

บทที่ 4

รายงานผลการศึกษา

การศึกษากระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ มีรายงานผลการศึกษารูปเป็น 4 ตอน คือ

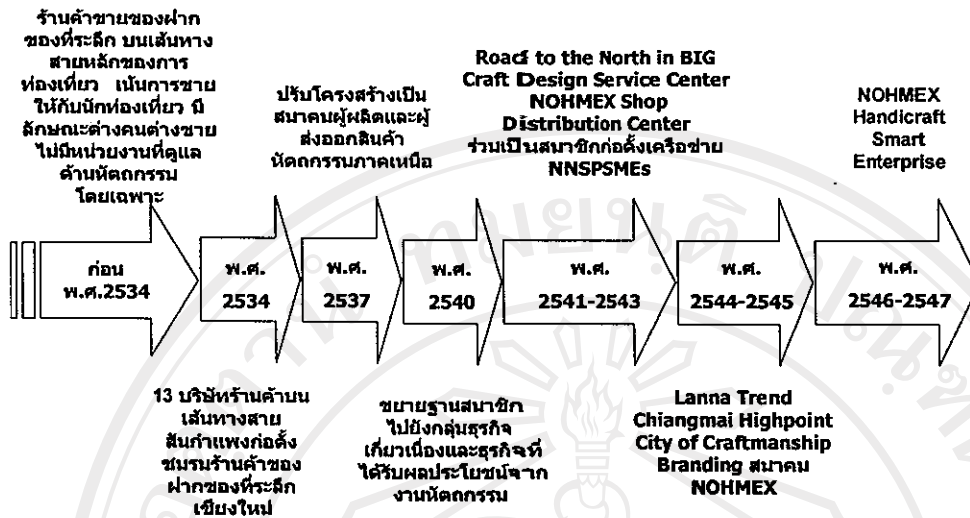
- 1) กระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ
- 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ
- 3) ความคิดเห็นของสมาชิกปัจจุบันของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ
- 4) ทิศทางการพัฒนาคลัสเตอร์ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

4.1 กระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก นายกสมาคม อดีตนายกสมาคม ตลอดจนคณะกรรมการบริหาร สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ เกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ รวมทั้งหมด 9 ท่าน ดังนี้

1. คุณถวิล บัวจีน
2. คุณณพงษ์ สงวนนภาพร
3. คุณไพรัช โตวิวัฒน์
4. คุณสุกินท์ วงษ์ศา
5. คุณประพันธ์ นุรณุปกรณ์
6. คุณสุนทร วาณิชย์มงคล
7. คุณวิคตอเรีย นิมมานเหมินทร์
8. คุณณรงค์ศักดิ์ ฟ้าเจริญ
9. คุณไพฑูรย์ จันทะเกาศลย์

สามารถสรุปพัฒนาการของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ในรูปลำดับเวลาตั้งแต่ช่วงก่อนปี พ.ศ. 2534 จนถึงปัจจุบัน พ.ศ. 2547 ได้ดังแสดงในรูป 4-1



รูป 4-1 แสดง ช่วงเวลาและพัฒนาการของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

ช่วงเวลาก่อนปี พ.ศ. 2534 กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าของฝากของที่ระลึก บนเส้นทางสายหลักของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เริ่มพูดคุยเพื่อพยายามแก้ปัญหาร่วมกัน และได้มีการรวมตัวกันก่อตั้งเป็นชมรมร้านค้าของฝากของที่ระลึกเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2534 โดยมีสมาชิกรวม 13 บริษัท ได้แก่ ศูนย์อุตสาหกรรมท่าแร่ บริษัทเชียงใหม่สุกัลลักษณ์ จำกัด ห้างหุ้นส่วนเชียงใหม่หลายทอง จำกัด บริษัทยูไนเต็คอาร์ต จำกัด ห้างหุ้นส่วนแม่แรมออร์คิด จำกัด บริษัทสยามศิลาคลพอดเทอร์ จำกัด บริษัทชินวัตรโฮมสโตร์ จำกัด บริษัทสยามรอยัลออร์คิด จำกัด บริษัทพัฒนาอนันต์วงศ์จำกัด(เชียงใหม่ซิลเวอร์แวร์) ห้างหุ้นส่วนเพียรกุล จำกัด บริษัทเอ็กซ์พอร์ต เซอร์วิสเซนต์คอนซัลแทนท์ จำกัด บริษัทพีดีดี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และ บริษัท พี คอลเลกชั่น จำกัด

ในระยะต่อมา รูปแบบการทำธุรกิจ การค้าขายสินค้าหัตถกรรม เริ่มเปลี่ยนแปลงจากการขายให้กับนักท่องเที่ยว ในประเทศ มามุ่งเน้นรูปแบบการส่งออกมากขึ้น ได้มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเป็นสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ในปี พ.ศ. 2537

จากนั้น สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ได้มีการริเริ่มจัดทำกิจกรรมโครงการ เพื่อตอบสนองความต้องการสมาชิก อย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยความเข้าใจ ความร่วมมือร่วมใจกันในกลุ่มสมาชิก ทั้งสมาชิกประเภทสามัญ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรม และสมาชิกประเภทวิสามัญ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และได้รับผลประโยชน์จากงานหัตถกรรม เช่น ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจชิปปิ้งและเทรดดิ้ง เป็นต้น

นอกจากนั้น ยังมีการขยายความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในพื้นที่ เพื่อช่วยทำให้การดำเนินงานในกิจกรรม โครงการ ให้เกิดผลประโยชน์โดยรวมให้กับอุตสาหกรรมหัตถกรรมโดยรวม เช่น ความร่วมมือกับศูนย์ส่งเสริมการส่งออกภาคเหนือ ในการส่งเสริมด้านการตลาด การออกงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ ความร่วมมือกับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 ในการจัดกิจกรรมเพื่อเพิ่มทักษะด้านการผลิต ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นต้น

พัฒนาการของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้น โดยธรรมชาติ เพื่อสนองตอบความต้องการของสมาชิก โดยอาศัยความร่วมมือจากกลุ่มสมาชิกและกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ในการริเริ่ม จัดทำกิจกรรม โครงการ เพื่อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมหัตถกรรมโดยรวม ซึ่งพัฒนาการดังกล่าว มีลักษณะใกล้เคียงกับกระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์

พัฒนาการของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ สามารถจำแนก ระยะของการพัฒนา ได้เป็น 4 ระยะ ดังนี้

1. ระยะเริ่มต้น
2. ระยะบ่มเพาะ
3. ระยะสร้างคลัสเตอร์
4. ระยะพัฒนาปรับปรุงคลัสเตอร์

โดยมีรายละเอียดของกระบวนการในแต่ละระยะ สรุปเป็นแผนภาพ ได้ ดังรูป 4-2

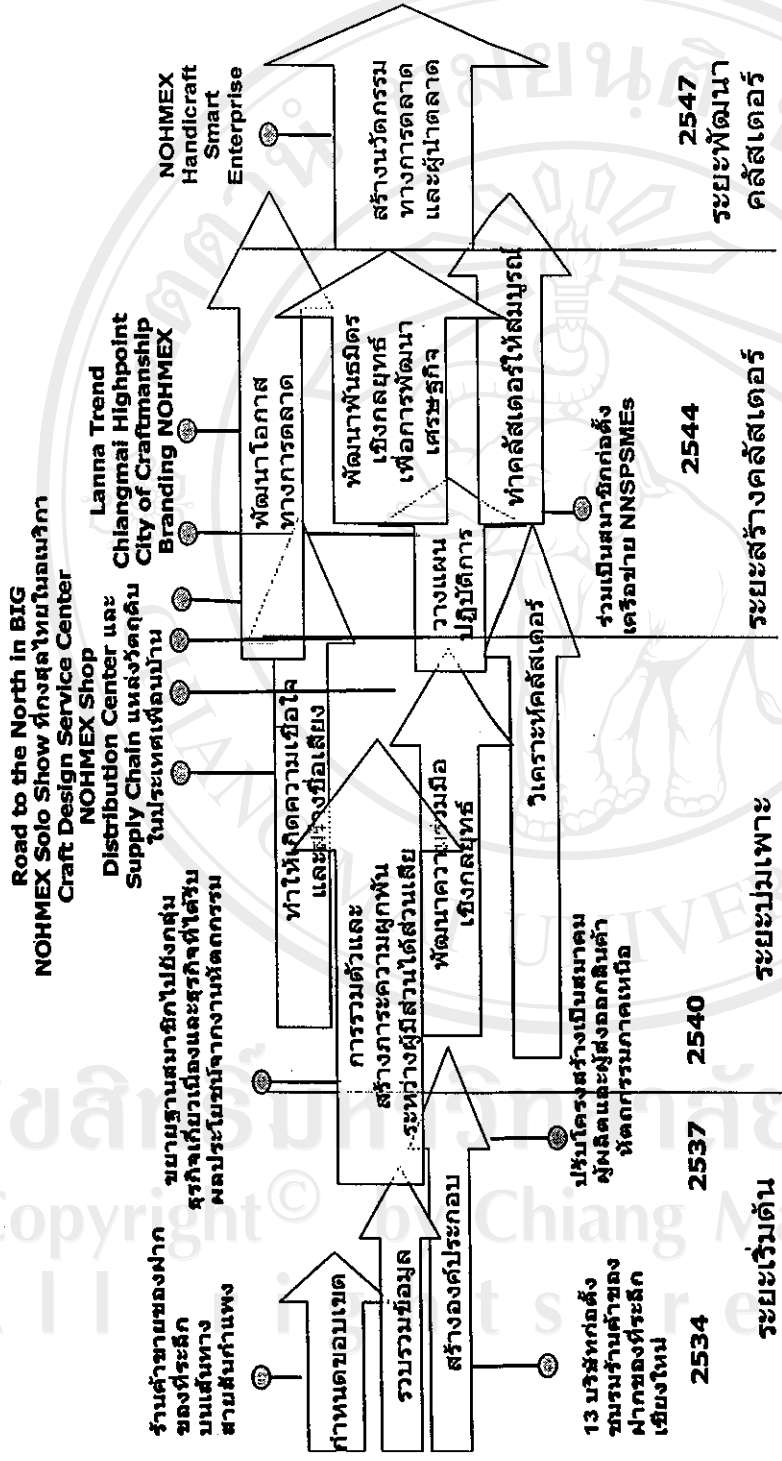
ระยะเริ่มต้น เริ่มจากการกำหนดขอบเขต ระบุส่วนของอุตสาหกรรม หัตถกรรม และมุ่งเน้นในส่วนของบริษัท ร้านค้า ที่ขายสินค้าหัตถกรรมเป็นของฝากของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะ มีการรวบรวมข้อมูลปัญหาและอุปสรรคที่กำลังเผชิญร่วมกัน เริ่มวาระการรวมตัวและเริ่มสร้างภาระผูกพันระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการหลักในอุตสาหกรรมหัตถกรรม สร้างองค์ประกอบระหว่างบริษัทในกลุ่มที่มีศักยภาพ ก่อตั้งเป็น ชมรมร้านค้าของฝากของที่ระลึกเชียงใหม่ และพัฒนารูปแบบ ปรับโครงสร้างเป็น สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ เริ่มเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ ระยะบ่มเพาะ ด้วยการวิเคราะห์ ความสมบูรณ์ของสมาคม พบว่าสมาชิกของสมาคม เป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การขาย และการส่งออกสินค้าหัตถกรรม เท่านั้น ทำให้มีการขยายวง โดยการรวมตัวและสร้างภาระผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ที่อยู่ในธุรกิจเกี่ยวเนื่อง และธุรกิจสนับสนุน เข้ามาร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมเพิ่มขึ้น ในระยะนี้มีการเริ่มวาระความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ระหว่าง

สมาชิก ริเริ่มกิจกรรม โครงการ เพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิก ทำให้สมาชิกไว้วางใจ และเต็มใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในสมาคม

นอกจากนั้นสมาคมยังประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อช่วยในการผลักดันกิจกรรมโครงการต่างๆ ที่ส่งผลในการขยายโอกาสทางการตลาด การเพิ่มทักษะฝีมือแรงงานต่างๆ ให้เกิดผลสำเร็จ ทำให้สมาคมมีชื่อเสียงและ ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง

ระยะสร้างคลัสเตอร์ ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ เป็นผลของความต่อเนื่องในการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ภายนอกสมาคม ขยายวงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ครอบคลุมทั้งหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา ชมรม สมาคมต่างๆ ในพื้นที่ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมหัตถกรรม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สร้างความสัมพันธ์ในลักษณะของพันธมิตร เพื่อเติมเต็มองค์ประกอบของ คลัสเตอร์หัตถกรรม ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น ร่วมมือกันวางแผนปฏิบัติการและผลักดันกิจกรรม โครงการต่างๆ ที่มีส่วนในการพัฒนาโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมหัตถกรรม และผลลัพธ์ของกระบวนการต่างๆที่เกิดขึ้นในระยะสร้างคลัสเตอร์นี้ มีส่วนอย่างมากในการเชื่อมต่อ กระบวนการสร้างนวัตกรรมทางการตลาดและผู้นำตลาด ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในระยะการพัฒนาปรับปรุงคลัสเตอร์ นั่นเอง



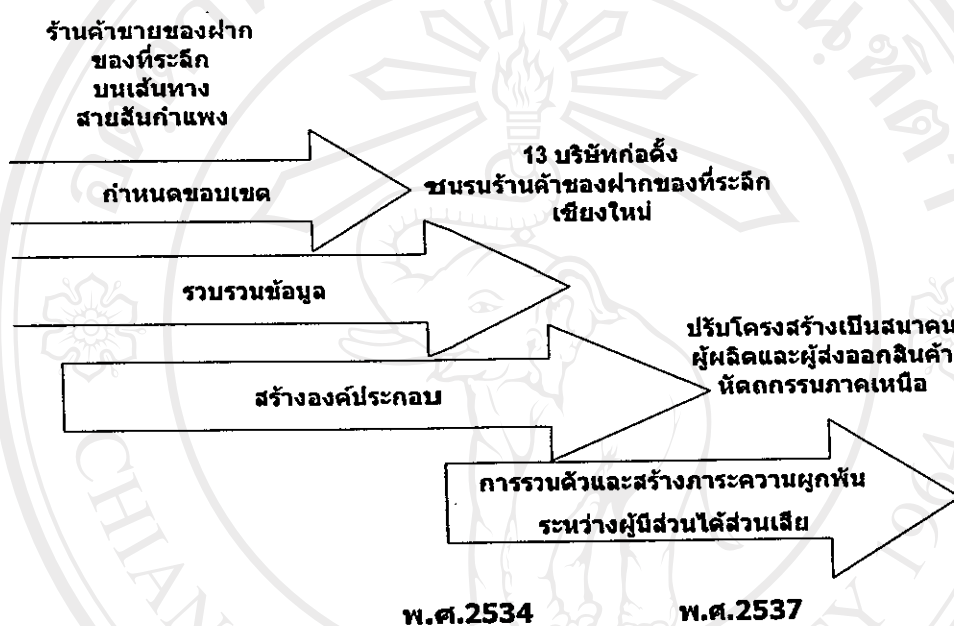
รูป 4-2 แสดงกระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

ลิขสิทธิ์ © Chiang Mai University 1964
 All rights reserved

กระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ในแต่ละระยะ มีรายละเอียด ดังนี้

ระยะเริ่มต้น

กระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์ ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือใน ระยะเริ่มต้น มีกระบวนการและเหตุการณ์สำคัญ ดังแสดงในรูป 4-3



รูป 4-3 แสดง กระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์ ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ในระยะเริ่มต้น (Initiation)

การกำหนดขอบเขต

การรวมตัวกันของกลุ่มธุรกิจหัตถกรรมภาคเหนือ เริ่มจากการกำหนดขอบเขต ตามรูปแบบการดำเนินธุรกิจ เฉพาะกลุ่มบริษัท ร้านค้า ที่ทำการค้าขายสินค้าหัตถกรรมให้กับลูกค้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านค้าจำหน่ายของฝากของที่ระลึกบนเส้นทางสาย เชียงใหม่-สันกำแพง

โดยที่ กลุ่มบริษัท ร้านค้าของฝากของที่ระลึก มีปัญหาเฉพาะกลุ่มร่วมกัน ได้แก่ สถานะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง สถานการณ์การท่องเที่ยวลดลง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป และปัญหาเรื่องค่าคอมมิชชั่นที่แต่ละบริษัทร้านค้าให้กับบริษัทนำเที่ยวที่แต่ละร้านค้าแข่งขันกันรุนแรง

ปัญหาดังกล่าว เป็นปัญหาเฉพาะ ที่กลุ่มธุรกิจ สมาคม ชมรม เช่น หอการค้าจังหวัด เชียงใหม่ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่สามารถช่วยแก้ปัญหาเฉพาะได้

ผลที่ได้จากกระบวนการกำหนดขอบเขตกลุ่มบริษัทร้านค้าของฝากของที่ระลึกในเชียงใหม่ ที่ทำการค้าขายสินค้าหัตถกรรมให้กับลูกค้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

การรวบรวมข้อมูล

กลุ่มผู้ประกอบการที่ทำการค้าขายสินค้าหัตถกรรมให้กับนักท่องเที่ยวเริ่มรวบรวมข้อมูล ภาวะปัญหาที่กำลังเผชิญร่วมกัน เริ่มมีการประชุมอย่างไม่เป็นทางการ เพื่อหาวิธีแก้ปัญหาาร่วมกัน รวมทั้งการรวบรวมข้อมูลเพื่อเสนอให้ภาครัฐบาลรับทราบปัญหาของกลุ่มธุรกิจหัตถกรรมและให้การช่วยเหลือ

การสร้างองค์ประกอบ และการรวมตัวและสร้างภาวะผูกพันผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บริษัทแกนนำในภาคธุรกิจหัตถกรรม 13 บริษัท ร่วมกันจัดตั้ง ชมรมร้านค้าของฝากของที่ระลึกเชียงใหม่ ในปี พ.ศ.2534 มีโครงสร้างองค์กรอย่างง่าย แบ่งหน้าที่การทำงานกันภายใน 13 บริษัทก่อตั้ง มีการกำหนดกฎ ระเบียบ และรับสมัคร สมาชิกใหม่ เข้ามาร่วมในชมรมมากขึ้น

จัดทำข้อตกลงร่วมกันเพื่อลดอุปสรรคและเริ่มวาระความร่วมมือกันในกลุ่ม เช่น การกำหนดอัตราค่าคอมมิชชั่นที่ให้กับบริษัทนำเที่ยวในอัตราเดียวกัน

ต่อมาในปี พ.ศ.2537 ด้วยการสนับสนุนจาก ศูนย์ส่งเสริมพาณิชย์กรรม จังหวัดเชียงใหม่ ให้ชมรมร้านค้าของฝากของที่ระลึกเชียงใหม่ ขยายวงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้กว้างขึ้นครอบคลุม ธุรกิจหัตถกรรมทั้งภาคเหนือและมุ่งเน้นรูปแบบการส่งออก มากกว่าการขายให้กับนักท่องเที่ยวในประเทศ โดยจดทะเบียนเป็นสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ (Northern Handicraft Manufacturer and Exporter ; NOHMEX)

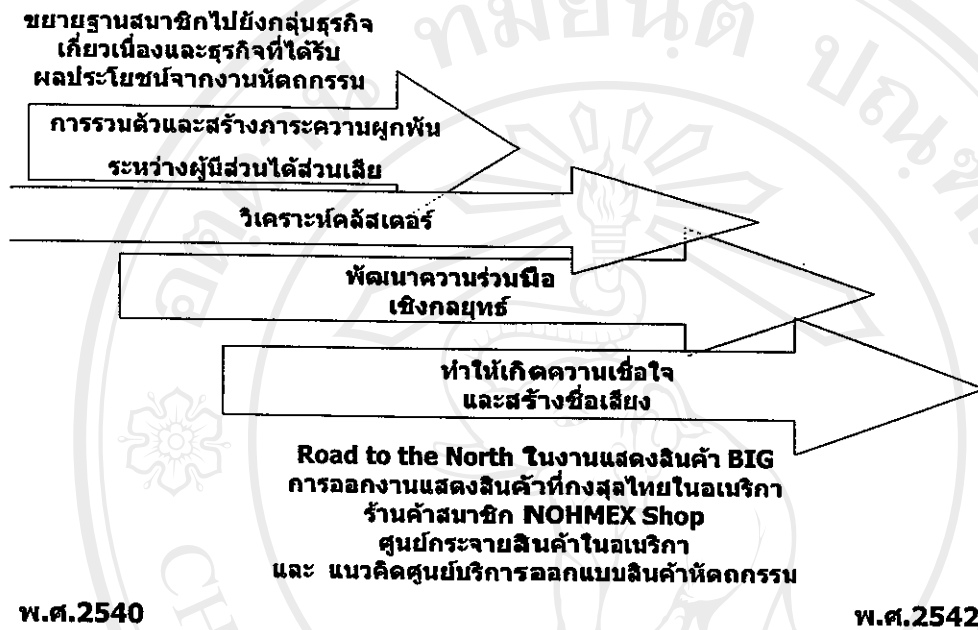
กระบวนการต่างๆที่เกิดขึ้นในระยะเริ่มต้น มีการพัฒนาอย่างเป็นพลวัตรและปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง

ผลของการกำหนดขอบเขต เป็นการระบุส่วนของอุตสาหกรรมหัตถกรรม เฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายสินค้าของฝาก ของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และเมื่อผ่านกระบวนการรวบรวมข้อมูล การสร้างองค์ประกอบ และการรวมตัวและสร้างภาวะผูกพันผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในช่วงแรก ส่งผลให้ขอบเขตเฉพาะเจาะจง เป็นกลุ่มบริษัท ร้านค้า ที่เข้าร่วมเป็นสมาชิก ชมรมร้านค้าของฝากของที่ระลึกเชียงใหม่

เมื่อสถานการณ์เปลี่ยน องค์ประกอบของการรวมตัวและขอบเขตก็ปรับเปลี่ยนตามครอบคลุม กลุ่มสมาชิก ที่เป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออก สินค้าหัตถกรรมทั่วภาคเหนือ

ระยะบ่มเพาะ

ระยะบ่มเพาะคลัสเตอร์ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือมี กระบวนการและเหตุการณ์สำคัญ ดังแสดงในรูป 4-4



รูป 4-4 แสดง กระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์ ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ในระยะบ่มเพาะ (Incubation)

การวิเคราะห์คลัสเตอร์

จากการวิเคราะห์ความสมบูรณ์ ในรูปแบบของคลัสเตอร์ พบว่าสมาชิกของสมาคม เป็นผู้ประกอบการในวิสาหกิจหลักของสินค้าหัตถกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การขาย และการส่งออกสินค้าหัตถกรรม เท่านั้น ทำให้มีการขยายวงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพิ่มจากกลุ่มธุรกิจหลักของหัตถกรรม เป็นกลุ่มธุรกิจเกี่ยวเนื่องและธุรกิจที่ได้รับผลประโยชน์จากงานหัตถกรรม เช่น ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจชิปปิ้งและเทรคคิง ให้เข้ามารวมตัวและสร้างภาวะผูกพันในรูปแบบของสมาชิกสมาคมประเภทวิสาหกิจรายปี โดยมีสิทธิและผลประโยชน์จากการเป็นสมาชิก เหมือนสมาชิกประเภทสามัญตลอดชีพ และสามัญรายปี ทุกประการ ยกเว้น สิทธิในการออกเสียงลงคะแนนในที่ประชุมใหญ่ และการได้รับเลือกตั้งเป็นกรรมการบริหารสมาคม

การพัฒนาความร่วมมือเชิงกลยุทธ์

พัฒนาความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ของสมาชิกของสมาคม เริ่มมาจากการสร้างองค์ประกอบที่นำไปสู่การกำหนดคณะทำงาน สร้างบรรยากาศแห่งการประสานงาน การทำงานร่วมกัน และมีกลไกการสื่อสารให้สมาชิกได้รับทราบ กำหนดแนวคิด และวิสัยทัศน์ในการร่วมมือกัน รวมทั้งภาพความสำเร็จที่ต้องการร่วมกัน เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในทิศทางการทำงานร่วมกัน รวมทั้งการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลระหว่างกลุ่มสมาชิก เพื่อให้เกิดความไว้วางใจกันฉันท์เพื่อน

นอกจากนี้ มีการพัฒนาความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับหน่วยงานภาครัฐ มีการปรับบทบาทการทำงานร่วมกัน การประสานความร่วมมือ ระหว่าง สมาคม กับ หน่วยงานภาครัฐ เช่น การเจรจาต่อรองกับกรมส่งเสริมการส่งออก เพื่อขอลดราคาค่าดูหาแสดงสินค้าในงานแสดงสินค้าของขวัญและของใช้ในบ้าน (Bangkok International Gift & Houseware ; BIG) เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ผู้ประกอบการในภาคเหนือ ซึ่งต้องรับภาระต้นทุนค่าขนส่งสินค้า จึงควรได้รับการลดราคาค่าดูหาแสดงสินค้า โดยเสนอข้อแลกเปลี่ยน ในการรวบรวม และจัดการรับสมัครผู้ประกอบการที่ต้องการไปร่วมออกงานแสดงสินค้า ให้กับกรมส่งเสริมการส่งออก ซึ่งมีส่วนช่วยเพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าให้มากขึ้น

นอกจากนั้น สมาคมยังจัดพื้นที่ส่วนกลาง (Common Area) เพื่อนำสินค้าที่โดดเด่นของแต่ละสมาชิกสมาคม ไปจัดแสดง ภายใต้บรรยากาศ เส้นทางสู่หัตถกรรมภาคเหนือ (Road to the North) สามารถดึงดูดความสนใจของ ผู้มาร่วมงานแสดงสินค้า ผู้ซื้อ และ ผู้นำเข้า ที่เข้ามาเยี่ยมชมงาน ได้อย่างมาก เป็นการสร้างจุดที่น่าสนใจของตัวแทนผู้ซื้อ ผู้นำเข้าชาวต่างชาติและยกระดับงานแสดงสินค้าภายในประเทศได้เป็นอย่างดี

การสร้างให้เกิดความเชื่อใจและสร้างชื่อเสียง

ความสามารถในการเจรจาต่อรองราคาค่าดูหาแสดงสินค้า ความสำเร็จจากการร่วมกันจัดแสดงสินค้าหัตถกรรมร่วมกัน แล้วได้รับความสนใจจากผู้ชมงานแสดงสินค้ามากขึ้น ทำให้สมาชิกไว้วางใจ เชื่อใจ สร้างชื่อเสียงให้กับสมาคมและได้รับการยอมรับจากทั้งสมาชิก และผู้ประกอบการที่ไม่ได้เป็นสมาชิกมาก ส่งผลให้กิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นในระยะต่อมา นำไปสู่การพัฒนาพันธมิตรในเชิงกลยุทธ์ มีผู้เข้าร่วมมือร่วมใจทำงานเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันมากขึ้น ฐานสมาชิกขยายตัวมากขึ้น การริเริ่มโครงการ กิจกรรม ต่างๆที่สมาคมริเริ่ม ได้รับความสนใจและอำนวยความสะดวกจากหน่วยงานต่างๆ มากขึ้น

สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ยังริเริ่มกิจกรรม โครงการเพื่อสนองตอบความต้องการของสมาชิก อื่นๆ อีกมากมาย เช่น กิจกรรมพาสมาชิกสมาคมไปออกงานแสดง

สินค้าร่วมกัน ที่กรุงสูลไทยใน นครลอสแอนเจลิส สหรัฐอเมริกา โครงการนี้ได้รับความร่วมมือจาก สถานทูตไทย นครลอสแอนเจลิส การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกรมส่งเสริมการส่งออก ในการติดต่อ และเชิญผู้จัดซื้อและผู้นำเข้าในประเทศอเมริกา เข้ามาชมงานแสดงสินค้าหัตถกรรมของสมาคมโดยเฉพาะ (NOHMEX Solo Show)

นอกจากนั้น ยังทำการจัดตั้งร้านค้าปลีกสินค้าหัตถกรรมของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ หรือ “NOHMEX SHOP” ที่ศูนย์การค้าเชียงใหม่พลาซ่า ถนนช้างคลาน จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกที่ไม่มีหน้าร้านแสดงสินค้าในเชียงใหม่ มีร้านสำหรับแสดงสินค้าได้ตลอดทั้งปี และเป็นต้นแบบร้านค้าปลีกที่เกิดจากการร่วมลงทุนด้วยกันระหว่างสมาชิกของสมาคม

การริเริ่มกิจกรรมการศึกษาจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center ; DC) ในอเมริกา เพื่อศึกษากระบวนการจัดส่งสินค้าจากแหล่งผลิตในเชียงใหม่ ทั้งด้วยระบบการค้าปลีกและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไปยังศูนย์กระจายสินค้า ก่อนที่จะถึงลูกค้า จัดตั้งบริษัทกระจายสินค้า A.I. Design USA, Inc. ที่เมือง Chalotte มลรัฐ North Carolina ประเทศสหรัฐอเมริกา

จัดกิจกรรม การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อยกระดับความสามารถในการออกแบบสินค้าหัตถกรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาคน (Peopleware) และอุปกรณ์ (Software) อาศัยสิ่งอำนวยความสะดวก ในด้านสถานที่ และเครื่องมืออุปกรณ์ของหน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการศึกษาที่มีอยู่ ให้เป็นประโยชน์ เช่น อาศัย อาคารฝึกงาน (Workshop) ของ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่1 หรือสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ เป็นต้น

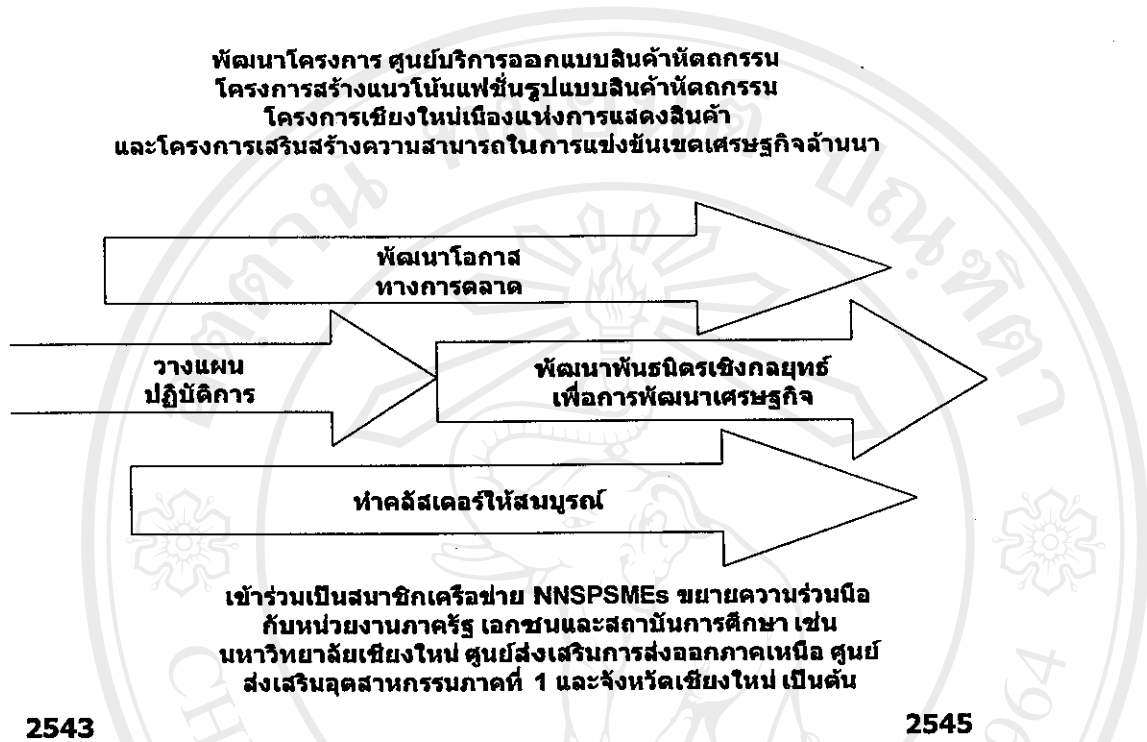
โครงการต่างๆ ที่สมาคม ริเริ่มในขณะนี้ บางโครงการได้ยุติไปเพื่อความเหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น ร้านค้าปลีก “NOHMEX SHOP” ที่ทางสมาคม ได้ตัดสินใจ ยุติการดำเนินการเพื่อไม่ให้มีความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ ระหว่างร้านค้าของสมาคม กับร้านค้าของสมาชิกที่มีหน้าร้านเป็นของตนเอง

ในขณะที่บางโครงการมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและบางโครงการที่ทางสมาคมไม่สามารถผลักดันให้สำเร็จได้เอง จะอาศัยความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ซึ่งเป็นการร่วมมือ ร่วมใจในรูปแบบพันธมิตร

ผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการต่างๆ ที่เกิดขึ้นในระยะบ่มเพาะนี้ ทำให้ สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกภาคเหนือ ได้รับความสนใจ จากภายในคือกลุ่มสมาชิก ภายนอก คือ กลุ่มผู้ประกอบการด้านหัตถกรรม ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกและ หน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น

ระยะสร้างคลัสเตอร์

ระยะสร้างคลัสเตอร์ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ มีกระบวนการและเหตุการณ์สำคัญ ดังแสดงในรูป 4-5



รูป 4-5 แสดง กระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์ ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ในระยะการสร้างคลัสเตอร์ (Implementation)

การวางแผนปฏิบัติการและพัฒนาโอกาสทางการตลาด

สมาคมมีชื่อเสียง และได้รับการยอมรับ ไว้วางใจจากสมาชิก ทำให้มีการวางแผนปฏิบัติการเพื่อสานต่อกิจกรรม โครงการต่างๆ ที่ต้องการเห็นผลในทางปฏิบัติ มีการต่อยอดกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะด้านการตลาด การออกงานแสดงสินค้าในประเทศ ริเริ่มแนวคิดการปรับเปลี่ยนจากการนำสินค้าหัตถกรรมไปขายในแหล่งอื่น เป็นการวางตำแหน่งเมืองเชียงใหม่ในตลาดโลก ให้รับรู้ว่าเป็นเมืองแสดงสินค้าด้านหัตถกรรมที่มีชื่อเสียง เป็นที่นิยมของผู้นำเข้าสินค้าหัตถกรรมจากทั่วโลก มีกิจกรรมการจัดงานแสดงสินค้าของขวัญของตกแต่งบ้านเชียงใหม่ “Chiangmai International Gift & Houseware ” (CIGI) ที่โรงแรมโลดัส ปางสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ และ โครงการจัดงานเทศกาลหัตถกรรม” Northern Craft Design Festival “ เป็นต้น

การพัฒนาพันธมิตรเชิงกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ

เพื่อผลักดันโครงการต่างๆ ที่ริเริ่มโดยสมาคม และเกิดผลแก่อุตสาหกรรมหัตถกรรมโดยรวม โดยมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับเครือข่ายด้านการส่งออก และเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับหน่วยงานภาครัฐ เช่น สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ มีการพัฒนาพันธมิตรเชิงกลยุทธ์หลายประการ เช่น การประสานความร่วมมือกับบริษัท Worldex-Ipex ซึ่งเป็นผู้จัดงานแสดงสินค้าระดับโลก ผลักดันให้สมาชิกสร้างแบรนด์สินค้าหัตถกรรมภายใต้ “Lanna Style Pavillion” ในงานแสดงสินค้าระดับโลก

นอกจากนี้ สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ยังประสานความร่วมมือกับสถาบันการเงินต่างๆ เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธนาคารเพื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารทหารไทย และไทธนาคาร เพื่อช่วยเหลือสมาชิกและผู้ประกอบการหัตถกรรมในด้านการเงิน การลงทุน

การเติมเต็มคลัสเตอร์ให้สมบูรณ์

สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ทำการเติมเต็มคลัสเตอร์หัตถกรรมให้สมบูรณ์ ด้วยการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในองค์กรต่างๆ ที่มีเป้าหมายในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ภาคเหนือ เช่น ร่วมมือ กับหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนอื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ อีก 14 องค์กร โดยร่วมก่อตั้ง “เครือข่ายหน่วยงานบริการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคเหนือ “ (Northern Network of Service Providers for Small and Medium Enterprises; NNSPSMEs)

นอกจากนี้ สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ยังขยายความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคลัสเตอร์ในพื้นที่ เช่น ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคเหนือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เทศบาลนครเชียงใหม่ และจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น ซึ่งเป็นการเพิ่มกิจกรรมและความเข้มข้นของกิจกรรมการถ่ายโอนความรู้ ทั้งภายในและระหว่างองค์กรต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกัน สร้างความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนทั้งกับภาครัฐและเอกชนให้ขยายวงกว้างขึ้น มีส่วนร่วมในการรวบรวม เรียบเรียง แผนงานต่างๆ ตามแนวคิด ความต้องการของสมาคม มาทำเป็นโครงการ เพื่อนำเสนอต่อภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรม ที่ชัดเจนมากขึ้น โดยมีรายละเอียดและวัตถุประสงค์ของแต่ละโครงการ ดังนี้

โครงการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเขตเศรษฐกิจด้านนา เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจเอกชน ธุรกิจชุมชน และผู้เกี่ยวข้องทั้งระบบ เป็นการยกระดับศักยภาพเชิงแข่งขันในตลาดสินค้าหัตถกรรม

โครงการศูนย์บริการออกแบบสินค้าหัตถกรรม เพื่อยกระดับความสามารถของนักออกแบบไทยในการออกแบบและพัฒนาสินค้าหัตถกรรม และเป็นศูนย์สร้างความร่วมมือระหว่างธุรกิจเอกชน หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา ในการบริการออกแบบ และส่งเสริมการออกแบบสินค้าหัตถกรรม

โครงการสร้างแนวโน้มแฟชั่นรูปแบบสินค้าหัตถกรรม “ล้านนาสไตล์” เพื่อค้นคว้า วิจัย รวบรวมและเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับเอกลักษณ์ศิลปหัตถกรรมในแนวล้านนา ที่สามารถนำมาใช้ในเชิงธุรกิจ เพื่อการผลิตสื่อและกิจกรรมรูปแบบต่างๆเกี่ยวกับสินค้าหัตถกรรมล้านนา เพื่อส่งเสริมให้เป็นแนวโน้มที่มีชื่อเสียงในตลาดสากล

โครงการเชียงใหม่เมืองแห่งการแสดงสินค้าเพื่อพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นเมืองแห่งการแสดงสินค้าหัตถกรรมแบบถาวรที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมของผู้นำเข้าสินค้าหัตถกรรมจากทั่วโลก ปรับปรุงพื้นที่ชุมชนและร้านค้าหัตถกรรมที่มีศักยภาพอยู่แล้วเป็นพื้นที่นำร่องและเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยว

โครงการตราสินค้าสมาชิกสมาคมด้วยกลยุทธ์แบบ “Co-Brand” รวมพลัง ทรัพยากร ความชำนาญ เงินทุนและเทคโนโลยี ของผู้ประกอบการจำนวนมากที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจเดียวกันเข้าด้วยกัน และนำเสนอภายใต้แบรนด์เดียว เพื่อสามารถแข่งขันในตลาดระดับโลกและระดับประเทศ

โครงการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในรูปแบบ “E-handicraft” เพื่ออำนวยความสะดวกในการค้นหาความรู้ เข้าถึงข้อมูล จากแหล่งต่างๆ และนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ สำหรับงานหัตถกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชน

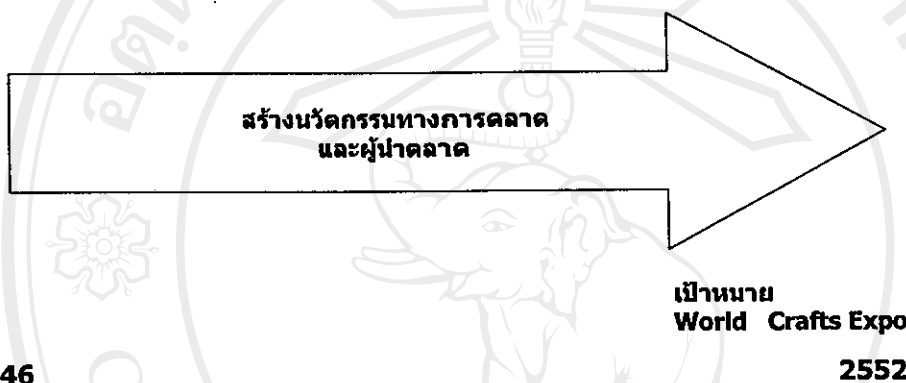
ผลจากกระบวนการในระยะสร้างคลัสเตอร์นี้ ทำให้องค์ประกอบของคลัสเตอร์หัตถกรรม ขยายวงจาก สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก ผู้ได้รับผลประโยชน์ และผู้ที่มีส่วนสนับสนุน รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และสถาบันการเงินในพื้นที่มีแนวทางของการพัฒนาที่มีลักษณะใกล้เคียงกับคลัสเตอร์อุตสาหกรรมมากขึ้น แม้ว่าบางกระบวนการของการพัฒนา ยังไม่ปรากฏผลของโครงการที่เห็นผลสำเร็จ เสร็จสิ้นสมบูรณ์ ชัดเจน เนื่องจากการพัฒนาคลัสเตอร์นั้นเป็นกระบวนการที่ต้องใช้ระยะเวลา

อย่างไรก็ตาม สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ได้พยายามผลักดันขับเคลื่อนการพัฒนาความสามารถในการสร้างและขยายตลาดร่วมกัน เป็นการสร้างโอกาสที่จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ หากขาดการรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์

ระยะการพัฒนาปรับปรุงคลัสเตอร์

ระยะการพัฒนาปรับปรุงคลัสเตอร์ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ มีกระบวนการและเหตุการณ์สำคัญ ดังแสดงในรูป 4-6

NOHMEX Handicraft Smart Enterprise ขับเคลื่อนหัตถอุตสาหกรรม
 ผ่านการบูรณาการโครงการ ศูนย์บริการออกแบบสินค้าหัตถกรรม
 โครงการสร้างแนวโน้มแฟชันรูปแบบสินค้าหัตถกรรม
 โครงการเชียงใหม่เมืองแห่งการแสดงสินค้า
 โครงการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันเขตเศรษฐกิจล้านนา
 โครงการสร้างแบรนด์ร่วมกัน
 และ โครงการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
 เพื่อสนับสนุนการไปสู่ Global Smart Enterprise
 ที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก



รูป 4-6 แสดง กระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์ ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ในระยะการพัฒนาปรับปรุงคลัสเตอร์ (Improvement)

การสร้างนวัตกรรมทางการตลาดและผู้นำตลาด

สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ เร่งสร้างและขยายตลาดร่วมกัน โดยอาศัยการบูรณาการ แผนงานโครงการต่างๆและนำเอาเทคโนโลยีทางการจัดการใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มาพัฒนาให้เกิดผลในเชิงพาณิชย์ โดยมุ่งหวัง ให้เกิดผู้นำตลาดในรูปแบบ ผู้ประกอบการด้านหัตถกรรมอัจฉริยะ หรือ “Handicraft Smart Enterprise” และทำให้เกิดนวัตกรรมทางการตลาดในรูปแบบของงาน “World Craft Expo “ ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าหัตถกรรมระดับโลก โดยตั้งเป้าหมายในการจัดงานดังกล่าวในปี พ.ศ. 2552

กระบวนการสร้างนวัตกรรมทางการตลาดและผู้นำทางการตลาดในระยะพัฒนาปรับปรุงคลัสเตอร์นี้ ยังไม่ปรากฏผลสำเร็จสมบูรณ์ในปี พ.ศ.2547 ซึ่งเป็นปีที่ทำการศึกษาในหัวข้อเรื่องนี้เป็นกระบวนการที่ต้องติดตามผลลัพธ์ต่อไป โดยที่ความสำเร็จของกระบวนการนี้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือร่วมใจของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรม

ภาคเหนือ ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในคลัสเตอร์หัตถกรรม ที่เกิดขึ้น และต้องการการพัฒนาให้เข้มแข็ง สามารถในการแข่งขันในระดับโลกได้

4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

ปัจจัยภายนอก

1. การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ สภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง สถานการณ์การท่องเที่ยวลดลง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป และปัญหาเรื่องค่าคอมมิชชั่นของแต่ละบริษัทร้านค้าให้กับบริษัทนำเที่ยวที่แต่ละร้านค้าแข่งขันกันรุนแรง กดดันทำให้เกิดการรวมกลุ่มบริษัท ร้านค้า เป็น ชมรมร้านค้าของฝากของที่ระลึกเชียงใหม่ เพื่อหาข้อตกลงร่วมกัน
2. การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ทั้งในด้านการยกระดับจาก ชมรมร้านค้าของฝากของที่ระลึกเชียงใหม่ เป็น สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ เพื่อให้สามารถรับบริการจากภาครัฐได้ง่ายกว่า มีความน่าเชื่อถือในการติดต่อกับคู่ค้าชาวต่างประเทศมากกว่าการเป็นร้านค้า หรือ บริษัทเดี่ยวๆ รวมทั้งการสนับสนุนผลักดันกิจกรรม โครงการต่างๆ ที่ให้ส่งผลกระทบต่อยกระดับประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมหัตถกรรมโดยรวม
3. นโยบายของรัฐบาล ที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคลัสเตอร์ และการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้ธุรกิจของไทยสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

ปัจจัยภายใน

1. ผู้นำที่เต็มใจรับหน้าที่ความรับผิดชอบทำให้เกิดการรวมตัวและสามารถสร้างภาระผูกพันผู้ประกอบการให้มาร่วมกัน มีบทบาทในการกระตุ้นและประสานการดำเนินกิจกรรมต่างๆ และประสานความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
2. สมาชิก ทีมงาน ที่มีความเสียสละ เข้ามาทำงานเพื่อผลประโยชน์ โดยรวมของสมาชิกและสมาคม มีความเข้าใจและร่วมมือกันในทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ การร่วมกันกำหนดและการยอมรับในกลยุทธ์ร่วม เพื่อที่จะสร้างเสริมความสามารถในการแข่งขันโดยรวม
3. ความสำเร็จ จากการร่วมกันสร้าง ที่สามารถเห็นผลได้ชัดในระยะเวลาอันสั้น (Short term win) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลลัพธ์ด้านการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก

4.3 ความคิดเห็นของสมาชิกปัจจุบันของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

การสำรวจความคิดเห็นของสมาชิกสมาคม เกี่ยวกับลักษณะของสมาคม ตามรูปแบบลักษณะของคลัสเตอร์ที่เจริญสมบูรณ์แล้ว ซึ่งประกอบไปด้วยลักษณะสำคัญ 6 ประการ ได้แก่ การรวมกลุ่มกันอย่างหนาแน่น (Concentration) การเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน (Connectivity) ความร่วมมือ (Collaboration) การเรียนรู้ร่วมกัน (Collective Learning) การแข่งขัน (Competition) และประสิทธิภาพโดยรวม (Collective Efficiency) จำนวนรวมทั้งหมด 240 ราย โดยใช้แบบสอบถามทั้งแบบปลายเปิด และคำถามที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่า เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน คือ ความถี่ จากนั้นนำเสนอเป็นผลการวิเคราะห์ในรูปตารางและความเรียง

อย่างไรก็ตาม จากการรวบรวมแบบสอบถาม ในระยะเวลา 2 เดือน (เดือน มีนาคม-เมษายน 2547) ปรากฏว่าผู้ศึกษาได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งหมดจำนวน 120 ชุด คิดเป็นร้อยละ 50 ของสมาชิกทั้งหมดของสมาคม ดังนั้นผู้ศึกษาจึงทำการวิเคราะห์จากแบบสอบถามจำนวน 120 ชุด ได้ผลการสำรวจแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ความคิดเห็นสมาชิกเกี่ยวกับสมาคม
 - 2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะของคลัสเตอร์โดยรวม และ จำแนกตาม ประเภทของสมาชิก อายุสมาชิก และการเป็นกรรมการบริหารสมาคม
 - 2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับรายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบของคลัสเตอร์ ในปัจจุบัน และ ที่ต้องการในอนาคต
 - 2.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรม โครงการของสมาคม
3. ประโยชน์ที่สมาชิกได้รับและปัญหาที่ประสบในการเป็นสมาชิกสมาคม
4. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการพัฒนาสมาคมและการพัฒนาคลัสเตอร์ของหัตถกรรมภาคเหนือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสมาชิก

ประเภทสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
สามัญตลอดชีพ	30	25.0
สามัญรายปี	79	65.8
วิสามัญรายปี	11	9.2
รวม	120	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นสมาชิกประเภทสามัญรายปี หรือนิติบุคคลที่ประกอบวิสาหกิจประเภทผลิต และ/หรือ การส่งออกสินค้าหัตถกรรม และมีกิจการอยู่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ หรือเขตภาคเหนือตอนบน และได้ดำเนินการชำระค่าลงทะเบียนเข้าเป็นสมาชิกและค่าบำรุงประจำปี คิดเป็น ร้อยละ 65.8 รองลงมาคือ สมาชิกประเภทสามัญตลอดชีพ หรือนิติบุคคลที่ประกอบวิสาหกิจประเภทผลิต และ/หรือ การส่งออกสินค้าหัตถกรรม และมีกิจการอยู่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ หรือเขตภาคเหนือตอนบน และได้ดำเนินการชำระค่าลงทะเบียนเข้าเป็นสมาชิกและค่าบำรุงสมาคมจำนวนเงินทั้งสิ้น 15,500 บาทแล้ว คิดเป็น ร้อยละ 25.0 และเป็นสมาชิกประเภทวิสามัญรายปี นิติบุคคลที่ประกอบวิสาหกิจประเภทผลิต และ/หรือ การส่งออกสินค้าหัตถกรรม แต่ไม่ได้มีกิจการอยู่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ หรือเขตภาคเหนือตอนบน และได้ดำเนินการชำระค่าลงทะเบียนเข้าเป็นสมาชิกและค่าบำรุงประจำปี คิดเป็นร้อยละ 9.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุของการเข้าร่วมเป็นสมาชิก

อายุสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
1-3 ปี	79	65.8
4-6 ปี	25	20.8
7-9 ปี	7	5.8
10-12 ปี	9	7.5
รวม	120	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุสมาชิก 1-3 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมาคือ มีอายุสมาชิก 4-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.8 อายุสมาชิก 10-12 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.5 และอายุสมาชิก 7-9 ปีคิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเป็น / เคยเป็น กรรมการบริหารสมาคม

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
เป็น/เคยเป็น	29	24.2
ไม่เคยเป็น	91	75.8
รวม	120	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเป็นคณะกรรมการบริหารสมาคม คิดเป็นร้อยละ 75.8 และ เป็น และ/หรือ เคยเป็น คณะกรรมการบริหารสมาคม คิดเป็นจำนวนร้อยละ 24.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์หลัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ผลิตภัณฑ์หลัก	จำนวน	ร้อยละ
ไม้	36	30.0
ผ้าและสิ่งทอ	28	23.3
กระดาษสา	17	14.2
เครื่องประดับ	8	6.7
เซรามิกส์	19	15.8
เครื่องปั้นดินเผา	9	7.5
เครื่องเงิน	4	3.3
เครื่องเงิน	8	6.7
ดอกไม้ประดิษฐ์	4	3.3
อื่นๆ	13	10.8

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีผลิตภัณฑ์หลักเป็นไม้ คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ มีผลิตภัณฑ์หลักเป็นผ้าและสิ่งทอ คิดเป็นร้อยละ 23.3 มีผลิตภัณฑ์หลักเป็นเซรามิกส์ คิดเป็นร้อยละ 15.8 มีผลิตภัณฑ์หลักเป็นกระดาษสา คิดเป็นร้อยละ 14.2 มีผลิตภัณฑ์หลักเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 10.8 มีผลิตภัณฑ์หลักเป็นเครื่องปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 7.5 มีผลิตภัณฑ์หลักเป็นเครื่องประดับ และเป็นเครื่องเงิน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ผลิตภัณฑ์หลักเป็นเครื่องเงิน และเป็นดอกไม้ประดิษฐ์ เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.3 สำหรับผลิตภัณฑ์หลักอื่นๆ ของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เทียนหัตถกรรม รูปหอม เรซิน แก้วหลอม อนุกรมชาติเหล็ก เครื่องทองเหลือง สิ่งพิมพ์ บริการขนส่ง เป็นต้น

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบทบาทของบริษัท

บทบาท	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ผลิต	17	14.2
ผู้ส่งออก	7	5.8
ผู้ผลิตและผู้ส่งออก	94	78.3
อื่นๆ	2	1.7
รวม	120	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบทบาทเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ส่งออก คิดเป็นร้อยละ 78.8 รองลงมาคือมีบทบาทเป็นผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 14.2 และเป็นผู้ส่งออก คิดเป็นร้อยละ 5.8 สำหรับบทบาทอื่นๆของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ บริการ คิดเป็นร้อยละ 1.7

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นสมาชิกเกี่ยวกับสมาคม
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน คะแนนรวมและคะแนนเฉลี่ย ของความคิดเห็นสมาชิกเกี่ยวกับลักษณะคดีสเตรของสมาคม

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น													แปลผล	
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด (1)		รวม		ค่าเฉลี่ย		
	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	
สมาคมมีการรวมกลุ่มกันของสมาชิกที่ประกอบด้วยธุรกิจที่คล้ายคลึงกันตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ	5	25	35	140	53	159	22	44	5	5	120	373	3.11	ปานกลาง	
สมาชิกในสมาคมมีการเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน	5	25	39	156	52	156	21	42	3	3	120	382	3.18	ปานกลาง	
สมาชิกในสมาคมมีความร่วมมือร่วมกัน	2	10	52	208	50	150	13	26	3	3	120	397	3.30	ปานกลาง	
สมาชิกในสมาคมมีการเรียนรู้ร่วมกัน	2	10	46	184	51	153	14	28	7	7	120	382	3.18	ปานกลาง	
สมาชิกในสมาคมมีการแข่งขันกัน	5	25	30	120	71	213	12	24	2	2	120	384	3.2	ปานกลาง	
การเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิภาพโดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิก	25	125	53	212	38	114	3	6	1	1	120	458	3.81	มาก	
	ค่าเฉลี่ยรวม													3.29	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น เกี่ยวกับลักษณะคลัสเตอร์ของสมาคมโดยรวมในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยรวม 3.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแต่ละลักษณะอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิภาพโดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมาก

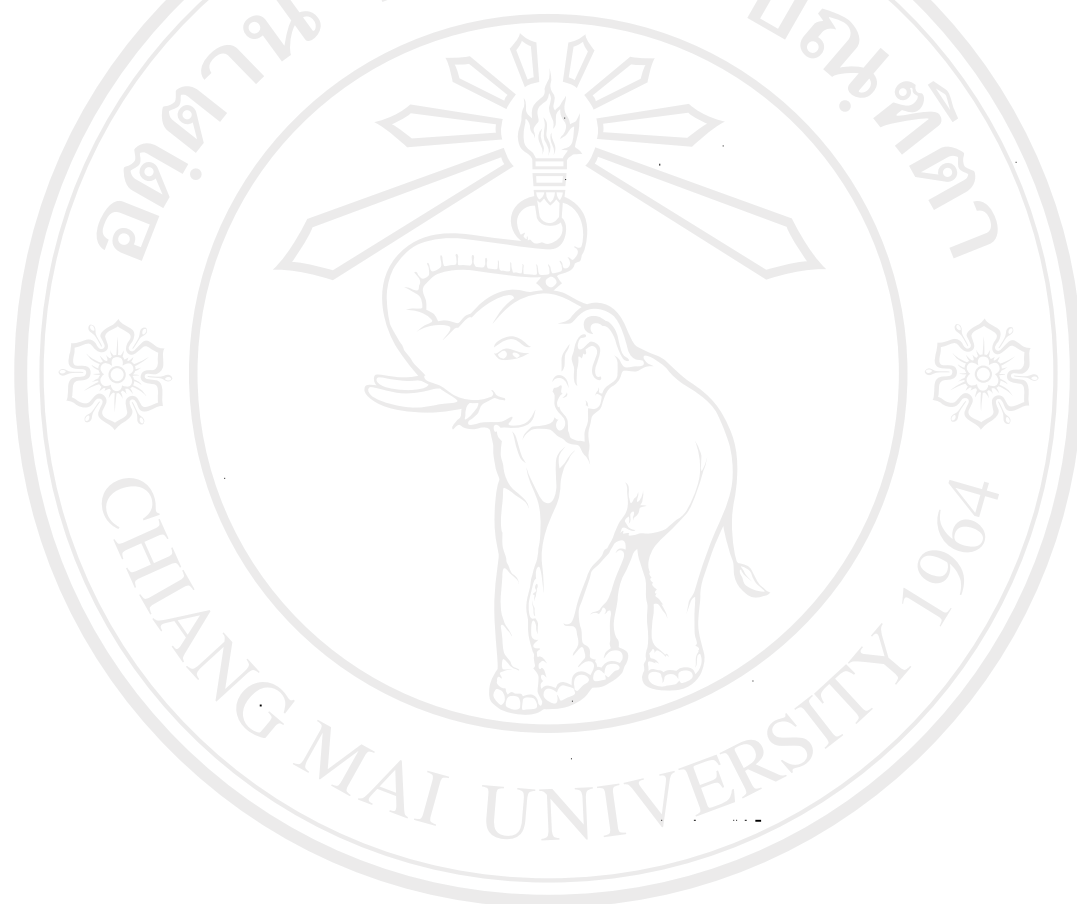


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน คะแนนรวมและคะแนนเฉลี่ย ของความคิดเห็นสมาชิกเกี่ยวกับลักษณะคัสเตอร์ของสมาคม จำแนกตามประเภทสมาชิก (ประเภท
สามัญตลอดชีพ)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็นของสมาชิกประเภทสามัญตลอดชีพ													แปลผล
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง(3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด(1)		รวม		ค่าเฉลี่ย	
	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน		
สมาคมมีการรวมกลุ่มกันของสมาชิกที่ประกอบด้วยธุรกิจ หัตถกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ	1	5	9	36	13	39	4	8	3	3	30	91	3.03	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน	4	20	10	40	13	39	1	2	2	2	30	103	3.43	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีความร่วมมือร่วมกัน	0	0	18	72	9	27	1	2	2	2	30	103	3.43	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการเรียนรู้ร่วมกัน	1	5	12	48	12	36	3	6	2	2	30	97	3.23	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการแข่งขันกัน	4	20	6	24	15	45	4	8	1	1	30	98	3.26	ปานกลาง
การเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิภาพโดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิก	9	45	16	64	2	6	2	4	1	1	30	120	4.0	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม												3.39	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกประเภทสามัญตลอดชีพ มีความคิดเห็น เกี่ยวกับลักษณะคัสเตอร์ของสมาคมโดยรวมในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยรวม 3.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแต่ละลักษณะอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นความคิดเห็นต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิภาพโดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิก ที่สมาชิกประเภทสามัญตลอดชีพ มีความคิดเห็นในระดับมาก

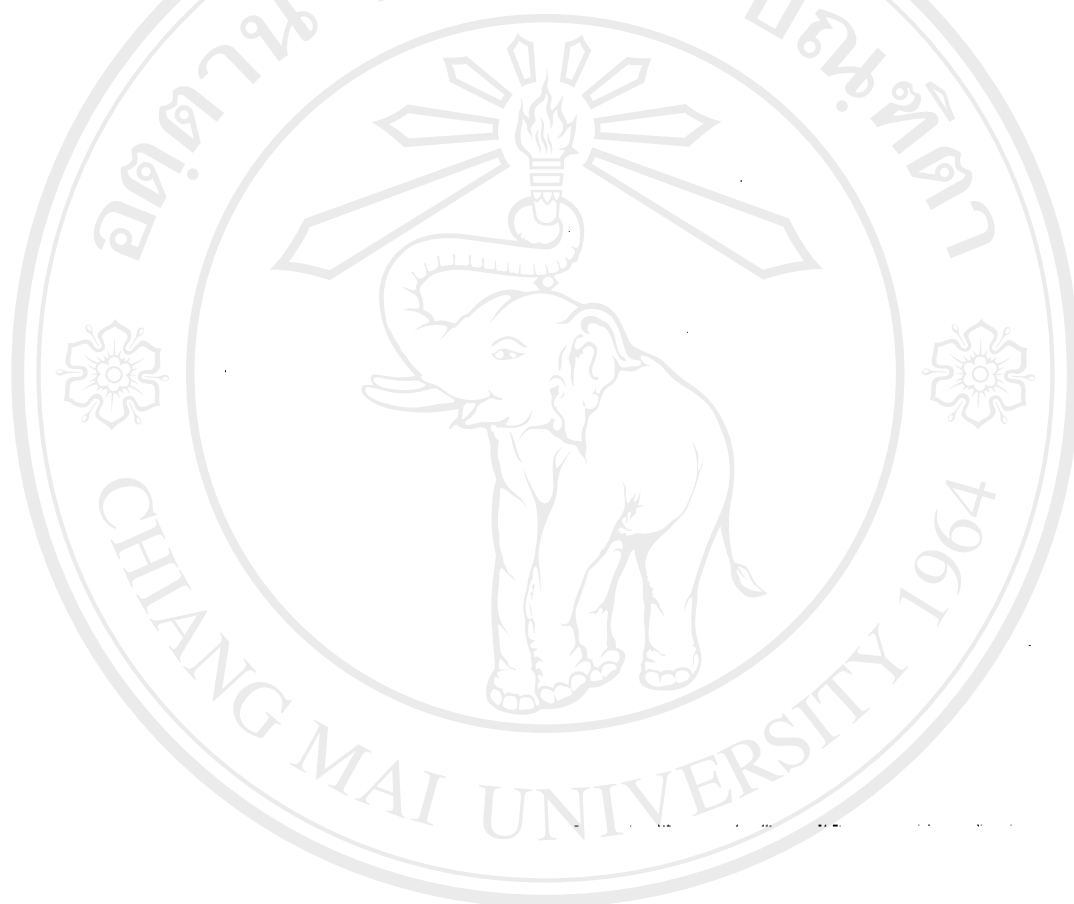


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน คะแนนรวมและคะแนนเฉลี่ย ของความคิดเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับลักษณะคณิศเตอร์ของสมาคม จำนวนตามประเภทสมาชิก (ประเภท
สามัญรายปี)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็นของสมาชิกประเภทสามัญรายปี																แปลผล
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง(3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด(1)		รวม		ค่าเฉลี่ย				
	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน					
สมาคมมีการรวมกลุ่มกันของสมาชิกที่ ประกอบธุรกิจหัตถกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ	4	20	25	100	38	114	12	24	0	0	79	258	3.26	ปานกลาง			
สมาชิกในสมาคมมีการเชื่อมโยงซึ่งกัน และกัน	1	5	27	108	37	111	14	28	0	0	79	252	3.19	ปานกลาง			
สมาชิกในสมาคมมีความร่วมมือร่วมใจกัน	2	10	32	128	37	111	8	16	0	0	79	265	3.35	ปานกลาง			
สมาชิกในสมาคมมีการเรียนรู้ร่วมกัน	1	5	32	128	34	102	8	16	4	4	79	255	3.23	ปานกลาง			
สมาชิกในสมาคมมีการแข่งขันกัน	1	5	23	92	50	150	5	10	0	0	79	257	3.25	ปานกลาง			
การเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิ ภาพโดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็น สมาชิก	13	65	35	140	31	93	0	0	0	0	79	298	3.77	มาก			
															ค่าเฉลี่ยรวม		
															3.34	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกประเภทสามัญรายปี มีความคิดเห็น เกี่ยวกับลักษณะคลัสเตอร์ของสมาคมโดยรวมในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยรวม 3.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแต่ละลักษณะอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นความคิดเห็นต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิภาพโดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิก ที่สมาชิกประเภทสามัญรายปี มีความคิดเห็นในระดับมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน คะแนนรวมและคะแนนเฉลี่ย ของความคิดเห็นสมาชิกเกี่ยวกับลักษณะคัสเตอร์ของสมาคม จำนวนตามประเภทสมาชิก (ประเภท
วิสามัญรายปี)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็นของสมาชิกประเภทวิสามัญรายปี											แปลผล		
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง(3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด(1)		รวม		ค่าเฉลี่ย	
	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน				
สมาคมมีการรวมกลุ่มกันของสมาชิกที่ประกอบด้วยธุรกิจ หักลดกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ	0	0	1	4	2	6	6	12	2	2	11	24	2.18	น้อย
สมาชิกในสมาคมมีการเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน	0	0	2	8	2	6	6	12	1	1	11	27	2.45	น้อย
สมาชิกในสมาคมมีความร่วมมือร่วมกัน	0	0	2	8	4	12	4	8	1	1	11	29	2.64	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการเรียนรู้ร่วมกัน	0	0	2	8	5	15	3	6	1	1	11	30	2.72	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการแข่งขันกัน	0	0	1	4	6	18	3	6	1	1	11	29	2.64	ปานกลาง
การเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิภาพโดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิก	3	15	2	8	5	15	1	2	0	0	11	40	3.64	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม													
												2.71	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกประเภทวิสามัญรายปี มีความคิดเห็น เกี่ยวกับลักษณะคลัสเตอร์ของสมาคมโดยรวมในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยรวม 2.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแต่ละลักษณะอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นการเชื่อมโยงซึ่งกันและกันและการรวมกลุ่มของสมาชิกที่ประกอบธุรกิจ หัตถกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำมีความคิดเห็นในระดับน้อย และการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิภาพโดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิก มีความคิดเห็นในระดับมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน คะแนนรวมและคะแนนเฉลี่ย ของความคิดเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับลักษณะคดีเตสเตอร์ของสมาคม จำแนกตามอายุสมาชิก (อายุ สมาชิก 1-3 ปี)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็นของสมาชิกที่มีอายุสมาชิก 1-3 ปี														แปดผล
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด (1)		รวม		ค่าเฉลี่ย		
	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน			
สมาคมมีการรวมกลุ่มกันของสมาชิกที่ประกอบธุรกิจหัตถกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ	5	25	25	100	31	93	15	30	3	3	79	251	3.18	ปานกลาง	
สมาชิกในสมาคมมีการเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน	2	10	25	100	35	105	15	30	2	2	79	247	3.13	ปานกลาง	
สมาชิกในสมาคมมีความร่วมมือร่วมกัน	1	5	35	140	33	99	8	16	2	2	79	262	3.32	ปานกลาง	
สมาชิกในสมาคมมีการเรียนรู้ร่วมกัน	1	5	28	112	34	102	13	26	3	3	79	248	3.14	ปานกลาง	
สมาชิกในสมาคมมีการแข่งขันกัน	2	10	21	84	47	141	8	16	1	1	79	252	3.19	ปานกลาง	
การเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิภาพ โดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิก	14	70	38	152	24	72	3	6	0	0	79	300	3.79	มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม													3.29	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุสมาชิก 1-3 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะคลัสเตอร์ของสมาคมโดยรวมในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยรวม 3.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแต่ละลักษณะอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นความคิดเห็นต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิภาพโดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิก มีความคิดเห็นในระดับมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน คะแนนรวมและคะแนนเฉลี่ย ของความคิดเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับลักษณะคณิศเตอร์ของสมาคม จำนวนตามอายุสมาชิก (อายุ สมาชิก 4-6 ปี)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็นของสมาชิกที่มีอายุสมาชิก 4-6 ปี												แปลผล	
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง(3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด(1)		รวม			ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน		
สมาคมมีการรวมกลุ่มกันของสมาชิกที่ ประกอบธุรกิจ หักลดกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ	0	0	6	24	16	48	3	6	0	0	25	78	3.12	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน	2	10	9	36	9	27	5	10	0	0	25	83	3.32	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีความร่วมมือร่วมกัน	1	5	7	28	12	36	5	10	0	0	25	79	3.16	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการเรียนรู้ร่วมกัน	1	5	10	40	11	33	0	0	3	3	25	81	3.24	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการแข่งขันกัน	0	0	6	24	16	48	3	6	0	0	25	78	3.12	ปานกลาง
การเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิ ภาพโดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็น สมาชิก	7	35	4	26	14	42	0	0	0	0	25	103	4.12	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม												3.35	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุสมาชิก 4-6 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะคลัสเตอร์ของสมาคมโดยรวมในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยรวม 3.35) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแต่ละลักษณะอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นความคิดเห็นต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิภาพ โดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิก มีความคิดเห็นในระดับมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน คะแนนรวมและคะแนนเฉลี่ย ของความคิดเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับลักษณะคดีเตอร์ของสมาคม จำนวนตามอายุสมาชิก (อายุ สมาชิก 7-9 ปี)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็นของสมาชิกที่มีอายุสมาชิก 7-9 ปี														เบ็ดผล
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง(3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด(1)		รวม		ค่าเฉลี่ย		
	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน			
สมาคมมีการรวมกลุ่มกันของสมาชิกที่ประกอบธุรกิจหัตถกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ	0	0	1	4	4	12	1	2	1	1	1	7	19	2.71	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน	0	0	2	8	3	9	1	2	1	1	1	7	20	2.86	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีความร่วมมือร่วมกัน	0	0	3	12	3	9	0	0	1	1	1	7	21	3.0	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการเรียนรู้ร่วมกัน	0	0	4	16	2	6	0	0	1	1	1	7	22	3.14	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการแข่งขันกัน	1	5	0	0	5	15	0	0	1	1	1	7	20	2.86	ปานกลาง
การเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิภาพ โดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิก	1	5	5	20	0	0	0	0	1	1	1	7	25	3.57	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม												3.02	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุสมาชิก 7-9 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะคลัสเตอร์ของสมาคมโดยรวมในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยรวม 3.02) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแต่ละลักษณะอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิภาพ โดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิก มีความคิดเห็นในระดับมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน คะแนนรวมและคะแนนเฉลี่ย ของความคิดเห็นเห็นสมาชิกเกี่ยวกับลักษณะคณบดีสเตรอร์ของสมาคม จ้าแนกตามอายุสมาชิก (อายุ สมาชิก 10-12 ปี)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็นของสมาชิกที่มีอายุสมาชิก 10-12 ปี												แปลผล	
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง(3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด(1)		รวม	ค่าเฉลี่ย		
	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน				
สมาคมมีการรวมกลุ่มกันของสมาชิกที่ประกอบธุรกิจให้ดลกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ	0	0	3	12	2	6	3	6	1	1	9	25	2.77	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน	1	5	3	12	5	15	0	0	0	0	9	32	3.55	มาก
สมาชิกในสมาคมมีความร่วมมือร่วมกัน	0	0	7	28	2	6	0	0	0	0	9	34	3.77	มาก
สมาชิกในสมาคมมีการเรียนรู้ร่วมกัน	0	0	4	16	4	12	1	2	0	0	9	30	3.33	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการแข่งขันกัน	2	10	3	12	3	9	1	2	0	0	9	33	3.66	มาก
การเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิภาพโดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิก	3	15	6	24	0	0	0	0	0	0	9	39	4.33	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม												3.56	มาก

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุสมาชิก 10-12 ปี มีความคิดเห็น เกี่ยวกับลักษณะคัสเตอร์ของสมาคมโดยรวมในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยรวม 3.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแต่ละลักษณะอยู่ในระดับมาก ยกเว้นการรวมกลุ่มของสมาชิกที่ประกอบธุรกิจหัตถกรรมและที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และการเรียนรู้ร่วมกัน มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน คณะณรวมและคะแนนเฉลี่ย ของความคิดเห็นสมาชิกเกี่ยวกับลักษณะคดีเตอร์ของสมาคม จำแนกตามการเป็นคณะกรรมการบริหารสมาคม (สมาชิกที่เป็น/เคยเป็นกรรมการบริหารสมาคม)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็นของสมาชิกที่เป็น/เคยเป็น กรรมการบริหารสมาคม											แปลผล		
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด (1)		รวม		ค่าเฉลี่ย	
	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน				
											จำนวน		คะแนน	จำนวน
สมาคมมีการรวมกลุ่มกันของสมาชิกที่ประกอบด้วยธุรกิจหัตถกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ	2	10	6	24	15	45	5	10	1	1	29	90	3.10	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน	1	5	9	36	15	45	4	8	0	0	29	94	3.24	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีความร่วมมือร่วมกัน	1	5	12	48	11	33	5	10	0	0	29	96	3.31	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการเรียนรู้ร่วมกัน	2	10	15	60	8	24	3	6	1	1	29	101	3.48	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการแข่งขันกัน	1	5	6	24	19	57	3	6	0	0	29	92	3.17	ปานกลาง
การเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิภาพโดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิก	8	40	13	52	8	24	0	0	0	0	29	116	4	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม												3.38	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็น/เคยเป็นกรรมการบริหารสมาคม มีความคิดเห็น เกี่ยวกับลักษณะคลัสเตอร์ของสมาคมโดยรวมในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยรวม 3.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแต่ละลักษณะอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิภาพโดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิก มีความคิดเห็นในระดับมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน คณะกรรมการและคะแนนเฉลี่ย ของความคิดเห็นสมาชิกเกี่ยวกับลักษณะคดีคดีของสมาคม จำนวนตามการเป็นคณะกรรมการ
 บริหารสมาคม (สมาชิกที่ไม่เคยเป็นกรรมการบริหารสมาคม)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็นของสมาชิกที่ไม่เคยเป็น กรรมการบริหารสมาคม												แปลผล	
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง(3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด(1)		รวม	ค่าเฉลี่ย		
	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน				
สมาคมมีการรวมกลุ่มกันของสมาชิกที่ประกอบด้วยธุรกิจหัตถกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ	3	15	29	116	38	114	17	34	4	4	91	283	3.10	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน	4	20	30	120	37	111	17	34	3	3	91	288	3.16	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีความร่วมมือร่วมกัน	1	5	40	160	39	117	8	16	3	3	91	301	3.30	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการเรียนรู้ร่วมกัน	0	0	31	124	43	129	11	22	6	6	91	281	3.08	ปานกลาง
สมาชิกในสมาคมมีการแข่งขันกัน	4	20	24	96	52	156	9	18	2	2	91	292	3.20	ปานกลาง
การเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิภาพโดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิก	17	85	40	160	30	90	3	6	1	1	91	342	3.75	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม											3.26	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยเป็นกรรมการบริหารสมาคม มีความคิดเห็น เกี่ยวกับลักษณะคัสเตอร์ของสมาคม โดยรวมในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยรวม 3.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแต่ละลักษณะอยู่ใน ระดับปานกลาง ยกเว้นการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมมีประสิทธิภาพ โดยรวมดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิก มีความคิดเห็นในระดับมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.16 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรายละเอียดของลักษณะของการรวมกลุ่มกัน ในปัจจุบัน และ ที่ต้องการในอนาคต

การรวมกลุ่มกัน	
ปัจจุบัน	อนาคต
เป็นลักษณะของการรวมกันของเฉพาะกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมและผู้จำหน่าย	การรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการตลอดทั้งสายน้ำของหัตถกรรม

จากตาราง 4.16 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่าการรวมกลุ่มกัน เป็นลักษณะของการรวมกันของเฉพาะกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมและผู้จำหน่าย (กิจกรรมการผลิตและการขาย/ส่งออก) และต้องการให้มีการพัฒนารูปแบบของการรวมกลุ่มกัน เป็นการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการ ตั้งแต่ผู้ผลิตวัตถุดิบสำหรับงานหัตถกรรม ผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม ผู้ส่งออก ผู้แทนจำหน่ายและผู้กระจายสินค้า รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และองค์กรสนับสนุนอื่นๆทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในอนาคต

ตารางที่ 4.17 แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับรายละเอียดของลักษณะของการเชื่อมโยง ในปัจจุบัน และ ที่ต้องการในอนาคต

การเชื่อมโยง	
ปัจจุบัน	อนาคต
เป็นลักษณะของการเชื่อมโยงกันเฉพาะกลุ่มบุคคลที่สนิทกัน	เป็นการเชื่อมโยงทั่วทั้งสมาคม ทั้งภาคเหนือตอนบน

จากตาราง 4.17 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่าการเชื่อมโยง เป็นลักษณะของการเชื่อมโยงกันเฉพาะกลุ่มบุคคลที่สนิทกันมากที่สุด และต้องการให้มีการพัฒนารูปแบบของการเชื่อมโยงเป็นการเชื่อมโยงของสมาชิกทั่วทั้งสมาคมในอนาคต

ตารางที่ 4.18 แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับรายละเอียดของลักษณะของความร่วมมือ ในปัจจุบัน และ ที่ต้องการในอนาคต

ความร่วมมือ	
ปัจจุบัน	อนาคต
ร่วมมือร่วมใจในบางกิจกรรมที่ได้ประโยชน์ร่วมกัน	ร่วมมือร่วมใจในทุกๆกิจกรรม

จากตาราง 4.18 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่า ความร่วมมือ เป็นลักษณะของความร่วมมือร่วมใจในบางกิจกรรมที่ได้ประโยชน์ร่วมกัน และต้องการให้มีการพัฒนา รูปแบบของความร่วมมือร่วมใจในทุกๆกิจกรรม ในอนาคต

ตารางที่ 4.19 แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับรายละเอียดของลักษณะของการเรียนรู้ร่วมกัน ในปัจจุบัน และ ที่ต้องการในอนาคต

การเรียนรู้ร่วมกัน	
ปัจจุบัน	อนาคต
การเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในด้าน การตลาด	การเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านการ ตลาด

จากตาราง 4.19 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่า การเรียนรู้ร่วมกัน เป็นลักษณะของการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในด้านการตลาด และต้องการให้มีการ เรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านการตลาด ต่อไปในอนาคต

ตารางที่ 4.20 แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับรายละเอียดของลักษณะของการแข่งขัน ในปัจจุบัน และ ที่ต้องการในอนาคต

การแข่งขัน	
ปัจจุบัน	อนาคต
การแข่งขันในด้านการขาย ด้วยการใช้กลยุทธ์ คัดราคา	การแข่งขันด้านการตลาด โดยมุ่งเน้นการเจาะ กลุ่มตลาดเป้าหมาย การหาแหล่งตลาดใหม่ๆที่มี ศักยภาพสูง

จากตาราง 4.20 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่าเป็นลักษณะของการแข่งขันในด้านการขาย ด้วยการใช้กลยุทธ์ตัดราคา และต้องการให้มีพัฒนาการการแข่งขันให้เป็นการแข่งขันด้านการตลาด โดยมุ่งเน้นการเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมาย การหาแหล่งตลาดใหม่ๆที่มีศักยภาพสูง ในอนาคต



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน คะแนนรวมและคะแนนเฉลี่ย ของความคิดเห็นสมาชิกเกี่ยวกับโครงการต่างๆของสมาคมที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิก

โครงการ/กิจกรรม	ระดับความคิดเห็น														แปลผล
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง(3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด(1)		รวม		ค่าเฉลี่ย		
	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน			
Craft Design Service Center	17	85	57	228	32	96	10	20	4	4	120	433	3.6	มาก	
Lanna Trend	15	75	45	180	36	108	17	34	7	7	120	404	3.36	ปานกลาง	
Competitiveness for Cities of Craftsmanship	15	75	37	148	48	144	15	30	5	5	120	402	3.35	ปานกลาง	
ChiangMai HighPoint	19	95	34	136	49	147	13	26	5	5	120	409	3.40	ปานกลาง	
Northern Craft Design Festival	14	70	29	116	54	162	17	34	6	6	120	388	3.23	ปานกลาง	
การออกงานแสดงสินค้า BIG	40	200	53	212	18	54	6	12	3	3	120	481	4.0	มาก	
การอบรมสัมมนา	20	100	50	200	42	126	4	8	4	4	120	438	3.65	มาก	
การสนับสนุนด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน	0	0	17	68	45	135	37	74	21	21	120	298	2.48	น้อย	
ค่าเฉลี่ยรวม													3.41	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.21 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับโครงการและกิจกรรมต่างๆของสมาคมที่มีประโยชน์ต่อสมาชิกโดยรวมในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยรวม 3.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าโครงการและกิจกรรมที่มีประโยชน์ต่อสมาชิกในระดับมาก ได้แก่ การออกงานแสดงสินค้าของขวัญและของใช้ในบ้าน (BIG) การจัดอบรมสัมมนา และโครงการ Craft Design Service Center ตามลำดับ

โครงการและกิจกรรมที่มีประโยชน์ต่อสมาชิกในระดับปานกลาง ได้แก่ โครงการ ChiangMai HighPoint โครงการ Lanna Trend โครงการ Competitiveness for Cities of Craftsmanship และโครงการ Northern Craft Design Festival สำหรับโครงการและกิจกรรมที่มีประโยชน์ต่อสมาชิกในระดับน้อย ได้แก่ โครงการสนับสนุนด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

นอกจากนี้ยังมีโครงการอื่นๆเพิ่มเติมที่สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อบริษัทของสมาชิก เช่น โครงการศึกษาดูงานต่างประเทศ โครงการ Smart Enterprise กิจกรรมภูเก็ทแฟร์ เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ประโยชน์ที่สมาชิกได้รับและปัญหาที่ประสบในการเป็นสมาชิกสมาคม

ตาราง 4.22 แสดงจำนวนร้อยละของประโยชน์ด้านการตลาด

ประโยชน์ด้านการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
การแลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสาร แบ่งปันประสบการณ์ กับสมาชิกอื่นๆ	รวม 90	75.0
การออกงานแสดงสินค้าในประเทศ	76	63.3
การออกงานแสดงสินค้าต่างประเทศ	44	36.7
รู้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้า Buyer รายไหนควรติดต่อ รายไหนที่ไม่ควรติดต่อ	เช่น 21	17.5

จากตาราง 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ด้านการตลาดที่ได้รับจากการเป็นสมาชิกของสมาคม เป็นการแลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสาร แบ่งปันประสบการณ์ร่วมกับสมาชิกอื่นๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือการออกงานแสดงสินค้าในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 63.3 การออกงานแสดงสินค้าต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 36.7 และการรู้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 17.5

ตาราง 4.23 แสดงจำนวนร้อยละของประโยชน์ด้านการผลิต

ประโยชน์ด้านการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
แก้ปัญหาด้านการผลิตของบริษัทได้ดีขึ้น	25	20.8
สามารถหาซัพพลายเออร์หรือผู้รับช่วงผลิตจากสมาชิกอื่นๆในสมาคมได้ง่ายขึ้น	41	34.2
พัฒนารูปแบบดีไซน์ของผลิตภัณฑ์ได้ดีขึ้น ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น	49	40.8

จากตาราง 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ด้านการผลิตที่ได้รับจากการเป็นสมาชิกของสมาคม ด้านการพัฒนารูปแบบดีไซน์ของผลิตภัณฑ์ได้ดีขึ้น ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ สามารถหาซัพพลายเออร์หรือผู้รับช่วงผลิตจากสมาชิกอื่นๆในสมาคมได้ง่ายขึ้น คิดเป็นร้อยละ 34.2 และสามารถแก้ปัญหาด้านการผลิตของบริษัทได้ดีขึ้น คิดเป็นร้อยละ 20.8

ตาราง 4.24 แสดงจำนวนร้อยละของประโยชน์ด้านการบริหารจัดการ

ประโยชน์ด้านการบริหารจัดการ	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มทักษะในการบริหารจัดการ เช่น กลยุทธ์การจัดการธุรกิจใหม่ๆ	38	31.7
การอบรมสัมมนาที่สมาคมจัดขึ้น	60	50.0
การเข้าถึงบริการต่างๆ จากภาครัฐง่ายขึ้น	48	40.0
การเข้าถึงบริการต่างๆจากองค์กรเอกชนง่ายขึ้น	28	23.3
การเข้าถึงบริการต่างๆจากสถาบันการศึกษาง่ายขึ้น	17	14.2
สามารถพัฒนาธุรกิจของตนเองได้ง่ายขึ้น	39	32.5

จากตาราง 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ด้านการบริหารจัดการที่ได้รับจากการเป็นสมาชิกของสมาคม เป็นการอบรมสัมมนาที่สมาคมจัดขึ้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือการเข้าถึงบริการต่างๆจากภาครัฐง่ายขึ้น คิดเป็นร้อยละ 40 สามารถพัฒนาธุรกิจของตนเองได้ง่ายขึ้น คิดเป็นร้อยละ 32.5 การเพิ่มทักษะในการบริหารจัดการ คิดเป็นร้อยละ 31.7 การเข้าถึงบริการต่างๆจากองค์กรเอกชนง่ายขึ้น คิดเป็น 23.3 การเข้าถึงบริการต่างๆจากสถาบันการศึกษาง่ายขึ้น คิดเป็นร้อยละ 14.2

ตาราง 4.25 แสดงจำนวนร้อยละของประโยชน์ด้านการเงิน

ประโยชน์ด้านการเงิน	จำนวน	ร้อยละ
การเข้าถึงบริการทางการเงินจากสถาบันการเงินง่ายขึ้น	50	41.7
การเข้าถึงแหล่งทุนได้ง่ายขึ้น	32	26.7

จากตาราง 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ด้านการเงินที่ได้รับจากการเป็นสมาชิกของสมาคม เป็นการเข้าถึงบริการทางการเงินจากสถาบันการเงินง่ายขึ้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาคือ การเข้าถึงแหล่งทุนได้ง่ายขึ้น คิดเป็นร้อยละ 26.7

ตาราง 4.26 แสดงจำนวนร้อยละปัญหาที่สมาชิกพบ ในช่วงที่เป็นสมาชิกสมาคม

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
การสื่อสารระหว่างสมาคมกับสมาชิก กระจายไม่ทั่วถึง	54	45.0
โครงการของสมาคมมีมากเกินไป (ใช้เวลากับสมาคมมากกระทบต่อกิจการส่วนตัว)	16	13.3
โครงการของสมาคมมีน้อยเกินไป	6	5.0
โครงการของสมาคมไม่ตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิก	17	14.2
มีการประชุมมากเกินไป	7	5.8
มีการประชุมน้อยเกินไป	11	9.2
ความไม่ยืดหยุ่นของกฎระเบียบภายในสมาคม	4	3.3
สมาคมไม่มีโครงการความช่วยเหลือด้านการเงิน	7	5.8
ความไม่เข้าใจกันระหว่างสมาชิก	18	15.0
การขาดสามัคคี แบ่งพรรคแบ่งฝ่ายในระหว่างสมาชิก	22	18.3
ความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นๆ มีน้อย	16	13.3
ไม่มีปัญหา	31	25.8

จากตาราง 4.26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาเรื่องการสื่อสารระหว่างสมาคมกับสมาชิก กระจายไม่ทั่วถึงมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 45 รองลงมาคือสมาชิกมีความเห็นว่าไม่มีปัญหา คิดเป็นร้อยละ 25.8 และปัญหาการขาดสามัคคี แบ่งพรรคแบ่งฝ่ายในระหว่างสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 18.3

นอกจากนั้นยังมีปัญหาเพิ่มเติม ดังนี้ จากการประชุมมีแนวทาง แต่ไม่มีเวลาปฏิบัติ ปัญหาในการติดต่อประสานงานกับภาครัฐ โครงการที่มีประโยชน์กระจุกตัวกันอยู่ในกลุ่มที่มีผลประโยชน์ ไม่มีกระจาย การสื่อสารที่ดีพอ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการพัฒนาสมาคมและการพัฒนาหลักสูตรของ หลักสูตรภาคเหนือ

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาสมาคม

1. สมาคมคือการรวมกลุ่ม เพื่อทำกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วม การพัฒนาสมาคมก็น่าจะเป็นไปในทิศทางนั้น โดยสมาชิกควรคำนึงถึงประโยชน์ต่อส่วนรวมแล้วค่อยส่งผลถึงตัวสมาชิกเอง สมาชิกควรคำนึงถึงความก้าวหน้าที่จะตามมาในระยะยาว เห็นความสำคัญของการรวมตัวเพื่อช่วยเหลือกันและทำให้ภาครัฐบาลให้การสนับสนุน หรือสมาคมสามารถเอื้อประโยชน์โดยตรงอะไรได้บ้าง เช่น ข้อมูลต่างๆ จะสามารถรับได้อย่างไร ที่ไหน เป็นต้น
2. สมาคมมีแนวคิดและกิจกรรมดีๆ มากมายเพื่อพัฒนาสมาชิกและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับสินค้าหลักสูตร จึงควรมีการติดตามประเมินผลกิจกรรม และวิเคราะห์ผลลัพธ์ รวมทั้งผลกระทบที่ได้ อย่างเป็นรูปธรรมและนำเสนอให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อก่อให้เกิดการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงนโยบาย ทิศทาง รวมถึงกิจกรรมให้เหมาะสมและทันเหตุการณ์มากกว่านี้
3. สมาชิกมีระดับความพร้อมในการทำธุรกิจต่างประเทศไม่เท่ากัน ทำให้การจัดกิจกรรมของสมาคมไม่ตอบสนองความต้องการของสมาชิก ดังนั้นสมาคมควรจะมีการเก็บฐานข้อมูลของสมาชิก และทำการแบ่งกลุ่มของสมาชิกตามความพร้อมในการประกอบธุรกิจ เพื่อจัดกิจกรรมสำหรับแต่ละกลุ่ม
4. สมาคมควรเปิดกว้างให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสมาคม ให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนด วิสัยทัศน์และเป้าหมายของสมาคม ให้มากกว่า เป็นการกำหนดจากกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเป็นคณะกรรมการบริหาร ภาครัฐ และนักวิชาการ
5. กิจกรรมและงานของสมาคมต้องคำนึงถึงประโยชน์ของสมาชิกโดยรวม และควรมีการพัฒนาในด้านอื่นๆ ด้วย ไม่ทำเฉพาะกิจกรรมทางการตลาดเท่านั้น เช่น ส่งเสริมให้สมาชิกแข่งขัน สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ และในด้านการบริหารจัดการรวมถึงการเชื่อมโยงกับต่างประเทศให้มากกว่าการขายสินค้าเพียงอย่างเดียว
6. สมาคมควรวางแผนงาน โขบายที่เชื่อมโยงกับนโยบายภาครัฐทั้งส่วนกลาง และส่วนท้องถิ่น ให้ชัดเจน

7. สมาคมต้องบริหารจัดการกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสมาชิกในการยกระดับอุตสาหกรรม เพื่อความสามารถในการแข่งขันของหัตถกรรมของภาคเหนือกับตลาดโลกอย่างมั่นคงและยั่งยืน
8. สมาคมควรกระจายผลประโยชน์ต่างๆ รวมถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้กับสมาชิกอย่างทั่วถึง โดยสมาคมควรทำจดหมายข่าวเพื่อชี้แจง แจ้งข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ เดือนละครั้ง
9. สมาคมควรจัดให้มีการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการของสมาชิกให้เพิ่มมากขึ้น
10. สมาคมไม่จำเป็นต้องมีสมาชิกมาก แต่เน้นการร่วมแรงร่วมใจกัน รวมทั้งควรจะมีการคัดเลือกสมาชิกด้วย

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาคลัสเตอร์

1. คลัสเตอร์น่าจะเกิดจากความร่วมมือในกลุ่ม ด้วยความต้องการของกลุ่มในการแก้ปัญหา ร่วมกัน ดังนั้นหากสามารถชี้ชัดถึงปัญหาจากกลุ่มผู้ผลิต ผู้ค้าอย่างเจาะลึกชัดเจน การพัฒนาจะง่ายขึ้น และต้องมีความมุ่งมั่น ใฝ่ใจ เชื่อมั่นในการร่วมมือร่วมใจกันจริงๆ
2. สมาคมควรให้ความรู้ที่ถูกต้อง ในด้านประโยชน์ ที่ได้รับ เพราะในปัจจุบันยังคงไม่เข้าใจกันดี ยังไม่ไว้วางใจกัน มีความคิดว่าเป็นการเปิดเผยความลับในการผลิตให้กับผู้รับช่วงต่อ ซึ่งเสี่ยงต่อการลอกเลียนแบบกัน เนื่องจากในปัจจุบันผู้ผลิตวัตถุดิบและผู้ผลิตสินค้าขั้นสุดท้ายเป็นบริษัท หรือคณะบุคคลเดียวกันอยู่ เช่น ผู้ผลิตกระดาษสา ก็ผลิต ผลิตภัณฑ์จากกระดาษสาด้วย เช่น กล่อง โคมไฟ รม เป็นต้น ดังนั้นควรปลูกฝังเรื่องความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ให้ตระหนักถึงผลกระทบของการลอกเลียนแบบ ทำให้ราคาโดยรวมลดลง
3. คลัสเตอร์ควรเกิดจากความต้องการของกลุ่มผู้ประกอบการจริงๆ ภาครัฐไม่ควรบังคับให้สร้างคลัสเตอร์ให้ได้ โดยกำหนดเวลา เพราะเป็นไปไม่ได้ ขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
4. บริษัทขนาดเล็กๆ ควรมีการแบ่งกลุ่มกันทำงานร่วมกัน ภายใต้แบรนด์หลัก 1-2 แบรินด์ ต่อ 40-50 บริษัท

4.4 ทิศทางการพัฒนาคลัสเตอร์ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

การศึกษาศึกษาการพัฒนาคลัสเตอร์ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ศึกษาจากการสัมภาษณ์กลุ่ม จัดขึ้น วันที่ 19 พฤษภาคม 2547 เวลา 18.00 – 20.30 น. ที่สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

โดยมีผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์กลุ่ม ดังนี้

1. คุณณพงษ์ สงวนนภาพร ที่ปรึกษากรรมการสมาคม
2. คุณไพรัช โคววิวัฒน์ ที่ปรึกษากรรมการสมาคม
3. คุณวัชร ศรีตระกูล เลขานุการสมาคมฝ่ายบริหาร
4. คุณวิเชียร เชิดชูตระกูลทอง อุปนายกฝ่ายกฎหมายและวิชาการ
5. คุณไพฑูย์ จันทะเกษาศลย์ ผู้ช่วยอุปนายกฝ่ายการตลาด
6. คุณจิรศักดิ์ สอนสุวิทย์ กรรมการฝ่ายฝึกอบรม
7. คุณตุลย์ เล็กอุทัย กรรมการฝ่ายฝึกอบรม

สามารถสรุปทิศทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ได้ดังนี้

สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือมีพัฒนาการของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เข้าสู่ ระยะของการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ในระยะเริ่มต้น แม้ว่ากระบวนการต่างๆที่เกิดขึ้นในระยะก่อนหน้านั้นจะยังไม่สมบูรณ์มากนัก แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีทิศทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมทางการตลาดและผู้นำตลาดต่อไป

กระบวนการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด หมายถึง งาน “World Craft Expo” ที่จะเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2552 โดยมีรูปแบบที่แตกต่างจากงานแสดงสินค้าอื่นๆ ในด้านที่เป็นการยกระดับตลาดจากงานแสดงสินค้าแบบ “Mass Product” เป็นงานแสดงสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ (Niche Market) และมีการพัฒนาในด้านอุปสงค์ ให้เกิดการรับรู้ว่าเป็นงานแสดงสินค้าที่เน้นรูปแบบผลิตภัณฑ์มากกว่าในด้านราคา ยกย่องงานแสดงสินค้าให้เทียบเคียงกับผู้นำในตลาดโลก เช่น อิตาลี เป็นต้น

กระบวนการสร้างผู้นำตลาด โดยผู้นำตลาดในที่นี้ เป็นผลจากโครงการ “Smart Enterprise” ในรูปแบบของ สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ ซึ่งเป็นผู้นำทางการตลาดที่พัฒนาความสามารถในการแข่งขันบนพื้นฐานของโครงการต่างๆ ที่สมาคมริเริ่มและผลักดันให้เกิดขึ้น ได้แก่ โครงการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเขตเศรษฐกิจล้านนา โครงการศูนย์ออกแบบสินค้าหัตถกรรม โครงการสร้างแนวโน้มแฟชั่นรูปแบบสินค้าหัตถกรรม ล้านนาสไตล์ โครงการเชิงใหม่เมืองแห่งการแสดงสินค้า โครงการสร้างแบรนด์ร่วมกัน และโครงการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร นอกจากนี้ นวัตกรรมทางการตลาด ในรูปแบบของ “World Craft Expo” อาจจะทำให้เกิดผู้นำตลาด ขึ้นได้อีกด้วย

การพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมทางการตลาด ในรูปแบบของ “ World Craft Expo” มี รายละเอียด ดังนี้

1. การพัฒนารูปแบบพิมพ์เขียว (Blueprint) ของงาน World Craft Expo ให้เกิดขึ้น
2. สื่อสารให้สมาชิกและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ รับทราบและเข้าใจถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากงาน World Craft Expo ร่วมกัน ทั้งในด้านประโยชน์ที่จะเกิดต่อผู้ประกอบการแต่ละ วิชา หกิจ ภูมิภาค ตลอดจนประเทศชาติโดยรวม
3. ถ่ายทอด กระจายความคิด รูปแบบพิมพ์เขียว (Blueprint) ให้สมาชิกและผู้มีส่วนได้ส่วน เสียรับรู้และเข้าใจอย่างชัดเจน สร้างให้เกิดความต้องการเข้ามา มี ส่วนร่วมในโครงการ ด้วยการรับ ผิดชอบในส่วนต่างๆของสำเนาโครงการ ที่แต่ละวิชา หกิจ หรือหน่วยงานนั้นๆ สามารถรับผิดชอบ ได้ ซึ่งจะสามารถเติมเต็มส่วนต่างๆของสำเนาโครงการได้สมบูรณ์ และสามารถสร้างนวัตกรรมทาง การตลาดให้เกิดขึ้นได้ในที่สุด
4. ทบทวนความพร้อมของแต่ละองค์ประกอบ ทบทวนผลของแต่ละขั้นตอนสำคัญในการ ก้าวไปสู่งาน “World Crafts Expo” ที่จะเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2552 และทำการปรับกลยุทธ์เมื่อจำเป็น อย่างสม่ำเสมอ

นอกจากความพยายามในการสร้างให้เกิดนวัตกรรมทางการตลาดด้วยตัวเองแล้วทาง สมาคมจะประสานความร่วมมือกับภาครัฐ ขนานกัน ไปด้วย เพื่อช่วยให้เกิดนวัตกรรมทางการตลาด ในรูปแบบของ World Craft Expo ได้ง่ายขึ้นและเร็วขึ้นกว่าความพยายามหลักคั้นของสมาคมหรือ ภาคเอกชนเอง อย่างไรก็ตาม ความช่วยเหลือจากภาครัฐไม่ได้ถือว่าเป็นปัจจัยหลักในการเริ่มต้น โครงการ แม้ว่าจะไม่ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐในระยะเริ่มแรกนี้ ทางสมาคมจะดำเนินตาม ทิศทางดังนี้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ให้ได้ โดยอาศัยกลยุทธ์ในการสร้างองค์ประกอบย่อยๆ จากความร่วมมือของทุกคน และงาน Northern Craft Design Festival จะเป็นประวัติศาสตร์ก้าวแรก ของภาพความสำเร็จของ World Crafts Expo ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

นวัตกรรมทางการตลาด “World Crafts Expo” ที่จะเกิดขึ้น เป็นการเสริมจุดแข็งในด้าน โครงการที่สมาชิกพึงพอใจและเห็นว่าเป็นประโยชน์กับกิจการของตน เช่นเดียวกับงานแสดงสินค้า ของขวัญและของใช้ในบ้าน (BIG) เนื่องจากเป็นงานแสดงสินค้าที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการได้ พบปะกับผู้ซื้อ ผู้นำเข้า เช่นกัน โดยที่ World Craft Expo มีจุดเด่นที่แตกต่างในด้านความเฉพาะ เจาะจงที่มากกว่า เน้นรูปแบบของผลิตภัณฑ์มากกว่าด้านราคา และเป็นงานที่จัดขึ้นที่จังหวัด เชียงใหม่ ทำให้ประหยัดต้นทุนสำหรับผู้ประกอบการในภูมิภาคได้มากกว่า และผลสำเร็จของ

“World Craft Expo” อาจจะทำให้เกิดมวลวิกฤติ (Critical-mass) ระลอกใหม่ในพัฒนาการ กลัสเตอร์ของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ

นอกจาก “World Craft Expo” ยังเอื้อประโยชน์ให้กับภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ ในภูมิภาค เช่น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นต้น และอาจจะเป็นเหตุการณ์ใหญ่ที่ดึงดูดให้เกิดการลงทุนเพื่อพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน ระบบการขนส่งสินค้าและขนส่งมวลชน ระบบโทรคมนาคม ที่ได้มาตรฐานระดับสากลให้เกิดขึ้นในภูมิภาคได้อีกด้วย

ด้านระบบการสื่อสารระหว่างสมาคมกับสมาชิก ที่เป็นปัญหาอันดับ 1 ของสมาคมในปัจจุบัน(ร้อยละ 45) มีวิธีการในการพัฒนาระบบการสื่อสารให้ดีขึ้น ดังนี้

1. วิเคราะห์ในรายละเอียดของปัญหาที่แท้จริงของการสื่อสาร ว่าเป็นปัญหาในด้านสื่อ(Media) วิธีการสื่อสาร(Method) ช่องทางการสื่อสาร(Channel of Communication) หรือพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิก (Behavior)
2. สำรวจความต้องการในการรับข้อมูลข่าวสารของสมาชิก ว่าต้องการรับข้อมูลข่าวสารผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โทรสาร โทรศัพท์ จดหมาย และทำการสำรวจเพื่อปรับข้อมูลรายปี
3. จัดรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกแต่ละกลุ่ม
4. แนะนำและสอนวิธีการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ให้กับสมาชิกที่ยังไม่ใช้วิธีการสื่อสารในรูปแบบนี้เพื่อความสะดวกและประหยัดค่าใช้จ่ายของสมาคม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved