

ชื่อเรื่อง	ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการหัตถกรรมไม้楠ม่วง บ้านสันเข้าแคนกลาง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาวพจนานา สมัครเขตกรกิจ
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.ยรรบง สิทธิชัย

บทคัดย่อ

ปัญหาพิเศษ เรื่อง ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการหัตถกรรมไม้楠ม่วง บ้านสันเข้าแคนกลาง ตำบลห้วยทราย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารับฟังการผลิตและการตลาดของการดำเนินงานของผู้ประกอบการหัตถกรรมไม้楠ม่วง 2) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการตามแนวความคิดด้านการผลิต การตลาด และการเงิน ของผู้ประกอบการหัตถกรรมไม้楠ม่วง ตำบลห้วยทราย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ และ 3) เพื่อศึกษาการดำเนินงานของผู้ประกอบการหัตถกรรมตำบลห้วยทราย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ และ 4) ศึกษาปัญหาในการดำเนินงานของผู้ประกอบการหัตถกรรมไม้楠ม่วงตำบลห้วยทราย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษารั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตวิธีการทำงาน การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม ผู้ประกอบการ และบุคคลกรในกลุ่ม จำนวน 5 ราย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและรายงานผลการวิจัยในรูปของการบรรยาย เชิงพรรษณนา

ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการหัตถกรรมไม้楠ม่วง บ้านสันเข้าแคนกลาง ตำบลห้วยทราย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ เริ่มประกอบกิจการในปี พ.ศ. 2546 โดยมีชุดมุ่งหมายเพื่อสืบสานศิลปะ ภูมิปัญญา และการส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน ซึ่งการดำเนินงานแต่ละด้านของกลุ่มสามารถสรุป ได้ดังนี้

การดำเนินงานด้านการจัดการ มีการวางแผนโดยการกำหนดคิวสัญทัศน์ การกิจวัตถุประสงค์ พร้อมทั้งวิเคราะห์สถานการณ์ของกลุ่ม เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน และกำหนดกลยุทธ์ของกลุ่ม แต่แผนดังกล่าวไม่ปรากฏเป็นลายลักษณ์อักษร การจัดองค์กรและการจัดการด้านบุคคล อำนาจการดำเนินงานยังขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการเป็นส่วนใหญ่ บุคลากรเป็นช่างฝีมือที่มีความชำนาญ ผู้ประกอบการได้มีการลงใจบุคคลกร โดยใช้ค่าตอบแทนในรูปของตัวเงินเป็นหลัก มีการควบคุมคุณภาพการผลิตสินค้า เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

การดำเนินงานด้านการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เป็นหลัก เน้นความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า ทำการตั้งราคาตามความยากง่ายของผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่ายมีกลุ่มลูกค้า 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาติดต่อกับกลุ่มโดยตรง มีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และกลุ่มผู้ค้าคนกลาง ไม่มีการวางแผนการตลาดที่จำแนกตามสถานที่ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการตลาด มีการประชาสัมพันธ์ในงานแสดงสินค้า และส่งเสริมการขายแก่ลูกค้าด้วยการให้ส่วนลด

การดำเนินงานด้านการผลิต ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์การวางแผนการผลิตเท่ากับความต้องการหรือการสั่งซื้อสั่งทำ วัดถูกดินทำการจัดซื้อเป็นประจำจากผู้ค้าส่งรายเดิม บางชนิดเป็นวัดถูกดินเป็นเงินสดและไม่มีหนี้ค้างชำระ ลูกค้าแบ่งชำระเงินเป็น 2 ส่วน คือ ค่ามัดจำ และชำระเมื่องานเสร็จ

ปัจจุบันและอุปสรรคในการดำเนินงาน พบว่า ปัจจุบันใหญ่ คือการขาดการวางแผนในการดำเนินงานแบบทุกวัน ด้านการจัดการยังขาดผู้มาสืบทอดงานไม่มีอ อำนาจความรับผิดชอบขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการคนเดียว การตลาดไม่มีการวางแผนระยะยาว การผลิตช่างไม่มีอ ไม่เพียงพอ กับความต้องการผลิตภัณฑ์ ไม่มีการบริหารสินค้าคงคลังที่มีคุณภาพส่วนด้านการบัญชี การเงินไม่มีการจัดการระบบบัญชีและรายงานทางการเงิน

Title	Project Outcome of Mango wood Handicraft of Ban Sankonkabhlang, Huaysai Sub-district, Sankamphang District, Chiangmai
Author	Miss.Photjana Samaketket
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Professor Emeritus Dr.Yanyong Sitdhichai

ABSTRACT

The objectives of this study are: 1) to study the context of production and marketing of entrepreneurs of mango wood handicraft of Ban Sankonkabhlang, Huaysai sub-district Sankamphang district, Chiangmai province 2) to study the management according to concept of production, marketing and financial of entrepreneurs of mango wood handicraft 3) to study their business operation and 4) to study the problems in the operation of mango wood handicraft business of ban Sankonkabhlang, Huaysai Sub-district, Sankamphang district, Chiangmai province

In this study, data were collected by observation of the operation method, deep interview and group interview in the forms of trader group (5 persons in the group). Then the data was analyzed qualitatively and reported in the descriptive analysis

The result found that the group of participants started production in the year 2003. The objective of the operation was to carry on arts, knowledge and to promote the occupations in their community in which each section of the operation can be summarized as follow.

For management operation, there was the planning by setting up the vision, mission, objectives, including analyses strong situation, in order to analyze the strong point and the weak point and set down the group strategy. But this plan had not been written. For the management of organization and personnel section, most operation power was based on the entrepreneurs. Most personnel were skillful craftsmen. The entrepreneurs have induced their personnel by paying them the money for the remuneration. There was the quality controlling in the production in order to support the customers' needs

As for the marketing operation section, the entrepreneurs paid more attention to marketing mix of production. The products were made in various styles to support the customers' need and for their satisfaction. The products' prices were determined by difficulty of production process. There were 2 groups of customers: the direct customers which including Thai people and foreigners, and another group which was the retailers. There was promotion in exhibition and public relation for the customers by offering the discounts

As for production section, the entrepreneurs planned their production volume according to product orders. The raw materials were usually supplied from the former wholesale dealers. There was no stock of raw materials to support the production. There was quality checking in all steps of production

As for the finance and accounting section, the entrepreneurs had no advanced plan for their expenses and did not create the financial report systematically. The payment for the raw materials was by cash and there was no debt for this part. Their customers made payment 2 times: first for deposit and last payment made when their orders were completed

Most problems and obstacles were the lack of all operation planning. It lacked successors to the craftsman in management section. The responsibility power was based on the entrepreneurs only. There was no long plan for the marketing. As for production, the craftsmen were insufficient to the needs. There was not good stock management. Lastly, there was no accounting and financial reporting