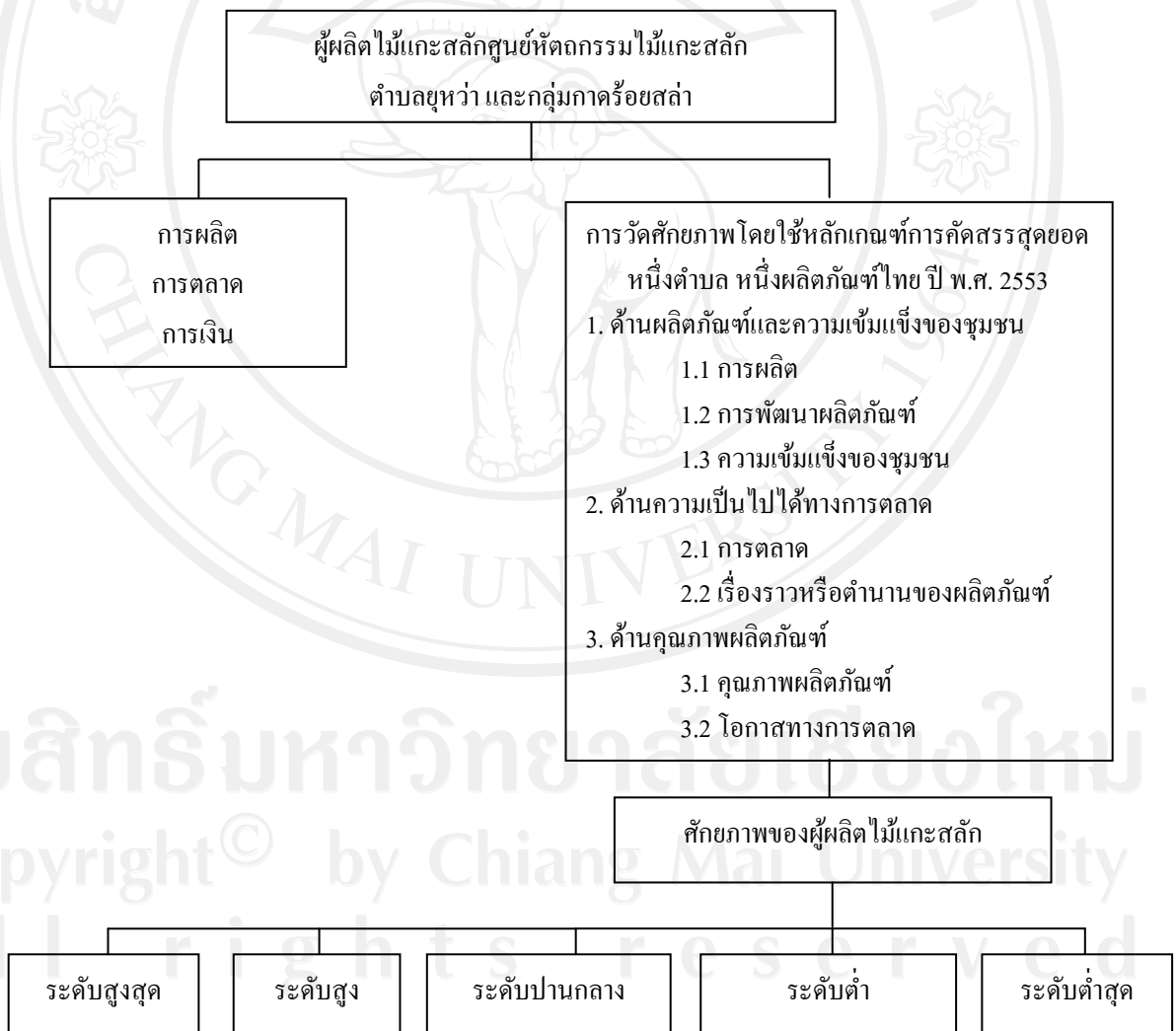


### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีศึกษา

ในการศึกษาข้อมูลโครงสร้างการผลิต การตลาด และการเงิน รวมทั้งการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตไม้แกะสลักในเขตอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาพิจารณาและใช้ในการศึกษา ดังนี้

#### 3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา



รูปที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากกรอบแนวคิดข้างต้น เป็นการศึกษาโครงสร้างการผลิต การตลาด และการเงินของ  
 2 กลุ่ม คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยู่หว่า และกลุ่มภาคร้อยส่ว  
 นอกจากนี้ยังทำการวัดศักยภาพของกลุ่มทั้งสองโดยใช้หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล  
 หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี พ.ศ. 2553 ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้านคือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ประกอบด้วยปัจจัยย่อยคือ การผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และความเข้มแข็งของชุมชน
2. ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด ประกอบด้วยปัจจัยย่อยคือ การตลาด และเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์
3. ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยปัจจัยย่อยคือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ และโอกาสทางการตลาด

### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาจากกลุ่มประชากร คือกลุ่มผู้ผลิตไม้แกะสลักในอำเภอ  
 สันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 2 กลุ่ม คือ ศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยู่หว่าซึ่งเป็น  
 วิสาหกิจชุมชน ดำเนินงานอยู่ในรูปของสหกรณ์ มีสมาชิกที่เข้าพื้นที่ของศูนย์ฯ เพื่อจำหน่ายสินค้า  
 จำนวนทั้งสิ้น 27 ราย และกลุ่มภาคร้อยส่วซึ่งดำเนินงานอยู่ในรูปของเอกชน มีสมาชิกที่เข้าพื้นที่  
 ของกลุ่มเพื่อจำหน่ายสินค้าจำนวนทั้งสิ้น 20 ราย เพื่อเปรียบเทียบถึงโครงสร้างการผลิต การตลาด  
 และการเงิน รวมถึงการวัดศักยภาพโดยใช้หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์  
 ไทย ปี พ.ศ. 2553 ของทั้งสองกลุ่มว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

### 3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

**3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลเกี่ยวกับโครงสร้างการผลิต การตลาด และ  
 การเงินของกลุ่มผู้ผลิตไม้แกะสลักในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ คือ ศูนย์หัตถกรรม  
 ไม้แกะสลักตำบลยู่หว่า และกลุ่มภาคร้อยส่ว โดยการสอบถามสมาชิกของกลุ่ม

**3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลของวิสาหกิจชุมชนระดับประเทศ ระดับ  
 ภาคเหนือ และระดับจังหวัด ได้จากกรมพัฒนาชุมชน ข้อมูลของศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบล  
 ยู่หว่า ประกอบด้วยประวัติความเป็นมา โครงสร้างการบริหารกลุ่ม ระเบียบข้อบังคับ และข้อมูล  
 รายรับ – รายจ่าย ข้อมูลของกลุ่มภาคร้อยส่ว ประกอบด้วยประวัติความเป็นมา ระเบียบข้อบังคับ  
 และโครงสร้างการบริหารกลุ่ม

### 3.4 วิธีการศึกษา และการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตไม้แกะสลักในเขตอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ มีขั้นตอนวิธีการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาโครงสร้างการผลิต การตลาด และการเงินของกลุ่มผู้ผลิตไม้แกะสลักในเขตอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาการจัดโครงสร้างการผลิต การตลาด และการเงินของกลุ่มผู้ผลิตไม้แกะสลัก 2 กลุ่ม คือ ศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยู่หว่า และกลุ่มกาตร้อยสล่า โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่ม ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้สถิติเชิงพรรณนา ดังนี้

1.1 ด้านการผลิต ศึกษาข้อมูลด้านการผลิต ได้แก่ ผลผลิตภัณฑ์ การบริหารการผลิต วัตถุประสงค์ เครื่องจักรและโรงเรือน กรรมวิธีการผลิต ปริมาณการผลิต ต้นทุนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต และการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

1.2 ด้านการตลาด ศึกษาข้อมูลด้านการตลาด ได้แก่ การบริหารการตลาดและส่วนประสมการตลาด เป็นต้น

1.3 ด้านการเงิน ศึกษาข้อมูลด้านการเงิน ได้แก่ การบริหารการเงินและการระดมทุน การจัดทำบัญชี ผลกำไรและเงินปันผล และลูกหนี้และเจ้าหนี้ เป็นต้น

2. ในการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตไม้แกะสลักนั้นจะให้สมาชิกที่เข้าพื้นที่เพื่อจำหน่ายสินค้าของแต่ละกลุ่มตอบคำถามข้อมูลทั้ง 3 ด้าน จากนั้นจะทำการให้คะแนนแต่ละด้านว่ากลุ่มได้รับคะแนนเท่าใดตามเกณฑ์การวัดศักยภาพ มีกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม 2 กลุ่มคือ ศูนย์หัตถกรรมไม้แกะสลักตำบลยู่หว่า และกลุ่มกาตร้อยสล่า จากนั้นผู้ศึกษาทำการประเมินคะแนนและวัดศักยภาพว่าแต่ละกลุ่มมีศักยภาพอยู่ในระดับใด โดยคำถามเหล่านี้จะใช้หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี พ.ศ. 2553 ทั้งหมด 3 ด้าน คะแนนเต็ม 100 คะแนน คือ

#### 1. ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน คะแนนเต็ม 30 คะแนน แบ่งเป็น

1.1 การผลิต	คะแนนเต็ม	12	คะแนน
1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์	คะแนนเต็ม	9	คะแนน
1.3 ความเข้มแข็งของชุมชน	คะแนนเต็ม	9	คะแนน

#### 2. ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด คะแนนเต็ม 25 คะแนน แบ่งเป็น

2.1 การตลาด	คะแนนเต็ม	15	คะแนน
2.2 เรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์	คะแนนเต็ม	10	คะแนน

### 3. ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ คะแนนเต็ม 45 คะแนน แบ่งเป็น

3.1 คุณภาพผลิตภัณฑ์	คะแนนเต็ม	40	คะแนน
3.2 โอกาสทางการตลาด	คะแนนเต็ม	5	คะแนน

สามารถแสดงรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนนดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 เกณฑ์การให้คะแนนซึ่งประกอบด้วย 3 ด้านหลัก (21 ตัวชี้วัด)

1. ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน			
ประเด็นหลัก	เกณฑ์วินิจฉัย	ดัชนีบ่งชี้	ระดับ คะแนน
1.1 การผลิต	1. แหล่งที่มาของวัตถุดิบ	1. ใช้วัตถุดิบภายในประเทศทั้งหมด	3
		2. ใช้วัตถุดิบภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป	2
		3. ใช้วัตถุดิบภายในประเทศน้อยกว่า ร้อยละ 80	1
	2. การขยายปัจจัยการผลิต	1. มีการขยายปัจจัยการผลิตมากกว่า ร้อยละ 30 ขึ้นไป	3
		2. การขยายปัจจัยการผลิต น้อยกว่า ร้อยละ 30	2
		3. ไม่มีการขยายการผลิต	1
	3. การรักษาสິงแวดล้อมในกระบวนการผลิต	1. การผลิตไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	3
		2. การผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่มีการดำเนินการแก้ไข	2
		3. ไม่มีการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	1

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ประเด็นหลัก	เกณฑ์วินิจฉัย	ดัชนีบ่งชี้	ระดับคะแนน
	4. ศักยภาพการผลิตจำนวนมากเพื่อจำหน่าย	1. สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณมากและคุณภาพคงเดิม 2. สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณมากและคุณภาพใกล้เคียงของเดิม 3. ไม่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพคงเดิม	3  2  1
1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์	1. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา	1. พัฒนาตามแนวคิดของกลุ่มและตามความต้องการของลูกค้า 2. พัฒนาจากแนวคิดของกลุ่ม 3. พัฒนาจากผู้ผลิตอื่นเล็กน้อย	3  2  1
	2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์	1. มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ 2. มีการพัฒนาแต่ไม่สม่ำเสมอ 3. เป็นแบบดั้งเดิม ไม่มีการพัฒนา	3  2  1

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ประเด็นหลัก	เกณฑ์วินิจฉัย	ดัชนีบ่งชี้	ระดับคะแนน
	3. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์	1. มีบรรจุภัณฑ์ที่ปกป้องเอกลักษณ์ต่อผลิตภัณฑ์และตามมาตรฐานสากลเชิงการค้า	3
		2. มีบรรจุภัณฑ์เช่น กล่อง การบรรจุ สามารถรักษาคุณภาพได้ระยะหนึ่ง แต่ไม่มีรายละเอียดที่ต้องระบุ มาตรฐานบนบรรจุภัณฑ์	2
		3. ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือมีบรรจุภัณฑ์ เบื้องต้น เช่น กระดาษ ถุง/ขวด บรรจุแบบธรรมดา	1
1.3 ความเข้มแข็งของชุมชน	1. ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม	1. 5 ปีขึ้นไป 2. 3 - 5 ปี 3. น้อยกว่า 3 ปี	3 2 1
	2. การมีส่วนร่วมกับชุมชนในประเด็นต่อไปนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>● ปัจจัยการผลิต (แรงงาน/ทุน) ส่วนหนึ่งมาจากชุมชน</li> <li>● มีการจัดสรรผลกำไรบางส่วนให้เป็นประโยชน์แก่ชุมชน</li> <li>● ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการประกอบกิจการ</li> </ul>	1. มีส่วนร่วม 3 ประเด็น 2. มีส่วนร่วม 2 ประเด็น 3. มีส่วนร่วม 1 ประเด็น	3 2 1

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ประเด็นหลัก	เกณฑ์วินิจฉัย	ดัชนีบ่งชี้	ระดับ คะแนน
	3. การจัดทำบัญชี	1. มีการจัดทำบัญชีตามระบบบัญชี 2. มีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ไม่ เป็นระบบ 3. ไม่มีการจัดทำบัญชี หรือจัดทำ เมื่อนึกได้	3 2 1
<b>2. ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด</b>			
ประเด็นหลัก	เกณฑ์วินิจฉัย	ดัชนีบ่งชี้	ระดับ คะแนน
2.1 การตลาด	1. แหล่งจำหน่ายหลักของสินค้า	1. ตลาดต่างประเทศ 2. ตลาดระหว่างจังหวัด 3. ตลาดภายในจังหวัด	5 3 1
	2. รายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบ กับปีที่ผ่านมา	1. เพิ่มขึ้นร้อยละ 51 ขึ้นไป 2. เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 - 50 3. เพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 25	5 3 1
	3. ความต่อเนื่องของตลาด	1. มีลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ และมีการ สั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ 2. มีลูกค้าเก่าแต่ไม่มีการสั่งซื้อ อย่างสม่ำเสมอ 3. มีเฉพาะลูกค้าใหม่	5 3 1
2.2 เรื่องราว หรือตำนาน ของ ผลิตภัณฑ์	1. เรื่องราวของผลิตภัณฑ์	1. มีเรื่องราว มีการบันทึก และมีการ นำเสนอ (มีเอกสารหรือ คำอธิบายประกอบตัวผลิตภัณฑ์) 2. มีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ และมีการบันทึก 3. มีเรื่องราวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แต่ ไม่มีการบันทึก	5 3 1



ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ประเด็นหลัก	เกณฑ์วินิจฉัย	ดัชนีบ่งชี้	ระดับคะแนน
	2. ภูมิปัญญาท้องถิ่น / เอกลักษณ์ของท้องถิ่น	1. เป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิม มีการพัฒนาสร้างสรรค์	5
		2. นำมาจากที่อื่น มีการพัฒนาเพิ่มเติม	3
		3. นำมาจากที่อื่น ไม่ได้พัฒนาเพิ่มเติม	1
<b>3. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์</b>			
ประเด็นหลัก	เกณฑ์วินิจฉัย	ดัชนีบ่งชี้	ระดับคะแนน
3.1 คุณภาพผลิตภัณฑ์	1. ความประณีต เรียบร้อยในการผลิต	1. สินค้ามีความประณีต เรียบร้อย จนสามารถขายในห้างใหญ่ในประเทศหรือส่งออกได้	10
		2. สินค้ามีความประณีต เรียบร้อย ปานกลางและสามารถขายในเชิงธุรกิจได้	5
		3. สินค้าผลิตไม่ประณีต ไม่เรียบร้อย ไม่สามารถขายในเชิงธุรกิจได้	0



ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ประเด็นหลัก	เกณฑ์วินิจฉัย	ดัชนีบ่งชี้	ระดับคะแนน
	<p>2. รูปลักษณ์โดยรวม / การออกแบบ / ความเข้ากันได้ขององค์ประกอบต่าง ๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• กรณีใช้ภูมิปัญญาเดิม : ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและคุณลักษณะที่สะท้อนความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทย มีรูปแบบ สีสัน ลวดลายสวยงาม มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมสะดวกต่อการใช้งาน ความเข้ากันได้ขององค์ประกอบ</li> <li>• กรณีแนวคิดสร้างสรรค์ : ผลิตภัณฑ์มีความคิดสร้างสรรค์ มีรูปแบบ สีสัน ลวดลาย สวยงาม ทันสมัยตรงกับความ นิยมของ ตลาด มีขนาดสัดส่วน เหมาะสมสะดวกต่อการใช้งาน ความเข้ากันได้ขององค์ประกอบ</li> </ul>	<p>1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและคุณลักษณะถูกต้องครบถ้วน สมบูรณ์ มีความเข้ากันได้ดี ขององค์ประกอบโดยรวม</p>	10
		<p>2. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและคุณลักษณะและองค์ประกอบค่อนข้างดี และต้องปรับปรุงบางจุด</p> <p>3. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและคุณลักษณะและองค์ประกอบปานกลาง และต้องปรับปรุงในภาพรวม</p> <p>4. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและคุณลักษณะและองค์ประกอบดูไม่เข้ากัน</p>	7 3 0
	3. มีคุณสมบัติที่ผลิตภัณฑ์นั้นพึงมี	<p>1. มีคุณสมบัติพื้นฐานสูงและครบถ้วน สามารถส่งออกได้</p> <p>2. มีคุณสมบัติพื้นฐานพอที่จะขายได้สำหรับตลาดในต่างประเทศ</p> <p>3. มีคุณสมบัติพื้นฐานพอที่จะขายได้สำหรับตลาดในท้องถิ่น</p> <p>4. ไม่มีคุณสมบัติพื้นฐานที่ประเภหสินค้านั้นพึงมี</p>	10 5 3 0

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ประเด็นหลัก	เกณฑ์วินิจฉัย	ดัชนีบ่งชี้	ระดับคะแนน
	4. คุณภาพของวัตถุ / วัตถุดิบที่ใช้	1. วัสดุ / วัตถุดิบมีคุณภาพที่ใช้ดีมาก ทำให้สินค้ามีราคาสามารถขาย ในท้องตลาด ทั่วประเทศ และสามารถ ส่งออกได้	5
		2. วัสดุ / วัตถุดิบที่ใช้มีคุณภาพปานกลาง สามารถขายในท้องตลาดได้	3
		3. วัสดุ / วัตถุดิบมีคุณภาพไม่ดี เป็นพิษ หรือทำลายทรัพยากรที่มีจำกัด หรือทำให้สินค้าไม่สามารถ ขายในตลาดได้	0
	5. ความมีเอกลักษณ์ในการออกแบบ	1. รูปแบบมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง และสื่อถึงภูมิปัญญาไทย	5
		2. รูปแบบมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง แต่รูปแบบดูเป็นสากล ทั่วไป	3
		3. รูปแบบพบเห็นโดยทั่วไป	1
3.2 โอกาสทางการตลาด	1. โอกาสทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่สากล	1. ผลิตภัณฑ์มีโอกาสด้านการตลาด สำหรับตลาดส่งออก	5
		2. ผลิตภัณฑ์มีโอกาสด้านการตลาด สำหรับตลาดในประเทศ	3
		3. ผลิตภัณฑ์มีโอกาสด้านการตลาด สำหรับตลาดในท้องถิ่น	1

ที่มา : กรมพัฒนาชุมชน, 2553

คะแนนที่ได้จากดัชนีชี้วัดทั้ง 3 ด้าน จะนำมารวมคะแนนตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอด  
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2553 แล้วประเมินศักยภาพออกมาได้ดังนี้

คะแนน	ระดับศักยภาพ
ต่ำกว่า 50 คะแนน	ระดับต่ำมาก
50 – 69 คะแนน	ระดับต่ำ
70 – 79 คะแนน	ระดับปานกลาง
80 – 89 คะแนน	ระดับสูง
90 คะแนนขึ้นไป	ระดับสูงมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved