of the enterprise can be easily monitored and understood.