

การศึกษาเรื่อง “การบริหารจัดการกลุ่มอาชีพหัตถกรรมจากกกในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะการบริหารจัดการกลุ่ม 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการดำเนินงานของกลุ่ม และ 3) ปัญหาความต้องการของกลุ่ม โดยศึกษาจากประชากร ประกอบด้วย ประธาน คณะกรรมการ และสมาชิกของกลุ่มอาชีพหัตถกรรมจากกกในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มบ้านหนองเกาะน้อย อำเภอสตึก และกลุ่มบ้านแดงใหญ่ อำเภอบ้านใหม่ไชยพจน์ จำนวนทั้งสิ้น 106 คน เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และการสังเกต วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการแจกแจงความถี่หาค่าร้อยละ สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ ทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และวิเคราะห์เชิงเหตุและผล (Logical Analysis) ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

การศึกษการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพหัตถกรรมจากกกทั้ง 2 กลุ่ม พบว่า กลุ่มจัดตั้งโดยการสนับสนุนจากหน่วยงานพัฒนาชุมชนของจังหวัด ซึ่งมีกฎระเบียบและบริหารงานแบบให้สมาชิกมีส่วนร่วม การได้มาซึ่งเงินกองทุน นอกจากเรียกเก็บค่าสมาชิกแรกเข้า 10 บาท และหักกำไรร้อยละ 5 จากการขายผลิตภัณฑ์แล้วยังได้รับงบประมาณสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาชุมชนด้วย เงินทุนของกลุ่มบ้านหนองเกาะน้อยบางส่วนนำไปให้สมาชิกกู้ยืม โดยคิดดอกเบี้ยต่ำ และบางส่วนนำไปทำกิจกรรมเพื่อสังคม ในขณะที่การบริหารเงินทุนของกลุ่มบ้านแดงใหญ่นั้น กรรมการและสมาชิกหลายคนไม่ได้รับรู้ ในด้านการผลิตของทั้ง 2 กลุ่ม ยังไม่แน่นอน เนื่องจากใช้เวลารวบรวมจากการทำนาทำการผลิต และสมาชิกหลายคนยังไม่มี ความชำนาญในการผลิต ส่วนการตลาดของกลุ่ม มีทั้งประเภทนำสินค้าไปขายเอง และอาศัยพ่อค้าคนกลาง นอกจากนี้ก็ให้สมาชิกไปออกร้านในงานเทศกาลต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นการประชาสัมพันธ์กลุ่มอาชีพด้วย ในด้านการกำหนดราคา ผู้ผลิตและคณะกรรมการกลุ่มจะเป็นผู้กำหนดตามรูปแบบผลิตภัณฑ์ คุณภาพ ต้นทุน และความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้โดยไม่มีสภาพของการแข่งขันมาประกอบการพิจารณา

การศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพฯ พบว่า กลุ่มดำเนินงานอยู่ได้เพราะสมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด นอกจากนี้ได้แก่ การได้รับความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การได้รับการยอมรับและน่าเชื่อถือจากชุมชน และการได้รับการอบรมศึกษาดูงานในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ อย่งไรก็ดี การดำเนินงานของกลุ่มประสบอุปสรรคบ้าง เนื่องจากไม่มีสถานที่ทำการของกลุ่มโดยเฉพาะ สมาชิกไม่มีความรู้ในเรื่องการออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบหลากหลาย รวมถึงการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานไม่ว่าจะเป็นเรื่องการย้อมสี การป้องกันรา และฝีมือในการผลิต

อย่างไรก็ตามในการศึกษา พบว่า การบริหารงานของกลุ่มบ้านแดงใหญ่ อาจไม่สนองความต้องการของสมาชิก ทั้งนี้ เพราะสมาชิกไม่ได้ผลประโยชน์ตามที่คาดหวัง การจัดทำบัญชีเงินทุนไม่เป็นที่รับรู้ของกรรมการและสมาชิกทุกคน และมีการจัดโครงสร้างองค์กรที่ใช้ระบบเครือข่าย จึงเป็นผลให้สมาชิกหันไปประกอบอาชีพเสริมประเภทอื่นกันมาก

สำหรับปัญหาและความต้องการของกลุ่มอาชีพฯ พบว่า กลุ่มไม่มีตลาดรองรับที่แน่นอน มีเงินทุนหมุนเวียนน้อย การผลิตยังไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกรรมการไม่มีความรู้เรื่องระบบการบริหาร สิ่งที่กลุ่มต้องการได้แก่ การสนับสนุนด้านเงินทุนหมุนเวียน มีสถานที่ดำเนินงานของกลุ่มโดยเฉพาะ การได้รับการอบรมให้มีความรู้ด้านการตลาด เทคนิคการผลิตที่มีมาตรฐาน และการบริหารอย่างเป็นระบบ

จากผลการศึกษา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะว่า หน่วยงานของรัฐบาลและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ควรดำเนินการสนับสนุนกิจกรรมของกลุ่มอาชีพอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านการผลิตและการตลาด และในส่วนของคณะกรรมการกลุ่มอาชีพเองนั้น ต้องสามารถวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรค และโอกาส ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มให้ได้ เพื่อนำไปสู่แนวทางการสร้างความสำเร็จของกลุ่ม

This study was aimed at examining the management styles, the factors that influence the management, and problems involved. The population consisted of the presidents, committees and members of two Kok handicraft groups in Buriram province: Ban Nong Ko Noi group in Amphoe Stuk and Ban Daeng Yai in Amphoe Ban Mai Chaiyaphot. The tools were structured questionnaires. Data is collected by interviewing and observation methods. The quantitative data is analyzed by the percentile method. Meanwhile, the Carteret analysis and logical analysis are used for analyzing the qualitative data.

It was found that both groups were established under the support of the provincial rural development department. Members could participate in administrating and issuing rules and regulations. Funding was from members' subscription costing 10 baht each, 5 percent of profits and the support of the provincial rural development office. For Ban Nong Ko Noi, the fund was partially loaned to the members at a low interest rate. Some was contributed to social activities in the villages. On the contrary, some members of Ban Dang Yai group did not know about how the fund was managed.

As for the production of the handicrafts, the study finds that the member of both groups do not have adequate skills in producing the kok handicraft and do not have exact time of production ad they do it on their free time.

The marketing management of the groups can be divided into 2 levels. One is that the members sell their handicraft directly to the customer and sell in bulk to the middle man. The other is that they sell handicraft in exposition and trade fair. The second one can help promote their product. Committees and members have full right to determine customers' needs, costs, prices and product design.

Factors influencing the relationship of group members are incomes, caring each other, having social respect and opportunities to be trained and have a study visit. However, the management of the handicraft group is facing some problems. There is no formal place for producing the handicrafts. Members have no knowledge of product design and development. This results

in no diversification and standards in coloring, mould protection and neatness.

Nevertheless, the management of Baan Dang Yai Group may not respond to the needs of its members because they do not gain as much benefits as they expected. The accountant systems is not transparent to all members and committees. The organizational structure of the group is dominated by kinship that causes member change their side job.

Problems of the group management are that there is no certain market for the product and that fund is not enough for running groups. Moreover, the production is not standardized and members do not have knowledge of product design. The last problem is that the committees do not have knowledge of management. According to the problems, the handicraft groups want financial support and permanent place for their offices and outlet. They want training program in marketing planning, production technique and management skills.

The researcher has recommendations for public and private sectors that they both should support the activities of the group continuously in product development and marketing promotion. Recommendations for the committees of the groups are that they must learn how to do a SWOT analysis.