

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าเอกสารเกี่ยวกับแนวคิด และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัยเรื่อง กลยุทธ์เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจอาหารพื้นบ้าน ล้านนา ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมเกี่ยวกับความหมาย แนวคิด ความเป็นมา และหลักการที่เกี่ยวข้องโดยนำเสนอตามรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดการพัฒนา Smart Enterprise
- 2.2 แนวคิดวิสาหกิจชุมชน
- 2.3 ทฤษฎีความได้เปรียบจากการแข่งขันระหว่างประเทศ
- 2.4 แนวคิดเรื่อง SWOT Analysis
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดการพัฒนา Smart Enterprise

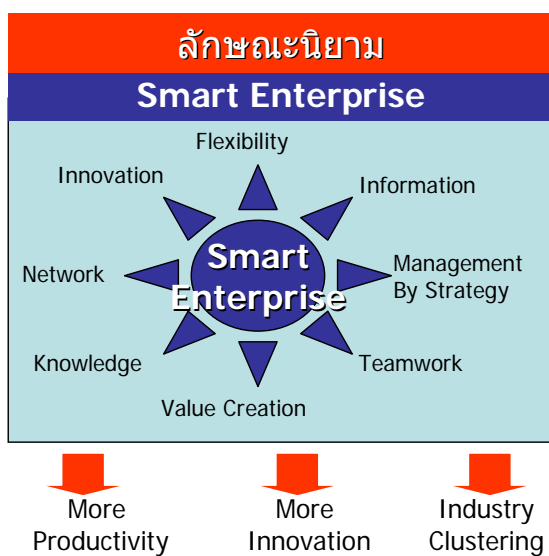
ดร.สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ได้กล่าวเปิดงาน Business Fair 2003 : SMEs Revolution วันที่ 8 สิงหาคม 2546 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ระบุถึงความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และวิสาหกิจชุมชน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในฐานะฐานรากของเศรษฐกิจไทยในการขับเคลื่อนประเทศสู่การแข่งขันในอนาคต โดยได้กล่าวไว้ในตอนหนึ่งดังนี้... “คำว่า *SMEs* ไม่ใช่ย่อมาจาก *Small and Medium Size Enterprise* แต่ต้องกลับกลายเป็น สิ่งที่เราเรียกว่า *Smart Enterprise* หรือ *Smart SMEs* *Smart Enterprise* คือบริษัทเล็กที่มีคุณค่า มีไอเดีย มีความสามารถในการสร้างความคิดใหม่ๆ รุกสู่ตลาดต่างประเทศได้ มีความคล่องตัว มี *Dynamic* สูง มีนวัตกรรม มีความคิดสร้างสรรค์ มีการเชื่อมโยงธุรกิจเป็นเครือข่าย มีขนาดองค์กรเหมาะสมพร้อมปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของตลาดโลกและมีศักยภาพในการพลิกผันสูง อันนี้คือสิ่งที่เราต้องการ เมื่อเราต้องการเราก็ต้องมองว่าหน่วยงานรัฐบาลที่เรามีอยู่มีอะไรบ้าง จริง ๆ แล้วเรามีครบทุกด้านเลย เพียงแต่ว่ายังขาดการเชื่อมโยงการประสานงานเป็นหนึ่งเดียว อันนี้สำคัญมาก”

##### 2.1.1 ลักษณะ Smart Enterprise

Smart SMEs หรือ Smart Enterprise หมายถึง “องค์กรที่สามารถเข้าถึงข่าวสาร วิเคราะห์ และประมวลข่าวสารไปสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เพิ่มมูลค่า บริหารจัดการด้วยกลยุทธ์ ที่

นำไปสู่การทำงานเป็นทีมและอิงอยู่บนฐานองค์ความรู้ การสร้างพันธมิตรและเครือข่าย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันที่มีความยืดหยุ่น คล่องตัว หนักไว และดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน”

การพัฒนา กลุ่มอาหารจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูนให้มีความเป็นอัจฉริยะหรือที่เรียกว่า Smart Food นั้น จะนำเอาลักษณะนิยามของ Smart Enterprise ดังที่แสดงไว้ข้างล่างนี้มาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย



### องค์กรอัจฉริยะ

- ถึงพร้อมข้อมูลข่าวสาร
- มีระบบการจัดการและกระจายความรู้
- มีระบบบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์
- มีการทำงานเป็นทีม
- มีการสร้างสรรค์และเพิ่มมูลค่า
- มีเครือข่ายธุรกิจ มีมิตรในอุตสาหกรรม
- มีนวัตกรรม
- มีความยืดหยุ่น คล่องตัว หนักไวในการรับมือต่อภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

ภาพที่ 2-1 ลักษณะ Smart Enterprise

## 2.2 แนวคิดวิสาหกิจชุมชน

### 2.2.1 ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

มีผู้ให้ความหมาย วิสาหกิจชุมชนไว้ในหลายความหมาย อาทิ เสรี พงศ์พิศ ให้ความหมายว่า วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบการ ซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิต และทรัพยากรทุกขั้นตอนโดยภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือ เครือข่ายองค์กรชุมชน (เสรี พงศ์พิศ วิจิต นันทสุวรรณ จ่านอง แรกพินิจ, 2544 :23) ส่วนในความหมายอื่น ๆ ที่นักวิชาการท่านต่าง ๆ ให้ความหมายไว้ได้แก่

หมายถึง “วิสาหกิจของชุมชนที่มุ่งประกอบการเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชน และระหว่างชุมชนโดยนำวัตถุดิบทรัพยากร และภูมิปัญญาของชุมชนรวมทั้งงานวิจัยต้นแบบมาสร้างสรรค์ผลผลิตเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเรียนรู้ของชุมชน”

- หมายถึง การประกอบการขนาดย่อมและขนาดจิ๋วของธุรกิจชุมชน เพื่อการจัดการ “ทุนของชุมชน” อย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง

- วิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ small and micro community enterprise) หมายถึง “กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรืออื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็คนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็คนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน”

### 2.2.2 แนวความคิดและการประยุกต์ใช้

คำว่า “วิสาหกิจ” แปรจากภาษาอังกฤษว่า “Enterprise” ซึ่งจะแปลว่า “การประกอบการ” แต่เรามักจะคุ้นกับคำว่า “รัฐวิสาหกิจ” เท่านั้น วันนี้สถานการณ์เปลี่ยนไปมีคำว่า “วิสาหกิจชุมชน” เกิดขึ้นผู้คนเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับวิสาหกิจชุมชนจนกล่าวได้ว่าเป็นยุคแห่งวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเป็นแนวคิดที่มุ่งแปรรูปผลผลิตตามธรรมชาติ หรือสร้างผลิตภัณฑ์หรือผลิตผลโดยครอบครัวในชุมชนโดยองค์กรชุมชน และเครือข่ายองค์กรชุมชน เพื่อการบริโภคและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยมีหลักการคิดที่สำคัญคือ สร้างความหลากหลายของผลผลิตและผลิตภัณฑ์ในชุมชน เพื่อการบริโภคแบบพึ่งพาตนเอง ลดรายจ่ายให้ครอบครัว สร้างเสริมสุขภาพอนามัยที่ดีให้ตนเอง และมีคุณธรรมรับผิดชอบต่อสมาชิกคนอื่นๆ ที่อยู่ร่วมในชุมชน ไม่เห็นแก่ประโยชน์ด้านกำไรสูงสุดและเอาเปรียบผู้บริโภค

วิสาหกิจชุมชนจะเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่เลี้ยงตนเองได้ พึ่งตนเองได้ ซึ่งมีได้หมายถึงการพึ่งพาภายนอก วิสาหกิจชุมชนจะเป็นการเพิ่มศักยภาพของระบบเศรษฐกิจระดับชุมชนในการพัฒนาความร่วมมือกับระบบเศรษฐกิจภาพรวม เพราะการที่ชุมชนไม่ต้องพึ่งพาเศรษฐกิจภายนอก ย่อมหมายถึง โอกาสในการพัฒนาความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมกันจะเป็นไปได้มากขึ้น อันเป็นหลักการที่นำไปสู่ “การเป็นฐานรากทางเศรษฐกิจที่มั่นคงและยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจระดับประเทศอย่างแท้จริง”

แนวความคิด วิสาหกิจชุมชน เป็นนโยบายของรัฐบาลซึ่งมีแนวคิดว่าปัญหาของประเทศในภาพรวม ประชาชนมีหนี้สินเพิ่มขึ้น สามารถแก้ไขได้ด้วยการศึกษาที่ประชาชนรู้จักนำสินทรัพย์ที่มีอยู่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้น สามารถจัดปัญหาความยากจนเป็นการสร้างอาชีพที่ยั่งยืนและรายได้ที่มั่นคง ความคาดหวังที่มีต่อวิสาหกิจชุมชน คือ คนในทุกชุมชนมองเห็นสินทรัพย์ของตนเองและชุมชนมีค่าสามารถทำให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น และนำมาเป็นปัจจัยสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน

สินทรัพย์ของประชาชนและชุมชนที่มีอยู่ ไม่ได้หมายถึงเงินทองเท่านั้น แต่หมายถึง ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม ทักษะฝีมือ ความสงบวิถีชีวิต วัสดุตามธรรมชาติ ธรรมชาติของชุมชน พืชผลการเกษตร ฯลฯ ซึ่งรัฐบาลเห็นว่าสิ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐานหรือทุนทางสังคมของชุมชน เพราะเป็นสิ่งที่ได้สร้างสะสมและสืบทอดต่อ ๆ มาเป็นสมบัติของคนในชุมชนทุกคน จากแนวคิดและความคาดหวังพิจารณาได้ว่า วิสาหกิจชุมชน เป็นกิจการสร้างรายได้อย่างมั่นคงรูปแบบหนึ่ง ที่มีขนาดเล็กกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม (Small enterprise) สร้างผลผลิตของกิจการ ซึ่งเกิดจากสินทรัพย์ของชุมชนที่มีรูปแบบการบริหารจัดการสมัยใหม่โดยคนในชุมชน เป็นกิจการของคนในชุมชนที่ปลูกให้ภูมิปัญญาในท้องถิ่นฟื้นขึ้นมาเป็นพลังให้กับชุมชนในการพัฒนาเศรษฐกิจ ระดับฐานรากของประเทศ โดยมีจุดหมายในการดำเนินกิจการ คือ การพึ่งตนเองและพึ่งพากันและกันของชุมชน

ดังนั้น วิสาหกิจชุมชน เป็นกิจการของชุมชนที่เกิดขึ้นด้วยความคิดสร้างสรรค์จากพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม ซึ่งไม่ใช่ธุรกิจ หากแต่วิสาหกิจชุมชน สามารถพัฒนาก้าวไปสู่การเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้

### 2.2.3 ประเภทของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

- 1) วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน อันได้แก่ การดำเนินการต่าง ๆ เพื่อกินเพื่อใช้ในชุมชน เพื่อให้ครอบครัวพึ่งตนเองได้ ให้ชุมชนเกิดความพอเพียงอย่างน้อยให้พออยู่พอกิน หรือพอกินพอใช้เมื่อลดรายจ่าย รายได้ก็เพิ่มขึ้น แปลว่า แม้ทำเพื่อกินเองใช้เองก็ทำให้เกิดรายได้เหมือนกัน และน่าจะดีกว่าอีก เพราะถ้ามุ่งแต่เพิ่มรายได้ โดยไม่เน้นการทำทดแทนการซื้อ เราก็จะมีรายจ่ายมากกว่ารายได้ ซึ่งก็คือที่มาของปัญหาหนี้สินหรือสถานการณ์ "ชักหน้าไม่ถึงหลัง" ของผู้คนในขณะนี้
- 2) วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า อันได้แก่ การนำผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเข้าสู่ตลาดบริโภค และรวมไปถึงผลผลิตทั่วไปที่เหลือกินเหลือใช้ในท้องถิ่นที่นำออกสู่ตลาดบริโภค โดยการปรับปรุงคุณภาพผลผลิต หีบห่อ การตลาด และการจัดวางต่าง ๆ เพื่อให้สามารถ "แข่งขัน" ได้อย่างไรก็ดี ชุมชนต้องไม่กระโดดข้ามขั้น ต้องพัฒนาจากขั้นพื้นฐานไปสู่ขั้นก้าวหน้าที่ละขั้น

### 2.3 ทฤษฎีความได้เปรียบจากการแข่งขันระหว่างประเทศ (Porter, 1990)

ไมเคิล พอร์เตอร์ (Michael Porter) ได้ทำการศึกษาเพื่อตอบคำถามว่าทำไมบางประเทศจึงประสบความสำเร็จในการแข่งขันระหว่างประเทศในขณะที่บางประเทศล้มเหลว โดยสำรวจบริษัทในอุตสาหกรรมต่าง ๆ จำนวน 100 บริษัทในประเทศพัฒนาแล้ว 10 ประเทศ และได้ข้อสรุปว่าการที่องค์กรธุรกิจของประเทศใดจะสามารถใช้ทรัพยากรของประเทศนั้นให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศได้นั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 4 ประการ อันได้แก่ สภาพปัจจัยการผลิต

(factor conditions) สภาพอุปสงค์ (demand conditions) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (related and supporting industries) และกลยุทธ์ขององค์กรธุรกิจ โครงสร้าง และคู่แข่ง

พอร์เตอร์ได้กล่าวว่างค์ประกอบทั้ง 4 เป็นส่วนประกอบของเพชร (diamond) ซึ่งมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันดังแสดงในภาพที่ 2 หากองค์ประกอบหนึ่งเปลี่ยนจะส่งผลต่อเนื่องไปสู่องค์ประกอบอื่น ๆ ด้วย ยกตัวอย่างเช่น สภาพอุปสงค์จะไม่สามารถก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันได้หากคู่แข่งในอุตสาหกรรมมีน้อย

### 1. สภาพปัจจัยการผลิต

สภาพปัจจัยการผลิต หมายถึงระดับและส่วนประกอบของปัจจัยการผลิต โดยสามารถแบ่งออกเป็นสองประเภทได้แก่ ปัจจัยขั้นพื้นฐาน (basic factors) ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ ในขณะที่ปัจจัยการผลิตอีกประเภทคือ ปัจจัยขั้นก้าวหน้า (advance factors) ซึ่งได้แก่ สาธารณูปโภค การศึกษา แรงงานที่มีความชำนาญ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่องานวิจัยและพัฒนา ในทัศนะของพอร์เตอร์ปัจจัยขั้นก้าวหน้ามีความสำคัญมากต่อความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ แต่ปัจจัยดังกล่าวไม่ได้เกิดขึ้นตามธรรมชาติเช่นเดียวกับปัจจัยขั้นพื้นฐาน แต่ได้มาจากการลงทุนโดย บุคคล บริษัท และรัฐบาล ดังนั้นการที่รัฐบาลลงทุนในด้านของการศึกษาขั้นพื้นฐานและการศึกษาขั้นสูง ลงทุนในการยกระดับฝีมือและความรู้ของประชากร รวมถึงการสนับสนุนงานวิจัยในสถาบันการศึกษาขั้นสูงจะสามารถยกระดับปัจจัยการผลิตขั้นก้าวหน้าของประเทศได้

### 2. สภาพอุปสงค์

สภาพอุปสงค์ หมายถึงอุปสงค์ภายในประเทศ ในประเทศที่ผู้บริโภคมีความซับซ้อนและต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูงอยู่ตลอดเวลา จะเป็นแรงกดดันให้องค์กรธุรกิจต้องมีการวิจัยและพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพสูงหรือสินค้านวัตกรรมใหม่ ๆ มาตอบสนองตลาดอยู่เรื่อย ๆ ในที่สุดจะส่งผลให้องค์กรธุรกิจและประเทศนั้นมีความสามารถสูงขึ้นและมีความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศเหนือประเทศที่ไม่มีแรงกดดันจากผู้บริโภคภายในประเทศ

### 3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน หมายถึงกิจการที่ เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนั้น กิจการที่ผลิตสินค้าใดส่งออกขายในตลาดโลกไม่สามารถดำเนินการเป็นอิสระแยกตัวกับกิจการอื่นได้เนื่องจากการผลิตต้องอาศัย วัตถุดิบ อุปกรณ์ และชิ้นส่วน ซึ่งเป็นผลผลิตของกิจการอื่น หากไม่มีกิจการอื่นจัดหาวัตถุดิบ อุปกรณ์ และชิ้นส่วน

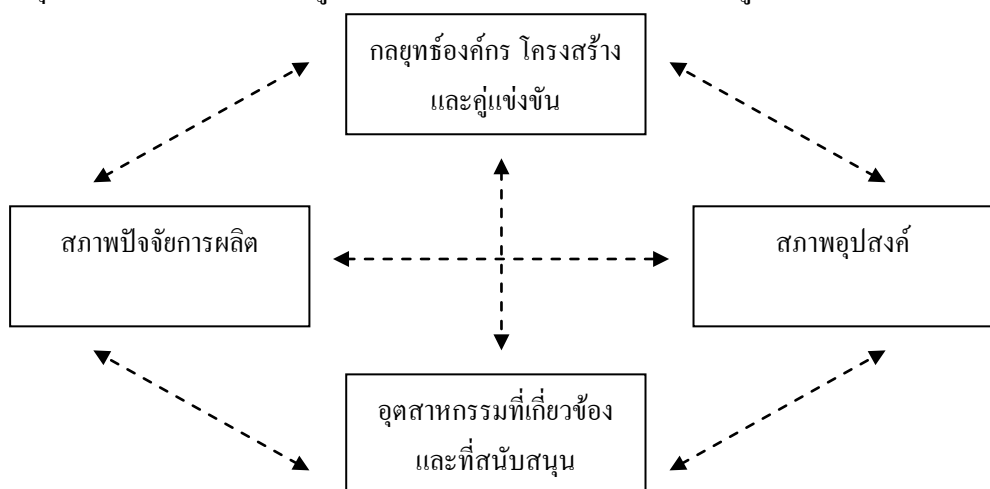
ให้ กิจการจะประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบหรือต้นทุนที่สูงขึ้นเนื่องจากต้องจัดหาวัตถุดิบหรือผลิตในสิ่งที่ตนเองไม่ชำนาญ

การที่มีการจัดตั้งกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกันไว้ในพื้นที่เดียวกัน หรือคลัสเตอร์(cluster)จะส่งผลให้กิจการนั้นมีความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ เพราะสามารถสื่อสารกับกิจการที่เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบและกิจการที่เกี่ยวข้องได้รวดเร็ว สามารถได้รับสารสนเทศและแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ ซึ่งอาจช่วยให้ประหยัดต้นทุน นอกจากนี้การแข่งขันกันเองในกลุ่มผู้จัดหาวัตถุดิบจะส่งผลให้มีการพัฒนาคุณภาพของวัตถุดิบรวมถึงการมีราคาที่ต่ำลง

#### 4. กลยุทธ์ขององค์กรธุรกิจ โครงสร้างและคู่แข่ง

กลยุทธ์ขององค์กรธุรกิจ โครงสร้างและคู่แข่ง หมายถึงลักษณะการบริหารจัดการ ขอบเขตของการแข่งขัน และข้อกีดขวางการเข้ามาแข่งขันของผู้ผลิตรายใหม่ที่มีอยู่ภายในประเทศ พอร์ทเทอร์แสดงให้เห็นว่าประเทศต่าง ๆ มีลักษณะการบริหารจัดการในอุดมคติที่แตกต่างกัน เช่น ผู้บริหารระดับสูงของญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นผู้มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยี ทักษะคิดของผู้บริหารชาวญี่ปุ่นจึงมุ่งไปในทิศทางของการปรับปรุงกระบวนการผลิต กรรมวิธีในการผลิต และการออกแบบผลิตภัณฑ์ ตรงกันข้ามผู้บริหารระดับสูงของสหรัฐอเมริกาซึ่งส่วนใหญ่มีความรู้ทางการเงินจึงขาดความสนใจในการปรับปรุงกระบวนการผลิตและออกแบบ ส่งผลให้อเมริกาสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่กระบวนการผลิตและการออกแบบเป็นปัจจัยสำคัญ ต่อความสำเร็จเช่น อุตสาหกรรมรถยนต์

นอกจากนั้น การแข่งขันที่รุนแรงภายในประเทศ ยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้ เนื่องจากท่ามกลางการแข่งขันที่เข้มข้นองค์กรธุรกิจต้องปรับปรุงประสิทธิภาพของตนอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้



ภาพที่ 2-2 เพชรของพอร์ทเทอร์

ที่มา : Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*.

## 2.4 แนวคิดเรื่อง SWOT Analysis

กลยุทธ์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นสำหรับองค์กรเพราะองค์กรใช้กลยุทธ์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของตน โดยกลยุทธ์ของแต่ละองค์กรจะถูกกำหนดตามธรรมชาติและลักษณะขององค์กรนั้น ๆ ทั้งนี้ องค์กรจะกำหนดกลยุทธ์ได้นั้นต้องรู้สถานภาพหรือสภาวะขององค์กรของตนเสียก่อนนอกจากนี้ยังต้องมีกระบวนการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับตนเอง วิธีการและเทคนิคในการวิเคราะห์สภาวะขององค์กรและกระบวนการกำหนดกลยุทธ์มีหลายวิธีด้วยกัน หนึ่งในวิธีการเหล่านี้ คือกระบวนการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งเป็นวิธีการที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลาย

SWOT เป็นคำย่อมาจากคำว่า Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats โดย

Strengths คือ จุดแข็ง หมายถึง ความสามารถและสถานการณ์ภายในขององค์กรที่เป็นบวก ซึ่งองค์กรนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ดี

Weaknesses คือ จุดอ่อน หมายถึง สถานการณ์ภายในขององค์กรที่เป็นลบและด้อยความสามารถ ซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ไม่ดี

Opportunities คือ โอกาส หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร

Threats คือ อุปสรรค หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กรไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาต่อองค์กร บางครั้งการจำแนกโอกาสและอุปสรรคเป็นสิ่งที่ยาก เพราะทั้งสองสิ่งนี้สามารถเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอาจทำให้สถานการณ์ที่เคยเป็นโอกาสกลับกลายเป็นอุปสรรคได้ และในทางกลับกัน อุปสรรคอาจกลับกลายเป็นโอกาสได้เช่นกัน ด้วยเหตุนี้องค์กรมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของตนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์แวดล้อม



รูปภาพที่ 2-2 อธิบายการวิเคราะห์แบบ SWOT การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม (SWOT Analysis) เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ สำหรับองค์กร หรือโครงการ ซึ่งช่วยผู้บริหารกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการดำเนินงานขององค์กร

รูปภาพที่ 2-3 การวิเคราะห์แบบ SWOT Analysis

SWOT Analysis เป็นเครื่องมือสำหรับวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และภัยคุกคามต่างๆ (Threats)  
 ด้วยเครื่องมือนี้ จะช่วยให้คุณรับรู้จุดแข็งที่คุณมีอยู่, จุดอ่อนที่คุณควรต้องแก้ไขปรับปรุง โอกาสที่ส่งผลดีต่องาน หรือธุรกิจของคุณ และอุปสรรคที่ขัดขวางธุรกิจของคุณ

ตารางที่ 2-1 การวิเคราะห์ SWOT Analysis

Strengths (จุดแข็ง)	Weaknesses (จุดอ่อน)	Opportunities (โอกาส)	Threats (ภัยคุกคาม)
ให้พิจารณาในประเด็นต่อไปนี้ - อะไรคือความได้เปรียบที่คุณมีอยู่ - คุณทำสิ่งต่างๆ ได้ดีขนาดไหน (เมื่อเทียบกับคู่แข่ง) - ทรัพยากรอะไร ที่คุณสามารถเข้าถึงได้ (หรือหามาได้) ในขณะที่คู่แข่งของคุณไม่สามารถหาได้ หรือหามาได้ด้วยความยากลำบาก - ประเด็นอื่นๆ ที่คุณเห็นว่ามันคือจุดแข็งสำหรับธุรกิจของคุณ	ให้พิจารณาในประเด็นต่อไปนี้ - อะไร คือสิ่งที่คุณ หรือคนรอบข้างของคุณเห็นว่าต้องปรับปรุง - อะไร ที่คุณยังทำได้ไม่ดีนัก - คู่แข่งของคุณ มีจุดแข็งในด้านไหนบ้าง (นั่นจะกลายเป็นจุดอ่อนของเรา)	ให้พิจารณาในประเด็นต่อไปนี้ - การเปลี่ยนแปลงภายนอก ที่มีผลดีต่อธุรกิจของคุณมีอะไรบ้าง - แนวโน้มที่น่าสนใจที่คุณจะต้องคอยจับตาดู มีอะไรบ้าง	ให้พิจารณาในประเด็นต่อไปนี้ - การเปลี่ยนแปลงภายนอก อะไรบ้าง ที่จะเป็นอุปสรรคกับธุรกิจของคุณ - คู่แข่งของคุณ กำลังพยายามทำอะไรบ้าง ที่อาจส่งผลกระทบต่อเราในอนาคต

## 2.5 งานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ราไพ ปัญญาพรหม (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดทำตำรามาตรฐานและหาคคุณค่าทางโภชนาการของอาหารพื้นบ้านของชาวยอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาตำรามาตรฐานของอาหารพื้นบ้านชาวยอง และคำนวณคุณค่าสารอาหารพื้นบ้านชาวยองจากตารางแสดงคุณค่าทางโภชนาการของอาหารไทย ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2535) ผลการศึกษาพบว่าอาหารพื้นบ้านชาวยองทั้ง 24 ตำรับ แบ่งเป็นประเภทแกง จำนวน 9 ตำรับ ประเภทต้ม (โขลก) จำนวน 9 ตำรับ ประเภทอื่นๆอีก 5 ตำรับ วิธีการปรุง ได้แก่ คั่ว(ผัด) ยำ บั๊ง วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารเป็นเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ของสัตว์ ได้แก่ เนื้อหมู ปลาช่อน และปลาแห้ง ส่วน

ผักที่นิยมนำมาประกอบอาหาร ได้แก่ ชะอม ผักตำลึง ผักชีฝรั่ง และชะพลู เครื่องปรุงส่วนใหญ่ ได้แก่ กะปิ ปลา ร้า และเกลือ สำหรับการแต่งกลิ่นส่วนใหญ่ ได้แก่ กระเทียม หัวหัวเล็ก ตะไคร้ พริกแห้ง ข่า เมล็ดผักชี และส่วนประกอบที่นำมาใช้เพื่อดับกลิ่นคาว พบว่า มีการใช้ ตะไคร้ ข่า ขมิ้น และใบมะกรูด จากส่วนประกอบของอาหารพื้นเมืองชาวของ พบว่า ให้คุณค่าทางโภชนาการครบทั้ง 5 หมู่ รวมทั้งวิตามินและเกลือแร่ ได้แก่ พลังงาน โปรตีน ไขมัน คาร์โบไฮเดรต ใยอาหาร แคลเซียม ฟอสฟอรัส โปแตสเซียม วิตามินเอ วิตามินบี วิตามินซี และ ไนอะซิน

**พิทูล บุญมาภาค (2544)** ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาดำรับอาหารพื้นบ้านชาวของ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาดำรับอาหารพื้นบ้านชาวของที่อาศัยอยู่ในจังหวัดลำพูน รวมทั้งชนิดอาหาร ส่วนประกอบและวิธีการประกอบอาหาร ตลอดจนอาหารที่นิยมใช้ตามประเพณีและเทศกาลต่างๆ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เป็นชาวของ อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง อำเภอป่าซาง และอำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน พุฒิกายของ อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 30 คน เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่า ดำรับอาหารพื้นบ้านชาวของมีทั้งหมด 47 ดำรับ ซึ่งแบ่งออกเป็นอาหารประเภทแกง 19 ดำรับ อาหารประเภทน้ำพริก 14 ดำรับ และอื่น ๆ อีก 14 ดำรับ วิธีการปรุง ได้แก่ แกง คั่ว (ผัด) ยำ และเอ็บ อาหารพื้นบ้านชาวของที่นิยมรับประทานในชีวิตประจำวัน ได้แก่ อาหารประเภทแกง น้ำพริก คั่ว (ผัด) ยำ และเอ็บ และขนมหวาน ส่วนเครื่องปรุงอาหาร ประกอบด้วยเนื้อสัตว์ ได้แก่ ปลา กุ้ง ปู กบ เขียด เนื้อไก่ เนื้อหมู และเนื้อควาย และนิยมใช้ผักในท้องถิ่น เช่น ผักตำลึง ผักปลั่ง ชะอม ผักกาด ถั่วต่าง ๆ และหน่อไม้เป็นต้น สำหรับอาหารที่ชาวของนิยมใช้ในประเพณีและเทศกาลต่าง ๆ ได้แก่ แกงฮังเล แกงอ่อม แกงหยวก แกงปลีตาล และน้ำพริกอ่อง เป็นต้น

**สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม (2547)** ได้ศึกษารูปแบบการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารพื้นบ้านไทยอย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาแบบหรือแนวทางการค้าและพัฒนาอาหารพื้นบ้านไทยให้ มีศักยภาพการผลิตสู่ระดับสากลและสร้างโอกาสในการส่งออกให้กับอุตสาหกรรมอาหารพื้นบ้าน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตอาหารพื้นบ้าน กระจายตัวอยู่ทั่วไปในทุกจังหวัด ใช้ทั้งวัตถุดิบและแรงงานท้องถิ่น จึงนับว่าเป็นธุรกิจที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับท้องถิ่น และสร้างรายได้เสริมให้กับเกษตรกร แต่ผู้ผลิตส่วนใหญ่ ยังขาดความรู้ครบวงจรตามระบบห่วงโซ่อาหาร ขาดความรู้ด้านการตลาด ขาดการสนับสนุนทางการเงิน กลไกของรัฐยังไม่มีประสิทธิภาพมากเพียงพอที่จะดูแลให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกรทั้งในด้านการผลิต การตลาด

และการกระจายสินค้า ขณะที่อุตสาหกรรมอาหารพื้นบ้านเป็นแหล่งอาชีพเสริมที่สำคัญของเกษตรกรและสะท้อนวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีความโดดเด่นและต่างไปจากอาหารในตลาดโลก กระบวนการผลิตอาหารพื้นบ้านไม่ซับซ้อน และลงทุนไม่มากนัก เป็นต้น

**พิภล เตชะลือ (2543)** ได้ศึกษาเรื่อง การประกอบอาชีพจำหน่ายอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการประกอบอาชีพจำหน่ายอาหารพื้นเมืองภาคเหนือและเพื่อการศึกษาแนวทางการจัดการในการประกอบอาชีพจำหน่ายอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ในเขตเทศบาลเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการและผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 84 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ แล้วนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและจากการสัมภาษณ์วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ร้อยละ ผลการศึกษาพบว่า การเปิดกิจการร้านอาหารเริ่มจากเป็นเจ้าของกิจการเล็กๆ ดูแลกิจการด้วยตนเอง มีการเก็บความสะอาดโต๊ะที่นั่งที่ออกจากร้าน สรรวจอาหาร ทำบัญชีปริมาณและจำนวนอาหารที่ต้องการก่อนไปตลาด มีการพัฒนาตำรับอาหารใหม่ๆ โดยเน้นประโยชน์ทางด้านโภชนาการ เป็นกันเองกับลูกค้า ตกและเสิร์ฟอาหารลงภาชนะในปริมาณที่พอเหมาะสมมาเสมอ ก่อนเปิดร้านในแต่ละวันมีการเตรียมพร้อมทุกๆด้าน ประเภทของจำหน่ายอาหารพื้นเมืองภาคเหนือส่วนใหญ่ประกอบด้วยผัก เครื่องปรุงที่สดใหม่ที่มีในท้องถิ่น ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงวัฒนธรรม ประเพณีการบริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคจำหน่ายอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ คือ สภาพต่างๆไป ความสะอาด ความสวยงาม ความสะดวก บรรยากาศในร้านสดชื่น ไม่มีเสียงรบกวน ผู้ปรุงและผู้เสิร์ฟอาหารควรแต่งกายรัดกุม ร้านอาหารไม่ไกลจากแหล่งชุมชนและธุรกิจประเภทอื่นๆ มีที่จอดรถสะดวก ราคาอาหารเหมาะสม ยุติธรรม รสชาติอาหารหลากหลาย บริการรวดเร็ว แน่นนอน เป็นกันเองและควรณรงค์นำอาหารพื้นเมืองกลับสู่สังคม เพราะผู้บริโภคส่วนหนึ่งไม่มีความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาหารพื้นเมือง สำหรับแนวทางการจัดการในการประกอบอาชีพจำหน่ายอาหารพื้นเมืองภาคเหนือคือ ความสะอาด ของสถานที่ในการปรุงอาหาร ผู้ปรุงอาหาร คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหาร เครื่องมือ เครื่องใช้สะอาด มีประสิทธิภาพ สถานที่ตั้งไม่แออัด บรรยากาศร่มรื่น งบประมาณการดำเนินการต้องเพียงพออย่างน้อย 1 ปี การบริการที่รวดเร็ว และแน่นนอน ผู้ประกอบการมีทัศนคติ มีความถนัดในการประกอบการ มีความซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค ต้องปรับปรุงร้านอาหารให้ได้มาตรฐานตามหลักสุขาภิบาล มีการพัฒนาตำรับอาหาร มีการแสดงพื้นบ้าน พนักงานสวมชุดพื้นเมือง และพูดภาษาพื้นเมือง (ผู้กำเมือง) มีการบริการส่งถึงบ้าน (Delivery)

ดวงนภา วิจิตรกิจกุล (2544) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นเมือง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นเมือง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการ ตลอดจนเพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดของร้านอาหารพื้นเมือง โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการร้านอาหารพื้นเมือง ตามร้านอาหารพื้นเมือง 8 แห่ง รวมทั้งสิ้น 200 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ สถิติ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และฐานนิยม ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สมรสแล้ว มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท เหตุผลที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เลือกใช้บริการอาหารพื้นเมืองเพราะได้รับประทานอาหารพื้นเมือง ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้ในการรับประทานอาหารเช้าคือ 2 ชั่วโมง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารพื้นเมือง เรียงตามลำดับความสำคัญมีดังนี้ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านเครื่องมือ ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร

นักสิทธิ์ ปัญญาใหญ่ (2550) หัวหน้าโครงการ การจัดการความรู้เพื่อการฟื้นฟูและพัฒนาอาหารท้องถิ่นน้ำหนังควายอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านห้วยไซ:งานวิจัยเพื่อท้องถิ่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) กล่าวว่า การทำน้ำหนัง นับเป็นภูมิปัญญาในการถนอมอาหารของผู้เฒ่าผู้แก่ในอดีตซึ่งคนทำต้องมีทักษะเฉพาะ และอดทน เนื่องจากกรรมวิธีในการทำนั้นมีหลายขั้นตอน อีกทั้งยังต้องใช้ความประณีตค่อนข้างมาก โดยเฉพาะการละเลงน้ำหนังให้มีแผ่นบาง ๆ เพื่อให้สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน “น้ำหนัง” เป็นอาหารพื้นบ้านที่มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานที่ชาวบ้านเรียกว่า “น้ำหนัง” เพราะทำจาก “หนังควาย” ที่เผาไฟจนไหม้ และนำมาแช่น้ำจากนั้นขูดเอาส่วนที่ไหม้ ออก ก่อนนำไปต้มอีกครั้งจนหนังละลายเป็นน้ำข้น ๆ นำมากรองด้วยกระชอน และนำไปละเลงเป็นแผ่นบาง ๆ บนกาบไม้ไผ่ โดยตัดทะเลงซี่ ๆ เกลี่ยให้เป็นแผ่นวงกลมบาง ๆ นำไปผึ่งแดด หรือวางบนตะแกรงไม้ไผ่ให้แห้ง พอแห้งสนิทจึงลอกแผ่นน้ำหนังเก็บไว้ในถุงพลาสติกเก็บไว้ ก่อนจะนำมารับประทาน ต้องนำแผ่นน้ำหนังมาทาน้ำมันผสมเกลือแกง แล้วนำแผ่นน้ำหนังวางบนตะแกรงปิ้งไฟด้วยความร้อนปานกลาง น้ำหนังจะพองตัว กรอบ กลิ่นหอม รสเค็มเล็กน้อย แต่ปัจจุบันภูมิปัญญาการทำน้ำหนังกำลังจะสูญหายไป เหตุเพราะ “หนังควาย” ได้กลายเป็นวัตถุอันตราย ที่สำคัญคือ คนรุ่นใหม่ไม่ค่อยรู้จักอาหารพื้นบ้านชนิดนี้แล้ว ในขณะเดียวกันจำนวนผู้ผลิตน้ำหนังก็ลดน้อยลงไปด้วย เช่น บ้านห้วยไซ ตำบลห้วยยาบ อำเภอบ้านธิ

จังหวัดลำพูน ซึ่งเป็นแหล่งผลิตน้ำหนังแห่งหนึ่งของจังหวัด ขณะนี้เหลือผู้ผลิตน้ำหนังเพียง 2 ครอบครัวเท่านั้น อีกทั้งยังเป็นผู้สูงอายุอีกด้วย ฉะนั้นหากไม่มีคนรุ่นใหม่มาสืบทอด ภูมิปัญญาการทำน้ำหนังคงต้องสูญหายไปไม่ช้า กระบวนการวิจัยเพื่อฟื้นฟูภูมิปัญญาจึงเกิดขึ้นและมุ่งเป้าไปที่ “นักเรียน” โดยการเปิดโอกาสกับนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาของโรงเรียนบ้านห้วยไซ มาร่วมเรียนรู้กรรมวิธีการทำน้ำหนังที่บ้าน แม่บัวยอน อินตายวง ภูมิปัญญาท้องถิ่นของหมู่บ้าน การมุ่งเป้าไปที่คนรุ่นใหม่เป็นหลักเนื่องจากต้องการให้คนรุ่นใหม่ได้รับประโยชน์จากการอนุรักษ์ฟื้นฟูภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านด้วย เพราะความรู้ในการทำน้ำหนังสามารถนำไปประกอบอาชีพได้ ('น้ำหนัง' อาหารพื้นบ้าน ภูมิปัญญาที่กำลังหายไป..., 2550 : ออนไลน์)

**กิตติพันธุ์ โรจนชีวะและคณะ (2541)** ได้กล่าวถึงอาหารพื้นเมืองว่าเชียงใหม่ถือได้ว่าเป็นดินแดนที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ อาหารการกินพื้นเมืองของเชียงใหม่ซึ่งมีต้นตำหรับมาจากชุมชนต่างๆ ผสมผสานปรุงแต่งขึ้นเป็นอาหารประจำท้องถิ่นของเชียงใหม่เองมีมากกว่า 200 ชนิด เลือktanได้สารพัดอย่าง ชื่อเรียกตั้งตามกรรมวิธีการปรุงอาหารชนิดนั้นๆ อาทิ การแก้ง การคั่ว การจ่อ การเจียว การส้า การยำ การตำ และน้ำพริกต่างๆอีกหลายชนิด รสชาติอาหารคนเมือง เมื่อเทียบกับภาคอื่นๆแล้วถือว่ารสไม่จัด ส่วนใหญ่จะออกเค็มนำ ไม่แกมหวานอย่างภาคกลางและไม่เปรี้ยวนำเหมือนอาหารทางภาคอีสาน นอกจากบางอย่างเท่านั้นเช่น แกงปลา หรือ จอ ซึ่งจะออกเปรี้ยว แต่ก็ใช้รสเปรี้ยวจากมะขามหรือมะเขือเทศลูกเล็กๆหรือยอดส้มป่อยมากกว่ารสเปรี้ยวจากมะนาว ส่วนรสเค็มนั้นได้จากเกลือหรือปลาร้ามากกว่าน้ำปลา และที่ขาดไม่ได้เลยคือถั่ว นำมาเป็นเครื่องปรุงของพวกเงี้ยวหรือ ไทใหญ่ ทำมาจากถั่วเหลืองนึ่งสุกที่นำไปหมัก และตากแดดจนแห้งใช้ปรุงอาหารได้สารพัดทำนองเดียวกับกะปิ น้ำปลา

**รัมภา สิริวงศ์ (2544)** ได้ศึกษาเรื่อง การดำรงอยู่ของวัฒนธรรมอาหารล้านนา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมล้านนา โดยศึกษาบ้านลำปางหลวง หมู่ที่ 1 ตำบล ลำปางหลวง อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง วิธีการศึกษา ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธี ได้แก่ การศึกษาข้อมูลจากเอกสารตำราวิชาการ การสัมภาษณ์บุคคล เช่น พระเจ้าอาวาส ผู้ใหญ่บ้าน ผู้อาวุโส ผู้นำทางพิธีกรรม ผู้ประกอบการในครัวเรือน ผู้ประกอบการเพื่อชายกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มวัยรุ่น และชาวบ้านในชุมชนบ้านลำปางหลวง ตลอดจนการสังเกตกิจกรรมที่เกิดขึ้นในช่วงประเพณีและพิธีกรรมของชุมชน นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเชื่อถือได้ การวิเคราะห์ข้อมูลตามปรากฏการณ์ที่ได้พบเห็นในชุมชน หาความสัมพันธ์ของข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผล

การศึกษาวิจัยสรุปได้ดังนี้ ชุมชนบ้านลำปางหลวงยังมีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตมีความสัมพันธ์ทางเครือญาติ ศรัทธาในพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนให้ความเคารพนับถือผู้อาวุโส วิถีชีวิตของคนในชุมชนยังนิยมบริโภคอาหารล้านนาทั้งในชีวิตประจำวันและพิธีกรรม มีแบบแผนในการประกอบอาหาร และการรับประทานอาหาร นิยมรับประทานข้าวเหนียว ในครอบครัวขยายผู้อาวุโสทำหน้าที่เป็นผู้ประกอบอาหารซึ่งอาหารแต่ละอย่างประกอบด้วยพืชผักตามฤดูกาล โดยมีน้ำพริกเป็นอาหารหลักและได้ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการประกอบอาหาร เช่น การใช้เตาแก๊ส เตาอบไมโครเวฟ ตู้เย็น น้ำประปา ภาชนะที่ใส่อาหารได้มีการเปลี่ยนจากถ้วยสังกะสีหรือถ้วยขามที่มีฝาปิดมาเป็นถ้วยพลาสติก ถ้วยแก้ว ถ้วยเซรามิก และการห่อได้เปลี่ยนจากการห่อด้วยใบตองมาใส่ถุงพลาสติกหรือกล่องกระดาษ ในปัจจุบันบางครอบครัวยังมีการรับประทานอาหารด้วยขันโตก มีการจัดเลี้ยงแบบขันตอกในงานแต่งงาน งานปอยหลวง และงานบวชเป็นต้น ชุมชนบ้านลำปางหลวงยังมีการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมอาหารล้านนาโดยคนในชุมชนประกอบอาหารและบริโภคตามความเชื่อ ค่านิยม ประเพณีและพิธีกรรมของชุมชนยังมีความสัมพันธ์กันระหว่างระบบความเชื่อดั้งเดิมและความเชื่อใหม่ โดยมีครอบครัวและชุมชนทำหน้าที่ถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารล้านนาและพิธีกรรม มี พ่อ แม่ ผู้อาวุโสเป็นผู้ทำหน้าที่กล่อมเกลาคำให้แก่สมาชิกในครอบครัวและชุมชน ยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมประเพณีและพิธีกรรม คนในชุมชนมีพฤติกรรมบริโภคอาหารล้านนา เป็นการสร้างความรู้สึกที่มีคุณค่า และมีความสุขในการดำเนินชีวิตอยู่ร่วมกันในชุมชน จึงเห็นได้ว่าการประกอบอาหารและการบริโภคอาหารล้านนาเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยส่งผลให้วัฒนธรรมอาหารล้านนาสามารถดำรงอยู่ได้ในสังคม

ปัจจัยที่มีผลต่อการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมอาหารล้านนา ได้แก่ การถ่ายทอดวัฒนธรรมและการสืบทอดทางพิธีกรรม การเห็นประโยชน์และเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมอาหารล้านนา การท่องเที่ยว การสื่อสารและการคมนาคม โดยมีเงื่อนไขซึ่งเป็นตัวกำหนดให้เกิดสถานการณ์ประกอบด้วย การดำเนินวิถีชีวิตของคนในชุมชน สภาพแวดล้อมในการประกอบอาหารและการบริโภคอาหาร การส่งเสริมด้านวัฒนธรรมการบริโภคอาหารล้านนาจากภาครัฐและเอกชน