

การดำเนินงานทางธุรกิจของกลุ่ม OTOP ในเขตอำเภอสันกำแพง
กรณีศึกษาประเภทเครื่องใช้ และเครื่องประดับตกแต่ง
THE BUSINESS OPERATIONS OF OTOP GROUP IN SANKAMPAENG
CASE STUDY OF TEXTILE GROUP, HOUSEHOLD UTENSIL GROUP AND
DECORATIVE ITEM GROUP

จกมลสินทร์ แสงอาสภวิริยะ

JONGKOLBORDIN SAENGADSAPAVIRIYA

สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยมีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประเด็น คือ (1) การวิเคราะห์การดำเนินงานทางธุรกิจของกลุ่มโอท็อป (2) หารูปแบบการดำเนินงานทางธุรกิจที่เหมาะสม มีขอบเขตการศึกษาในพื้นที่อำเภอสันกำแพง ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางในการผลิตสินค้าประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง ใช้ระยะเวลาศึกษา 1 ปี 6 เดือน เริ่มดำเนินการศึกษาในเดือน มกราคม 2549 ถึง 30 มิถุนายน 2550 ผลการศึกษามีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้ ผู้ประกอบการโอท็อปส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่มีกิจการเดิมอยู่แล้ว มีระยะเวลาการดำเนินการมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี มากที่สุด เป็นกิจการในครอบครัวมีพนักงานไม่เกิน 5 คน ตลาดสินค้าหลักเป็นตลาดภายในประเทศ ผลการคัดสรรให้สินค้าโอท็อประดับ 1-5 ดาวในปีที่ผ่านมา (2548) พบว่า ไม่ผ่านการคัดสรรเป็นส่วนมากถึงร้อยละ 68.3 สำหรับสภาพการดำเนินงานทางธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการโอท็อปส่วนใหญ่มีการวางแผนการดำเนินธุรกิจประจำปีเพียงร้อยละ 50 ของผู้ประกอบการ โดยแบ่งเป็นการวางแผนการตลาด ร้อยละ 57.1 การวางแผนการผลิตสินค้า ร้อยละ 35 ปัญหาที่พบในการดำเนินงานธุรกิจ มี 5 ประเด็นคือ คือ ระบบเทคโนโลยีการออกแบบ (40 %) ระบบบัญชีและการเงิน (39.3%) ระบบการตลาด (35.7%) และระบบการผลิตสินค้า (10.7%) ตามลำดับ ผู้ประกอบการโอท็อปให้ความเห็นว่า เคยเข้ารับการฝึกอบรมแผนธุรกิจ ร้อยละ 50 และเห็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจของตนเองจากการฝึกอบรมครั้งนี้ ในภาพรวม ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา และยุทธศาสตร์ของประเทศเกี่ยวกับโอท็อป คือ ผู้ประกอบการยังขาดเงินทุนหมุนเวียน ขาดความรู้ในการจัดทำแผนธุรกิจ ดันทุนวัตถุดิบสูง เป็นต้น ผู้วิจัยได้แสดงรูปแบบการดำเนินงานทาง

ธุรกิจที่เหมาะสม ในธุรกิจ สามประเภทคือ ธุรกิจหมวดกะโล่ (หมวดพื้นเมืองเชียงใหม่) ธุรกิจ
เทียนหอม และกลุ่มธุรกิจกระดาษสา รายละเอียดตามภาคผนวก

Abstract

The objective of research has two main points: (1) to analyzes the OTOP group's business operations, and (2) to find the suitable business operations. Sankampaeng area is the study area ,because it is the centre of the production of textile household utensils group, and decorative item Group. The duration of the study is from January 2006 to June 2007 (1.5 years). The result of the study shows the majority of OTOP enterprises that have been established since 1996 (more than ten years ago). The business organization is family business. The domestic market is the main market for the OTOP products. In addition, the result of the selection for OTOP Champion Product(Five star product) in 2006 showed that 68.3% of OTOP products could not pass the selection criteria. The statistical report shows that only 50% of OTOP enterprises have business plan, 57.1 % marketing plan, and 35 % production plan. The OTOP enterprises got business problems in five points: technology of product design(40%) , accounting and finance(39.3%),marketing (35.7%),and production (10.7%). 50% of the OTOP enterprises have experience in training of business planning and also find the direction of business development by themselves from this training. In conclusion, the result of the study shows the convergent direction as the research studied in the past and national strategy of OTOP. For example, the OTOP enterprises have unbalance finance system, insufficient of knowledge for setting business plan, and high cost of material etc.

Lastly, we demonstrate the suitable business operations in three kinds of business: hand made caps (traditional cap of Chiangmai), fragment candles, and Sa paper utensils (showed in Appendix).