



ผลกระทบของการเปิดประชาคมอาเซียนต่อกลุ่ม SME ในภาควันออกเฉียงเหนือ :

กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมเสื้อกบบ้านแพง อ.โกสุมพิสัย จ.มหาสารคาม

อารยพงศ์ ช่วยศรี *

สีดา สอนศรี **

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงผลกระทบต่อกลุ่ม SME ก่อนการเปิดประชาคมอาเซียนและการเตรียมรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้น รวมถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของธุรกิจเพื่อเข้าแข่งขันในตลาดการค้าของกลุ่มประชาคมอาเซียน โดยใช้แบบสอบถามกับสมาชิกผู้ผลิต ผู้ค้าปลีกในบ้านแพง และแบบสัมภาษณ์กับประธาน รองประธานของกลุ่มหัตถกรรม ผู้ใหญ่บ้าน นายกองค์การบริหารส่วนตำบล พัฒนาชุมชนตำบล และพัฒนาชุมชนอำเภอ

ผลการศึกษาพบว่า มีผู้ค้าบางส่วนทราบและได้รับผลกระทบเมื่อมีการเปิดประชาคมอาเซียนและมีการเตรียมรับถึงผลกระทบนั้นแล้ว กลุ่มจึงมีการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้เกิดความหลากหลายทั้งลดและเพิ่มสินค้าใหม่ๆให้ออกมามากยิ่งขึ้น มีการสร้างลายเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มตนเอง มีการเปิดตลาดใหม่ๆออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศในอาเซียน เช่น กัมพูชา ลาว เวียดนาม เป็นต้น และมีการจัดหาแหล่งวัตถุดิบเพิ่มเติมเพื่อป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิตเพิ่มมากขึ้น ในอนาคตข้างหน้าสิ่งที่ทางกลุ่มหัตถกรรมเสื้อกบอยากให้อำเภอหรือท้องถิ่นให้การช่วยเหลือ ในด้าน เงินทุน รวมทั้งการอบรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ การหาตลาดใหม่ๆเพื่อส่งออกหรือจำหน่ายภายในประเทศ

คำสำคัญ : ประชาคมอาเซียน/กลุ่ม วิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม/ กลุ่มเสื้อกบบ้านแพง

* นิธิศปริญญากา, สาขานโยบายสาธารณะ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

** รองศาสตราจารย์, วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม , อาจารย์ที่ปรึกษา



The Impact of the ASEAN Economic Community (AEC) to SME in the Northeast Regions: A Case Study of Ban Phaeng Craft Reed Mat Group Kosumpisai District ,Mahasarakham Province.

Arayaphong Chuaysri *

Sida Sonsri **

Abstract

The purposes of this research in to study of the Impact of the ASEAN Economic Community (AEC) to SME in the Northeast Regions of Thailand. The researcher uses case study of Ban Phaeng Craft Reed Mat Group Kosumpisai District, Mahasarakham. This study Analyses the strengths, weaknesses, opportunities and threats in order to open the market to ASEAN in the future. The Questionnaires are distributed to the members of Craft Reed Mat group and the interview are also conducted to the dealers in Ban Phaeng and the village headmen, chief executive of the SAO, the community development district and the community development district.

The study found out that, some traders realize that the products will be affected if they open the market to ASEAN so they prepare to produce the varieties of both in design, color of the products in order to compete with the other traders in ASEAN, especially Cambodia, Laos, and Vietnam, Aside from that, the local traders prepare to look for the other new materials to produce Craft Reed Mat in attracting the supplier and the government should subsidize the local SME.

Keywords: ASEAN Economic Community/Small and Medium Enterprises (SME)/ Ban Phaeng
Craft Reed Mat Group

* *Master of Public Administration ,College of Politics and Governance, Mahasarakham University*

** *Associate Professor , College of Politics and Governance, Mahasarakham University ,Adviser*



บทนำ

ในประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือที่เรียกว่าสินค้าOTOP นั้นได้รับการริเริ่มด้วยรัฐบาลเห็นว่าเวลาที่ประเทศชาติกำลังเผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจและประชาชนทุกระดับประสบปัญหาต่างๆปัญหาหนึ่งที่ประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศถูกรุมเร้าคือปัญหาความยากจน รัฐบาลจึงได้ประกาศสงครามกับความยากจนโดยได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภาว่าจะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาดชุมชนแพ่งเป็นชุมชนที่เน้นการท่องเที่ยวออกมาตั้งแต่อดีต ผลิตภัณฑ์ ของบ้านแพ่งนั้น ได้รับการปรับปรุงให้มีความทันสมัยทั้งในเรื่องรูปแบบ และลวดลาย ทำให้บ้านแพ่ง กลายเป็นหมู่บ้าน OTOP ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักกันดีในด้านผลิตภัณฑ์ส่งออกทั้งจากในและ ต่างประเทศ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ชุมชนกลายเป็นแหล่งศึกษาดูงานในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและได้รับคัดเลือกเป็นย่านการค้าจังหวัดมหาสารคาม “เส้นสายหัตถกรรมเสื้อกบบ้านแพ่ง”

การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลกระทบที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่กลุ่มธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs)จะได้รับโดยตรงคือการแข่งขันในด้านต่างๆเช่น ตัวผลิตภัณฑ์ ราคา คุณภาพ เป็นต้น การศึกษานี้จึงเป็นการศึกษาถึงผลกระทบและการเตรียมรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้น รวมทั้งศึกษาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของธุรกิจจะสามารถต่อสู้กับปัจจัยต่างๆที่จะเข้ามาได้หรือไม่ เพื่อเข้าแข่งขันในตลาดการค้าของกลุ่มประชาคมอาเซียน ซึ่งเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่มากขึ้นและสร้างรายได้ให้ท้องถิ่นมีเศรษฐกิจที่ดีขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงจุดแข็งจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์และนำจุดอ่อนมาพัฒนาและปรับปรุงตัวผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างรายได้ให้กับกลุ่มหัตถกรรมทอเสื้อกบ
2. เพื่อทราบถึงโอกาสและอุปสรรคของกลุ่มหัตถกรรมทอเสื้อกบ ว่าจะสามารถก้าวเข้าแข่งขันกับประเทศในอาเซียนได้หรือไม่



3. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบและการเตรียมตัวรับถึงผลกระทบของการเปิดประชาคมอาเซียนที่จะเกิดขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือคือแบบสัมภาษณ์ (Interview studies) และแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อศึกษาผลกระทบของการเปิดประชาคมอาเซียน ต่อกลุ่ม SME ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มหัตถกรรมเสื้อกบฏบ้านแพง อ.โกสุมพิสัย จ.มหาสารคาม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกในกลุ่มหัตถกรรมบ้านแพง ประกอบด้วยกลุ่มที่ทำการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเสื้อกบฏ จำนวน 324 คน (พัฒนาชุมชนอำเภอโกสุมพิสัย 2555) โดย แบ่งเป็น ประธานของกลุ่มหัตถกรรมและผู้นำชุมชนภายในพื้นที่บ้านแพง เช่นนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ผู้ใหญ่บ้านจำนวน 5 หมู่ และพัฒนาชุมชนตำบล จำนวน 25 คน และสมาชิกของกลุ่มหัตถกรรมเสื้อกบฏบ้านแพงจำนวน 299 คน รวมทั้งสิ้น 324 คน ผู้วิจัยจะนำประชากรทั้ง 324 มาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยในครั้งนี้เนื่องจากต้องการทราบความคิดเห็นและความต้องการของประชากรทั้งหมด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ ซึ่งสัมภาษณ์ประธานของกลุ่มหัตถกรรมภายในหมู่บ้านจำนวน 25 คนและผู้บริหารของรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินการของกลุ่มหัตถกรรมคือนายกองค์การบริหารส่วนตำบลแพง ผู้ใหญ่บ้านของแต่ละหมู่บ้านจำนวน 5 หมู่บ้าน และพัฒนาชุมชนตำบลโดยใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยการสัมภาษณ์แบบมุ่งประเด็นไปที่ความคิดเห็นและความเข้าใจในเรื่องการเปิดประชาคมอาเซียน การทราบถึงผลกระทบ และการเตรียมรับมือกับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับ กลุ่มหัตถกรรมเสื้อกบฏของบ้านแพง

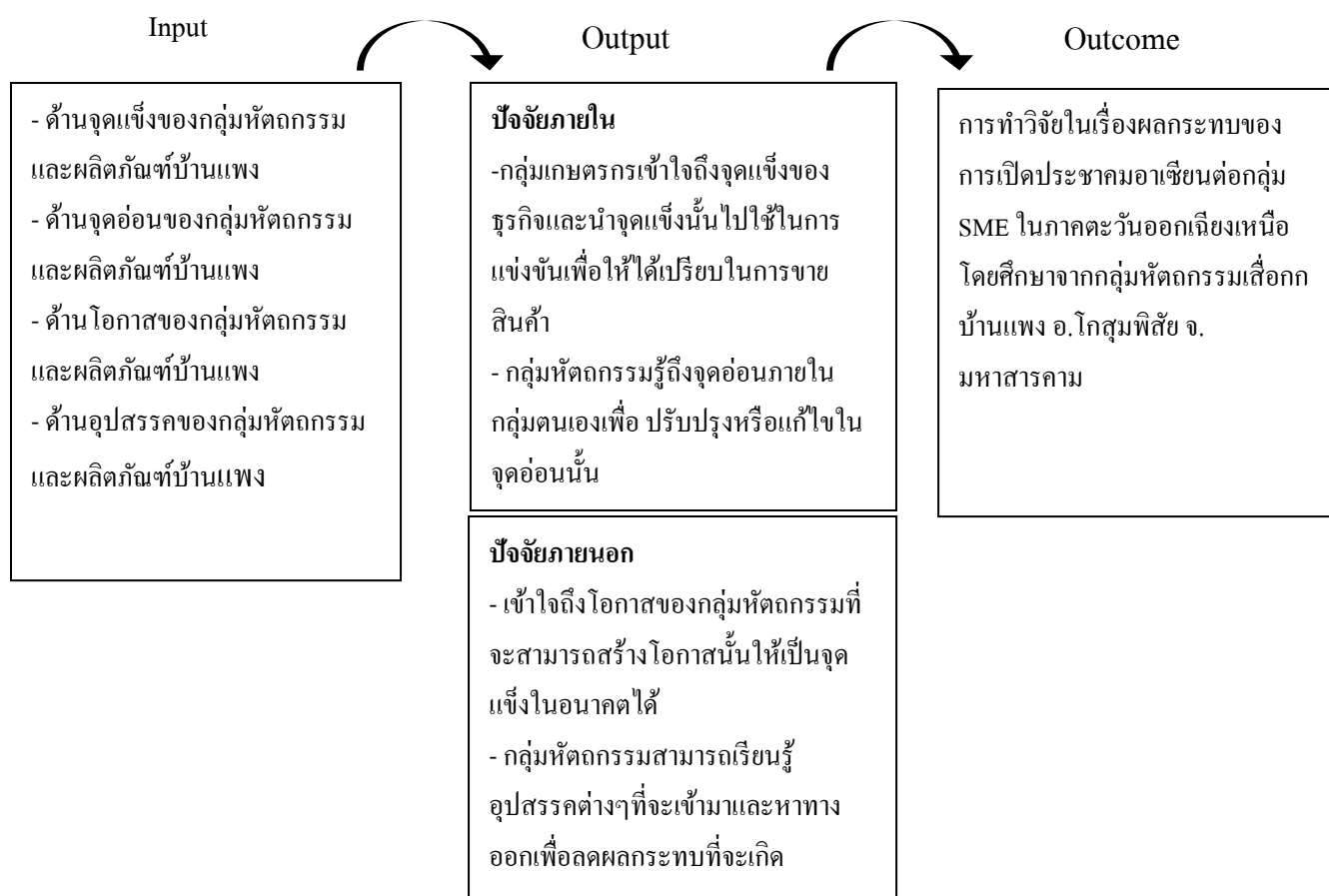
แบบสอบถามซึ่งจะสอบถามจากสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมบ้านแพงนอกเหนือจากประธานกลุ่มหัตถกรรมจำนวน 299 คน



โจทย์การวิจัย

1. การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีผลกระทบต่อกลุ่มหัตถกรรมทอเสื่อกกบ้านแพงอย่างไร
2. กลุ่มหัตถกรรมมีจุดแข็งและจุดอ่อนอย่างไรและกลุ่มหัตถกรรมมองเห็นโอกาสในการในการแข่งขันเปิดประชาคมอาเซียนอย่างไรและทางกลุ่มมีอุปสรรคที่เกิดขึ้นอย่างไร
3. ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นทางกลุ่มมีการปรับตัวรับกับผลกระทบนั้นอย่างไร

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ผลการวิจัย

การศึกษา ผลกระทบของการเปิดประชาคมอาเซียนต่อกลุ่ม SME ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ :
กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมเสื่อกกบ้านแพง อ.โกสุมพิสัย จ.มหาสารคาม สรุปผลได้ ดังนี้



สมาชิกของกลุ่มหัตถกรรมเสื้อกบบ้านแพง อ.โกสุมพิสัย จ.มหาสารคาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 50-59 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท

ผลกระทบของการเปิดประชาคมอาเซียนต่อกลุ่ม SME ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : กรณีศึกษา

กลุ่มหัตถกรรมเสื้อกบบ้านแพง อ.โกสุมพิสัย จ.มหาสารคาม พบว่า สมาชิกของกลุ่มหัตถกรรมเสื้อกบบ้านแพง สามารถทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านจุดแข็งของกลุ่มหัตถกรรมเสื้อกบบ้านแพง อยู่ในระดับมาก โดยสามารถแยกรายละเอียดเรื่องจุดแข็งของกลุ่มหัตถกรรมเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ลวดลายของสินค้าในกลุ่มมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.82 ทำเลที่ตั้งของทางกลุ่มทำให้เกิดความได้เปรียบในการซื้อขายผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.81 สมาชิกภายในกลุ่มมีการคิดพัฒนาลวดลายรูปแบบใหม่ๆ ให้กับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.79 กลุ่มหัตถกรรมเกิดจากความต้องการสืบทอดภูมิปัญญาของคนในชุมชน อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.76 กลุ่มหัตถกรรมมีการสร้างเครือข่ายไปยังชุมชนอื่นๆอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.73 ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เกิดจากการผลิตของคนในกลุ่ม หรือจากคนในชุมชนนำมาฝากจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.69 กลุ่มหัตถกรรมเป็นกลุ่มที่ได้รับเชิญกลุ่มแรกๆ ที่เข้าร่วมงานจัดแสดงสินค้าต่างๆ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.59

2. ด้านจุดอ่อนของกลุ่มหัตถกรรมเสื้อกบบ้านแพง ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ ปานกลาง โดยสามารถแยกรายละเอียดเรื่องจุดอ่อนของกลุ่มหัตถกรรมเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ สมาชิกยังขาดความรู้ในเรื่องของภาษาหาก ส่งผลิตภัณฑ์ไปยังต่างประเทศ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.56 กลุ่มหัตถกรรมยังขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐ อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.54 วัตถุดิบในการนำมาผลิตมีจำนวนไม่เพียงพอ อยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.37 วัตถุดิบมีราคาแพงและอยู่ห่างจากชุมชนผู้ผลิต อยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.28 การรวมตัวของสมาชิกในกลุ่มยังขาดความต่อเนื่อง อยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.20 การเก็บรักษาสินค้าทำได้ยาก อยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.17 ทางกลุ่มยังขาดสมาชิกที่เป็นวัยแรงงาน อยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.01

3. ด้านโอกาสของกลุ่มหัตถกรรมเสื้อกบบ้านแพง อยู่ในระดับ มาก โดยสามารถแยกรายละเอียดเรื่องโอกาสของกลุ่มหัตถกรรมเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ ที่ตั้งของทางกลุ่มสร้างโอกาสให้สามารถสร้างยอดขายที่ดีเมื่อมีการเปิดประชาคมอาเซียน อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.94



เอกลักษณ์ที่มีความเฉพาะตัว ช่วยสร้าง จุดเด่นให้เกิดความน่าสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.80 ลวดลายใหม่ๆช่วยกระตุ้นยอดขายของกลุ่ม หัตถกรรม อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.80 การเคลื่อนย้ายอย่างเสรีจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะสามารถเข้าทำตลาดในประเทศ เพื่อนบ้านได้ อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.77 งานแสดงสินค้าช่วยสร้างรายได้เข้ามาในกลุ่มเพิ่มมากขึ้น อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.77 เทศกาลต่างๆสามารถเพิ่มจำนวนการขาย ให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.75 ความต้องการสืบทอดภูมิปัญญาช่วยสร้างการเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.70 ท่านคิดว่าเกิดการสร้างเครือข่ายไปยังหมู่บ้านข้างเคียงในการนำสินค้ามาฝากขาย กับทางกลุ่มหัตถกรรม อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.59

4. ด้านอุปสรรคของกลุ่มหัตถกรรมเลือกบ้านแพ่งส่วนใหญ่อยู่ในระดับ มาก โดยสามารถ แยกรายละเอียดเรื่องอุปสรรคของกลุ่มหัตถกรรมเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ รัฐควรเข้ามา สนับสนุนในด้านต่างๆของทางกลุ่มหัตถกรรมอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.98 ประชาชน ในท้องถิ่นควรหันมาสนใจในผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นตนเอง อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.88 ราคาของ วัตถุดิบในการผลิตมีราคาเพิ่มขึ้นเนื่องจากพ่อค้าคนกลาง อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.61 ควรมีการ ประชาสัมพันธ์ในเรื่องของผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.58 ชุมชนอื่นๆมีการ เลียนแบบในการสร้างลวดลาย และในตัวผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.53 เกิดการตัดราคา กันเองระหว่างกลุ่มที่ทำผลิตภัณฑ์เดียวกันหรือคล้ายกันอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.35 การขนส่งไปยังที่จัดงานต่างๆยังไม่สะดวก อยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.31 ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มถูกกด ราคาโดยพ่อค้าคนกลาง อยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.24

อภิปรายผล

ผลการศึกษาผลกระทบของการเปิดประชาคมอาเซียนต่อกลุ่ม SME ในภาควันออกเฉียงเหนือ : กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมเลือกบ้านแพ่ง อ.โกสุมพิสัย จ.มหาสารคาม มีประเด็นที่น่าสนใจนำมา อภิปราย ดังนี้

1. ปัจจัยภายในของกลุ่มหัตถกรรม

1.1 ด้านจุดแข็งของกลุ่มหัตถกรรมเลือกบ้านแพ่ง อยู่ในระดับ มาก 3 อันดับแรกคือลวดลาย ของสินค้าในกลุ่มมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ท่าเลที่ตั้งของทางกลุ่มทำให้เกิดความได้เปรียบในการซื้อขาย ผลิตภัณฑ์ สมาชิกภายในกลุ่มมีการคิดพัฒนาลวดลาย รูปแบบใหม่ๆให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ พระมหาวิฑูรย์ เป็นกระโทก (2551) ที่พบว่า เลือกในอดีตพอขึ้นมาเพื่อใช้ในครัวเรือน แลกเปลี่ยน สิ่งของ และถวายพระเท่านั้น แต่ปัจจุบันเป็นการผลิตเพื่อสืบสานภูมิปัญญาพื้นบ้าน และเพื่อยังชีพ โดย



มุ่งเน้นการผลิตเชิงพาณิชย์หรือผลิตเพื่อจำหน่ายการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านในการพัฒนาเลือกเชิงพาณิชย์ และทัศนาวลัย พรหมเสน (2547) พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์จะต้องสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์เพื่อดึงดูดใจลูกค้าให้ซื้อด้วยการใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นที่กลุ่มผลิตเองมาเป็นจุดขายด้านราคาจะต้องมีการเปรียบเทียบราคาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวากับสินค้าทดแทนผ้าไหมชนิดต่างๆที่อยู่ในระดับเดียวกัน เพื่อกำหนดราคาให้เหมาะสมและยุติธรรม ในด้านการจัดจำหน่ายจะต้องปรับปรุงศูนย์จำหน่ายเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าและเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาซื้อมากขึ้น และต้องสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง ด้านการส่งเสริมการตลาดจะต้องออกร้านร่วมงานในงานต่างๆที่จัดขึ้นในจังหวัดอื่นๆ อย่างสม่ำเสมอ มีการทำเอกสารเผยแพร่แนะนำสินค้า มีการจัดกิจกรรมการประกวดผลิตภัณฑ์การฝึกอบรมสมาชิก และแรงจูงใจให้แก่สมาชิกในกลุ่ม

1.2 ด้านจุดอ่อนของกลุ่มหัตถกรรมเลือกบ้านแพง อยู่ในระดับ ปานกลาง 3 อันดับแรก คือ สมาชิกยังขาดความรู้ในเรื่องของภาษาหาก ส่งผลิตภัณฑ์ไปยังต่างประเทศ กลุ่มหัตถกรรมยังขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐ วัตถุดิบในการนำมาผลิตมีจำนวนไม่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับอภิญา จันทะหาร (2551) พบว่า สมาชิกขาดความรู้ ประสบการณ์ และทักษะในการบริหารและดำเนินการ การจัดการด้านการผลิต และจิรารัตน์ พัฒนาคูหะ (2551) ที่พบว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบต./เทศบาล/อบจ. ไม่ให้การสนับสนุนงบประมาณแก่สมาชิก ด้านการสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์แก่กลุ่มที่เป็นสมาชิก พบว่าการขอการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานต่างๆมีความยากและมีขั้นตอนที่ซับซ้อน ด้านการสนับสนุนการเพิ่มช่องทางการตลาดแก่กลุ่มที่เป็นสมาชิกพบว่า กำลังการผลิตของกลุ่มสมาชิกไม่สามารถสนองตอบความต้องการของตลาดได้ ด้านการสนับสนุนแนะนำ และช่วยเหลือการยกระดับกลุ่มสมาชิกสู่มาตรฐาน พบว่ากลุ่มสมาชิกขาดความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ ด้านการส่งเสริมให้สมาชิกเครือข่ายดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องพบว่า กลุ่มสมาชิกไม่เข้าร่วมประชุมอย่างสม่ำเสมอ

2. ปัจจัยภายนอกของกลุ่มหัตถกรรม

2.1 ด้านโอกาสของกลุ่มหัตถกรรมเลือกบ้านแพงอยู่ในระดับ มาก 3 อันดับแรกคือที่ตั้งของทางกลุ่มสร้างโอกาสให้สามารถสร้างยอดขายที่ดีเมื่อมีการเปิดประชาคมอาเซียน เอกลักษณ์ที่มีความเฉพาะตัว ช่วยสร้าง จุดเด่นให้เกิดความน่าสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ ลวดลายใหม่ๆช่วยกระตุ้นยอดขายของกลุ่มหัตถกรรมซึ่งสอดคล้องกับ ธานีทร์ ศิลป์จารุ (2549) ที่พบว่า ระบบการติดต่อสื่อสารปัจจุบันมีความสะดวกและรวดเร็ว วัตถุดิบในพื้นที่มีเป็นจำนวนมากและได้มาตรฐานจึงผลิตสินค้าได้คุณภาพสูง ตลาดสินค้าขยายตัวเพิ่มขึ้น และลูกค้ามีความสนใจดูแลรักษาสุขภาพมากขึ้นจึงส่งผลดีต่อ



ยอดขาย และ อภิญญา จันทะหาร (2551) พบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสื่อที่เลือกพบว่า เลือกที่สีสันลวดลาย และชื่อเสียงความเชื่อถือของผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก ราคาและคุณภาพเป็นอันดับต่อมา ลูกค้านับว่าส่วนใหญ่จะซื้อเพื่อพบ ที่นอขายสังเคราะห์เพื่อนำไปใช้และเป็นของฝาก

2.2 ด้านอุปสรรคของกลุ่มหัตถกรรมสื่ออกบ้านแพง อยู่ในระดับ มาก 3 อันดับแรก คือรัฐควรเข้ามาสนับสนุนในด้านต่างๆของทางกลุ่มหัตถกรรมอย่างต่อเนื่อง ประชาชนในท้องถิ่นควรหันมาสนใจในผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นตนเอง ราคาของวัตถุดิบในการผลิตมีราคาเพิ่มขึ้นเนื่องจากพ่อค้าคนกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ ธาณินทร์ ศิลป์จารุ (2549) พบว่า ระดับภาวะราคาน้ำมันมีแนวโน้มสูงขึ้น ค่าเงินบาทแข็งตัวทำให้สินค้าส่งออกได้ยาก อัตราค่าครองชีพของประชาชนสูงขึ้นทำให้อำนาจการซื้อลดลง ไม่ได้รับการสนับสนุนเงินกู้จากสถาบันการเงินเหมือนในอดีต ธุรกิจมีขนาดเล็กการระดมทุนผ่านตลาดหลักทรัพย์จึงทำได้ยาก และทัศนาวลัย พรหมเสน (2547) พบว่าหน่วยงานภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานที่สามารถส่งออกได้ นอกจากนั้นยังส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่โครงการ และประสานงานกับทุกฝ่ายในการจัดกิจกรรมหรืองานเทศกาล ประเพณี ส่วนปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐนั้น คือ ปัญหาพ่อค้าคนกลาง และการขาดทักษะในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ แนวทางแก้ไข คือ กลุ่มผู้ผลิตควรให้ความร่วมมือในการต่อสู้กับพ่อค้าคนกลางและรัฐควรส่งเสริมด้านเทคโนโลยีการผลิต

ข้อเสนอแนะ

1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ควรมีการวางแผนสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง และเป็นรูปธรรม การให้การสนับสนุนกับทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม

1.2 ภาครัฐ หรือหน่วยงานของรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรสร้างและส่งเสริมให้เห็นคุณค่าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดมา

2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

2.1 ควรมีการจัดหาตลาดที่ให้ผู้สามารถขายสินค้าเพื่อเป็นการส่งเสริมรายได้และมีการประชาสัมพันธ์ให้ต่อเนื่อง

2.2 ภาครัฐควรมีการลงมาพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และเสนอแนวทาง ในการสนับสนุนผลิตภัณฑ์

2.3 ควรมีการสร้างตราสินค้าที่ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในสินค้านั้น



2.4 รัฐควรมีการอบรม พัฒนา ศักยภาพของผู้ผลิต เช่นพัฒนาตลาดของสินค้า ให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆออกสู่ท้องตลาด

3 ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยครั้งต่อไป

3.1 การวิจัยในเรื่องนี้เกิดจากการนำหลัก SWOT Analysis มาเป็นรูปแบบในการวิจัย ควรมีการทำการวิจัยในหลักอื่นๆเพิ่มมากขึ้นเพื่อนำมาเปรียบเทียบกับหลักเดิมที่มีอยู่

3.2 การวิจัยเรื่องผลกระทบของการเปิดประชาคมอาเซียนต่อกลุ่ม SME ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ: กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมเสื้อกบบ้านแพง อ.โกสุมพิสัย จ.มหาสารคาม เป็นการวิจัยก่อนที่มีการเปิดประชาคมอาเซียน ดังนั้นควรมีการทำการวิจัยหลังจากที่มีการเปิดประชาคมอาเซียน ด้วยว่ากลุ่มหัตถกรรมได้รับผลกระทบเช่นไร มากน้อยเพียงใด

3.3 ควรมีการนำหลักSWOT Analysis ไปใช้วิเคราะห์ถึงกลุ่ม SME หรือกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆด้วย เพื่อให้สามารถทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มนั้นๆ

บรรณานุกรม

- กรรชิต พุทธโกษา. (2554). กรอบประเด็นการวิจัยของประเทศไทยให้พร้อมรับสถานการณ์การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- จาริตา หินขาว และ กันยรัตน์ สุขวันกุล. (2553). การจัดการผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษา : กลุ่มแม่บ้านสามัคคีพัฒนา บ้านลำเต่า หมู่ 1ตำบลสามัคคีพัฒนา อำเภออากาศอำนวย จังหวัดสกลนคร. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติจังหวัดสกลนคร
- จิรพันธ์ สุกญา และวีระพงศ์ มาลัย. (2553). วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ. วารสารนักบริหาร. 30 (4) 219-223.
- จิรรัตน์ พัฒนคูหา. (2551). กลยุทธ์การพัฒนาเครือข่ายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดกำแพงเพชร. รายงานวิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรม การพัฒนา, มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- จี.เบซ แอลโลเอ็นซ์ (บริษัทจำกัด). (2548). โครงการศึกษาผลกระทบที่มีต่อผู้ประกอบการค้าและบริการไทยอันเนื่องมาจากการจัดทำเขตการค้าเสรี. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์.



ชนินทร์ ชุนพันธ์รักษ์. (2546). **การจัดการธุรกิจขนาดย่อม** (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพมหานคร : สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

ชูวิทย์ มิตรชอบ. (2556). ยุทธศาสตร์การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ . วารสารสาระสนเทศ, ค้นเมื่อ 27 มกราคม 2557, จาก <http://www.ocsc.go.th/ocsc/th/files/CSTI/ASEAN%20UNIT/Chuvit%2027%20feb.pdf>.

เชาวรัตน์ เตเมียกุล. (2553). **การวิเคราะห์ SWOT**. วิทยาลัยเทคนิคสิงห์บุรี สถาบันการอาชีวศึกษาภาคกลาง2.

ชูชุม โอซากิ. (2547). **สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) กับการตลาด**. อาสาสมัครอาวุโสขององค์การความร่วมมือระหว่างประเทศของญี่ปุ่น (JICA Senior Volunteer).

ณัฐยานี อิศระนุกุลธรรม. (2549). **การประเมินสถานการณ์ปัจจัยภายนอกของกลุ่มผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในโครงการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 3-5 ดาว**. รายงานวิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจอุตสาหกรรม ภาควิชาบริหารเทคนิคศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

ทศพร หุ่นแก้ว. (2551). **การดำเนินงานและผลจากการได้รับการคัดสรรให้เป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ3-5 ดาวของธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น**. รายงานวิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ ภาควิชาธุรกิจอุตสาหกรรม, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

ทัศนาวลัย พรหมเสน. (2547). **แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์**. รายงานวิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ธนา สมพรเสริม และศักดิ์สิทธิ์ บุญพลากร. (2554). **แนวทางการพัฒนา OTOP ในเขตภาคเหนือ**. ภาควิชา เศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ.

ชนิด ไสรัดน์. (2556). **ผู้ประกอบการไทยกับการปรับตัวสู่ AEC . เอกสารบรรยายให้กับวิทยาลัยเซาธ์อีสตบางกอก** (2556, 2 พฤศจิกายน). วารสารสาระสนเทศ, ค้นเมื่อ 27 มกราคม 2557, จาก <http://www.southeast.ac.th/>.

ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2549). **การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์**. สาขาวิชาธุรกิจอุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม, 1(2) 3-16.



ชั้นมัธยม เจียรกุล. (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC.

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. วารสารนักบริหาร, 34(1).

นุชจริย ทิวาลัย. (2547). ภูมิปัญญาท้องถิ่น : การจัดการความรู้. ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนชลบุรี
กรมการพัฒนาชุมชน.

นัยนา พันธุไพโรจน์. (2549). การประเมินสถานการณ์ปัจจัยภายในของกลุ่มผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม ในโครงการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 3-5 ดาว. รายงานวิทยานิพนธ์
ปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจอุตสาหกรรม ภาควิชาบริหารเทคนิค
ศึกษบัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

พยุangkี้ชาติสุทธิผล. (2555). ถนนสู่ AEC เพื่อ SMEs ไทย. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม. วารสารสาระสนเทศ, ค้นเมื่อ 27 มกราคม 2557, จาก

<http://www.sme.go.th/Documents/internationalization/AEC.pdf>.

พัฒนาชุมชนอำเภอโกสุมพิสัย. (2555). แบบบัญชีรายชื่อผู้ประกอบการ OTOP ปี 2555 ตามประกาศ
ของจังหวัดมหาสารคาม. สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอโกสุมพิสัย.

พีระพล ถาวรณสุกเจริญ. (2556). ไทยกับการเป็นศูนย์กลางด้านคมนาคมของ AEC . เอกสารการ
สัมมนา TU-ASEAN Forum ครั้งที่ 7 (2556, 23 ธันวาคม). วารสารสาระสนเทศ, ค้นเมื่อ 27
มกราคม 2557, จาก <http://119.9.74.82/static/images/20140204/1391551602306.pdf>.

ภัทรธิดา ผลงาม. (2551). การพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP : กรณีศึกษาในกลุ่มทอ
ผ้า พื้นเมืองนาด้วง อ.นาด้วง จ.เลย. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

บุษศักดิ์ สุกสร. (2555). โอกาสและผลกระทบของ OTOP กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
(AEC). วารสารสาระสนเทศ, ค้นเมื่อ 27 มกราคม 2557, จาก

<http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.aspx?List=15dca7fb-bf2e-464e-97e5-440321040570&ID=1760>.

วรุณกาญจน์ วิเศษสร้อยชาญ. (2552). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจ OTOP กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้า
ไหมในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสาร. ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
การตลาด, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

วิฑูรย์ เป็นกระโทก. (2551). การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ จังหวัด
นครราชสีมา. รายงานวิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์,
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.



- ศิริพร เลิศยิ่งยศ. (2549). การศึกษาสภาพวิสาหกิจชุมชนทางด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์
กรณีศึกษากลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านคึมมะอุ-สวนหม่อน ต.หนองหว้า กิ่งอำเภอบัวลาย จังหวัด
นครราชสีมา. โปรแกรมวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- ศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2552). ผลกระทบของประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ต่อเศรษฐกิจการค้าของไทย ใน 6 ปีข้างหน้า. ศูนย์ศึกษาการค้า
ระหว่างประเทศ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2551). ผลกระทบของการเปิดเสรีทางการค้าภายใต้กรอบ
AFTA วารสารสาระสนเทศ, กันยายน 27 มกราคม 2557, จาก <http://tdri.or.th/> .
- สิดา สอนศรี. (2555). ความร่วมมือส่วนภูมิภาคแนวใหม่สำหรับประชาคมอาเซียน. มหาสารคาม :
อภิชาตการพิมพ์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2555). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ
สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559. สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย. (2555). รายงานการศึกษาโอกาสและผลกระทบของประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียนต่อกระทรวงมหาดไทย. สำนักนโยบายและแผน สำนักงานปลัดกระทรวง
มหาดไทย.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2544). บทบาทของ SMEs ต่อเศรษฐกิจไทย.
รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หน้า 1-18.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). สำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนและ
ท้องถิ่น (OTOP). กลุ่มสถิติเพื่อการบริหารงานภาครัฐ 2 สำนักสถิติสาธิต 2 สำนักงานสถิติ
แห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- สำนักอาเซียน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2554). การเตรียมความพร้อมของประเทศไทยเข้าสู่
ประชาคมอาเซียน ด้วยปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (เอกสารประกอบการบรรยาย) วันที่ 17
กันยายน 2554.
- อภิญญา จันทะหาร. (2551). ธุรกิจกลุ่มท่องเที่ยว บ้านหนองไม้ไผ่ ตำบลดอนเงิน อำเภอเชียงยืน
จังหวัดมหาสารคาม. รายงานการศึกษาระดับปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจ
การเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.



เอกนิติ นิติทัณฑ์ประภาศ, พิสิษฐ์ พัวพันธ์, พงศันคร โภชากรณ์, ศรพล ตูลยะเสถียร และสิริกัลยา เรือง
อำนาจ. (2553) **เขตการค้าเสรีอาเซียน : ที่มาและผลกระทบ และวิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจ
ได้อย่างมีคุณภาพ แม่นยำ และทันต่อเหตุการณ์เพื่อให้สามารถเสนอแนะนโยบายเศรษฐกิจมห
ภาคได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อสาธารณชน (บทวิเคราะห์).**
สำนักนโยบายเศรษฐกิจมหภาค สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง.

อุทร คิคดี. (2554). **การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอเสื้อกของชุมชนบ้านแพง จังหวัด
มหาสารคาม. รายงานการศึกษาอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
ปกครองท้องถิ่น วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.**