

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชนตำบลหนองแห้ง และ
บริบทของธุรกิจชุมชน กลุ่มประติษฐ์เศษผ้า ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
2) เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน กลุ่มประติษฐ์เศษผ้า ตำบลหนองแห้ง
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ คณะกรรมการ และสมาชิก
กลุ่มประติษฐ์เศษผ้า ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีดำเนินการวิจัย
แบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ผลการวิจัย
พบว่า

กลุ่มประติษฐ์เศษผ้า ก่อตั้งขึ้นจากการรวมกลุ่มของแม่บ้านหมู่บ้านบวกเปาใน
รูปแบบของกลุ่มออมทรัพย์ โดยแบ่งเป็นหุ้นทั้งสิ้น 200 หุ้น หุ้นละ 100 บาท ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม
เป็นหัตถกรรมที่ประติษฐ์ด้วยมือ เกิดจากการนำเศษผ้ามาดัดแปลงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีหลากหลาย
รูปแบบ เช่น กระเป๋าสีไหม กระเป๋าถือผ้าไหม พลุกลมหอน ผ้ามา ๔๗ โดยมีวัตถุประสงค์
เพื่อเป็นรายได้เสริมให้แก่ครอบครัว ในส่วนของการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการ พบว่า
กลุ่มขาดการกำหนดภารกิจ นโยบาย กระบวนการการทำงาน กฎระเบียบ และแผนปฏิบัติงาน
เนื่องจากการเป็นกรรวมกลุ่มกันแบบไม่เป็นทางการ แต่กลุ่ม ได้กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายใน
การดำเนินงานไว้คือ เพื่อให้สมาชิกของกลุ่มมีรายได้และสวัสดิภาพในการดำเนินชีวิตที่ดีขึ้น
กว่าเดิม และเพื่อให้กลุ่มสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างสอดคล้องกับวิถีชีวิตดั้งเดิม

ด้านการผลิตของกลุ่มพบว่า วัตถุดิบทุกชนิดที่ใช้ในการผลิตซื้อจากพ่อค้าภายใน
จังหวัดเชียงใหม่ มีการกระจายงานในแต่ละขั้นตอนการผลิตตามความถนัดของสมาชิก
ผลตอบแทนของสมาชิก ขึ้นอยู่กับจำนวนชิ้นงานที่ผลิตได้ นอกจากนี้สมาชิกยังได้รับเงินปันผล
ประจำปี และได้รับสิทธิในการกู้ยืมเงินจากกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีการออกแบบโดยคำนึงถึง
แนวโน้มความต้องการของตลาด เพื่อให้สินค้ามีความแปลกใหม่และทันสมัยอยู่เสมอ แต่เนื่องจาก

กระแสมโนยมนิยมของลูกค้ำมีการเปลี่ยนแปลงอยู่บ่อยครั้งทำให้ทางกลุ่มไม่สามารถเก็บรักษาสินค้ำสำเร็จรูปไว้ได้มากนัก โดยส่วนใหญ่จะผลิตเมื่อมีค้ำสั่งซื้อจากลูกค้ำ และผลิตเพื่อการจำหน่ายในการออกงานแสดงสินค้ำต่าง ๆ เท่านั้น

ด้านการตลาด พบว่า ตลาดเป้าหมาย คือ ผู้หญิงวัยทำงานถึงผู้สูงอายุและมี รายได้ตั้งแต่ 7,000 บาทขึ้นไป กลุ่มใช้วิธีการรักษาลูกค้ำ โดยยึดหลักคุณธรรม คือ ความซื่อสัตย์และความตรงต่อเวลาในการส่งมอบงานแก่ลูกค้ำ การรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้ำได้รับผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด

ด้านการเงิน และบัญชี พบว่า แหล่งที่มาของเงินทุนทั้งหมดมาจากการรวมหุ้นของสมาชิก ส่วนวิธีการบันทึกบัญชีจะไม่มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร เนื่องจากกลุ่มยังขาดความรู้และความเข้าใจในหลักการจัดทำบัญชี ทำให้ไม่สามารถวัดผลและตรวจสอบการดำเนินงานที่ชัดเจนได้

จากการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงาน พบว่า ในปัจจุบันแรงงานของกลุ่มมีกำลังการผลิตมากกว่าปริมาณการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ดังนั้น กลยุทธ์ที่กลุ่มควรนำมาใช้คือ การเจาะตลาด (market penetration) และการพัฒนาตลาด (market development) โดยการหาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพิ่ม การใช้การประชาสัมพันธ์ที่มากขึ้น การหาช่องทางจำหน่ายเพิ่มขึ้น รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ำกลุ่มเดิมในลักษณะที่ใกล้ชิดมากขึ้น เพื่อเป็นการรักษาลูกค้ำ ตลอดจนการติดต่อสอบถามลูกค้ำที่ขาดหายไป ซึ่งกลยุทธ์เหล่านี้จะทำให้กลุ่มสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป

The objectives of this research were to study: 1) the context of the cloth by – products group of Nong Yaeng sub-district, Sansai district, Chiangmai province; and 2) the potential on the community enterprise operation. Data and information obtained in this research were from the committee and members of the cloth by – products group at Nong Yaeng sub-district. Participatory Action Research (PAR) was employed in this research.

Results of the research revealed that the cloth by – products group was established by housewives from Buakpaonai village in the form of savings group of two hundred with a share of one hundred baht each. Products of the group were hand-made, from unwanted small pieces of cloth. Silk bag or purse, cloth bag with rattan handle, pillow sheet, and curtain were examples of their products. The purpose of making the products was to supplement income for their families. For the managerial administration aspect, it was found that the group failed to determine its mission and policies and planning, regulating, and working processes because of the informal grouping. However, the group had already set objectives and goals on the increase of income and better security in life. Also, the group members wanted their business to conform with their traditional way of life. In terms of production, it was found that all raw materials had been bought from merchants in Chiangmai province. Each step in the production process was distributed to members based on their skill or potential. The members' fringe benefits depended on the amount of products and they were also paid annual share as well as loan privilege from the group fund. Designing of products was based on market demand and attraction with new look. Since the popular trends in the market kept changing all the time, the group did not make product for stock. Thus, they mostly did made-to-order service or made the products for exhibit. In terms of marketing, it was found that target groups were working women and old women having an average monthly income of more than seven thousand baht. The customer-maintenance was based on the principles of ethic; that is the group's emphasis is on royalty and punctuality as well as product quality. For finance and accounting aspects, sources of capital were from the share contribution of group members. However, there was no written record for the group lacked knowledge and understanding of accounting principle. Hence, the project outcome could not be clearly assessed and audited.

The analyses on potential and project implementation of the group revealed that there were more individual product makers than the quantity of products sold. Thus, the strategies on market penetration and market development were used by finding more markets, effective public relations, selling channel, and the establishment of close relationship with existing customers.