

แนวทางการพัฒนากลุ่มบริษัทท่าหนักโขนจำกัด ตำบลสันป่าเปา
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

พินิจ เปลี่ยนเกิด

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2549

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ
โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ชื่อเรื่อง

แนวทางการพัฒนากลุ่มบริษัทดำเนินกิจการค้าปลีก
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

โดย

พินิจ เปลี่ยนเกิด

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์จำเนียร บุญมาก)

วันที่ 29 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 49

กรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดลกร จวงคำ)

วันที่ 29 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 49

กรรมการที่ปรึกษา

(อาจารย์ ดร.สุรีย์ เตชะเกิง)

วันที่ 29 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 49

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมา สิทธิชัย)

วันที่ 29 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 49

โครงการบัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.เทพ พงษ์พานิช)

ประธานคณะกรรมการ โครงการบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 29 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 49

ชื่อเรื่อง	แนวทางการพัฒนากลุ่มบริษัทดำเนินักโชนจำกัด ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นายพินิจ เปลี่ยนเกิด
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์จำเริญ นุญมาก

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชนตำบลสันป่าเปา และบริบทของธุรกิจชุมชน กลุ่มบริษัทดำเนินักโชนจำกัด ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน กลุ่มบริษัทดำเนินักโชนจำกัด ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือนายยงศักดิ์ ฉัตรสีรุ่ง เจ้าของกลุ่มกลุ่มบริษัทดำเนินักโชนจำกัด ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสังเกตการณ์ (Observation) แบบสัมภาษณ์ (Dept interview) ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มดำเนินักโชน จัดตั้งโดย นายยงศักดิ์ ฉัตรสีรุ่ง โดยเริ่มต้นในปี 2543 จากการเปิดกิจการบริษัท ชื่นเอก (เชียงใหม่) จำกัด ได้เริ่มผลิตสินค้างานหัตถกรรม ประเภทเครื่องตกแต่ง และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครอบครัว เริ่มจากโรงงานผลิตขนาดเล็ก ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตจากวัสดุธรรมชาติ เช่น ป่าน เปลือกไม้ หม่อน ผสมผสานกับ วัสดุสังเคราะห์เช่น เรซิน และอื่นๆ เน้นงานผลิตที่ประณีตสวยงามและมีคุณภาพ โดยมีตลาดเป้าหมายหลักครอบคลุมทั่วถึงทั่วประเทศ ทั้งธุรกิจขายปลีก และ ขายส่ง ทางกลุ่มได้มีการขยายธุรกิจให้มีการผลิตเพิ่มขึ้น และมีการจ้างแรงงานมากกว่า 300 คน และมีสินค้าที่จะนำเสนอมากกว่า 500 รายการ

กลุ่มบริษัท ดำเนินักโชน จำกัด จัดตั้งโดย นายยงศักดิ์ ฉัตรสีรุ่ง เป็นประธานบริษัท รับผิดชอบในการบริหารงาน ดำเนินการก่อสร้างและ ประสานงานในส่วนต่างๆ มีการกำหนดภารกิจ วิสัยทัศน์ นโยบาย กระบวนการการทำงาน กฎระเบียบ และแผนปฏิบัติงานของกลุ่มโดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน โดยเน้นในเรื่องของงานศิลปะชั้นสูง ซึ่งเป็นธุรกิจเชิงอนุรักษ์ มีจุดประสงค์ที่จะสร้างดำเนินักโชนขึ้นมาเพื่อเป็นศูนย์รวมในการแสดง ขั้นตอนการผลิตหัตถ์โชน, การแสดงที่เกี่ยวกับโชน อีกทั้งยังเป็นสถานที่จัดแสดงวิถีแห่งล้านนา โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือการอนุรักษ์ศิลปะการสร้างหัตถ์โชน ซึ่งเป็นศิลปะชั้นสูงของประเทศไทยมาช้า

นาน การผลิตหรือการสร้างหัวโขนมีขั้นตอนละเอียดและต้องใช้ช่างที่มีความชำนาญถึงสิบช่างหรือที่เรียกกันว่าช่าง 10 หมู่ ประการสำคัญช่างส่วนใหญ่เป็นช่างที่สืบทอดจากภูมิปัญญาไทยดั้งเดิม

เนื่องจากกลุ่มบริษัท ดำนักโขน จำกัด ยังอยู่ในช่วงของการก่อสร้างสถานที่ และยังไม่ได้มีการสรรหาบุคลากรเข้ามาในกลุ่มบริษัทฯ หากแต่ว่าประธานบริษัทฯ ได้กำหนดรูปแบบการบริหารจัดการให้เป็นรูปแบบของบริษัทจำกัด ทำให้เกิดความชัดเจนที่จะต้องทำผลประกอบการของกลุ่มบริษัท ดำนักโขน จำกัด ให้สามารถทำกำไรได้ในระยะสั้นและระยะยาวต่อไป



Title	Development Method for The Thamnak Khon Company in Sanpapao Sub-district, Sansai District, Chiang Mai Province
Author	Mr.Pinit Pleankerd
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Associate Professor Jumnian Bunmark

ABSTRACT

The purposes of this research are 1) to study the context of Sanpapao sub-district and the context of "The Thamnak Khon Company" in Sanpapao sub-district, Sansai district, Chiang Mai province, and 2) to study the potential of community operation of "The Thamnak Khon Company" in Sanpapao sub-district, Sansai district, Chiang Mai province. The researcher used observation and dept interview which aimed at obtaining the complete data. The collected data were qualitatively analzed and repeated descriptively.

The Thamnak Khon Company was established by Mr.Yongsak Chatsrirung in 1999 from an exiting company called "Chinake (Chiangmai) Company". Initially, the company made handicraft product and decorative and household items. It started as a small factory. The most of products were made from natural materials such as ramie, barks, morus indica mixed with synthetic materials such as resin. And they ware of labored style and quality. The target customers included local retail and wholesale markets. The company enlarged product capacity and had more than 300 employees and more than 500 items of products.

The Thamnak Khon Company was established by Mr.Yongsak Chatsrirung. Who was responsible for construction management. He himself also laid down a vision and mission, policy and working process, rules and operation plans for the company. He stressed the high conservation of art. The objectives to build Thamnak Khon were to make it as the center of art concerning with Khon and to show the process of Khon mask production, Lanna culture. Khon is Thai high art deserved for conservation. The process of creating Khon masks is a very delicate work which is

usually employed Chang Sip Mu or Ten Groups of Thai Artisans. The artisans are important to Thai art conservation.

Since The Thamnak Khon Company has been in the construction process and employees have not been employed yet. Mr.Yongsak Chatsrirung planning to manage this company to make profit in both short term and long term.



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณา และความอนุเคราะห์เป็นอย่างดียิ่งจาก คณาจารย์ทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งท่านรองศาสตราจารย์จำเนียร บุญมาก ประธานกรรมการที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์คลกร ขวัญคำ และอาจารย์ ดร.สุณีย์ เตชเดกิจ กรรมการที่ปรึกษาที่ได้กรุณาให้คำแนะนำพร้อมข้อเสนอแนะ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เป็นอย่างดียิ่งและช่วยเหลือในงานวิจัยครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ด้วยดี ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้ด้วย ขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจฯ ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิประสาทความรู้ให้แก่ผู้วิจัย อันเป็นรากฐานในการค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้ นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ที่ให้ความกรุณาแนะนำขั้นตอนในการทำวิจัยครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณสมาชิกกลุ่มบริษัทคำหมักโขนจำกัด พร้อมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน อีกทั้งขอขอบพระคุณผู้นำชุมชน และคณะวิชัยชุมชนโครงการวิจัยการพัฒนาเครือข่ายธุรกิจชุมชนของชุมชนตำบลสันป่าเปา ตำบลหนองแห้ง และตำบลสันนาเม็ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ทางด้านข้อมูลต่าง ๆ ในระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้อย่างดียิ่ง

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่สนับสนุนและเป็นแรงใจให้ผู้วิจัยทำสำเร็จตามความมุ่งหวัง ขอขอบคุณคณะวิชัยชุมชนทุกท่านที่ได้อำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานและช่วยเหลือในทุกด้านเป็นอย่างดี และทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือซึ่งมีจากกล่าวนามในที่นี้ได้ทั้งหมดที่เป็นกำลังใจอยู่เบื้องหลังความสำเร็จ ในการวิจัยครั้งนี้

พินิจ เปลี่ยนเกิด

พฤศจิกายน 2549

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญเรื่อง	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ขอบเขตการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	9
ประวัติความเป็นมาของโชน	9
แนวคิดการจัดการพิพาทพื้นที่บ้าน	16
ทฤษฎีเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง	17
แนวคิดการดำเนินงาน	19
แนวคิดการตลาด	22
แนวคิดการผลิต	23
แนวคิดการการบัญชีและการเงิน	25
ความหมายและแนวคิดของ SWOT	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
กรอบแนวความคิดในการวิจัย	37
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	38
สถานที่ดำเนินการวิจัย	38
ประชากร	38
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล	39

	หน้า
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	39
ระยะเวลาการวิจัย	40
งบประมาณที่ใช้	40
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	41
บริบทชุมชนตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่	41
บริบทธุรกิจชุมชนบริษัท คำนักรักษา จำกัด	45
การวิเคราะห์สภาพภายในกลุ่มธุรกิจชุมชนกลุ่มบริษัท คำนักรักษา จำกัด	46
การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล	46
การบริหารจัดการด้านการเงิน	47
การบริหารจัดการด้านการผลิต	49
การบริหารจัดการด้านการการตลาด	54
การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	55
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	57
สรุปผลการวิจัย	57
สภาพการดำเนินงานปัจจุบันของกลุ่มธุรกิจชุมชนกลุ่มบริษัท คำนักรักษา จำกัด	59
การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มบริษัท คำนักรักษา จำกัด	61
อภิปรายผล	62
ข้อเสนอแนะ	65
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	66
บรรณานุกรม	68

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงปัญหาพื้นฐานของมนุษย์และส่วนต่างๆของวัฒนธรรม	16
2	ระยะเวลาการวิจัย	40
3	จำนวนประชากรด้านลสันป่าเปา	42
4	โครงสร้างการลงทุนของบริษัท ด้าหนักโชน จำกัด	47
5	การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	55

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	ผลิตภัณฑ์กลุ่มดำหมักโขนที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2546	3
2	การแสดงโขนในอดีต	11
3	การแสดงโขน	12
4	ตัวแบบของกระบวนการการผลิต	24
5	ตัวแบบความสัมพันธ์เชิงคณิตศาสตร์ของสิ่งส่งออก	24
6	แสดงขั้นตอนกระบวนการวิเคราะห์ SWOT	30
7	กรอบแนวความคิดในการวิจัย	37
8	แผนที่ตำบลสันป่าเป้า	42
9	สถานที่ก่อสร้างของกลุ่มบริษัท ดำหมักโขน จำกัด	45
10	แผนผังการบริหารกลุ่มบริษัทดำหมักโขนจำกัด	47
11	ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเชรามิก	49
12	แผนผังกระบวนการการผลิตของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเชรามิก	50
13	แผนผังบริษัท ดำหมักโขน จำกัด	53

บทที่ 1

บทนำ

จากการประเมินผลการพัฒนาในช่วง 4 ทศวรรษที่ผ่านมา ซึ่งให้เห็นอย่างชัดเจนถึงการพัฒนาที่ขาดสมดุล โดยประสบผลสำเร็จเฉพาะในปริมาณแต่ขาดความสมดุลด้านคุณภาพ จุดอ่อนของการพัฒนา คือ ระบบบริหารทางเศรษฐกิจ การเมือง และราชการยังเป็นการรวมศูนย์อำนาจและขาดประสิทธิภาพ ระบบกฎหมายล้าสมัย นำไปสู่ปัญหาเรื้อรังของประเทศ แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาที่ผ่านมาได้ก่อให้เกิดทุน ทางสังคมและทางเศรษฐกิจหลายประการซึ่งเป็น จุดแข็งของประเทศที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนา กล่าวคือ รัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันได้วางพื้นฐานให้เกิดการปฏิรูปที่สำคัญทั้งทางสังคม การเมือง การบริหารภาครัฐ และการกระจายอำนาจ ขณะที่กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนและ พลังท้องถิ่นมีความเข้มแข็งมากขึ้น ทั้งจุดแข็งของฐานการผลิตการเกษตรที่หลากหลายมีศักยภาพเป็นแหล่งผลิตอาหารโลก มีความเป็นเอกลักษณ์ไทย มีวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่น รวมทั้งมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สั่งสมเป็นปึกแผ่น ซึ่งผลจากการพัฒนาดังกล่าวข้างนั้น ได้นำมาสู่การวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545-2549 ที่มีการเร่งรัดการปฏิรูประบบเศรษฐกิจและสังคมให้เกิดสัมฤทธิ์ผลในทางปฏิบัติให้มากยิ่งขึ้นและมุ่งฟื้นฟูเศรษฐกิจให้หลุดพ้นจากภาวะวิกฤติ พร้อมทั้งวางรากฐานการพัฒนาระบบเศรษฐกิจภายในประเทศให้มีความเข้มแข็ง มีเสถียรภาพและมีภูมิคุ้มกันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น โดยเฉพาะบทที่ว่าด้วยเรื่องยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการพัฒนาชนบทและเมืองอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความเข้มแข็งชุมชนและประชาสังคมต่าง ๆ ให้มีความมั่นคงทางสังคม มีการพัฒนาเมืองและชุมชนให้น่าอยู่ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคมให้กระจายครอบคลุมทั่วประเทศ ก่อให้เกิดเศรษฐกิจฐานรากที่เข้มแข็งและช่วยลดความยากจนในชนบทและเมืองรวมทั้งเตรียมพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นประเทศเศรษฐกิจของภูมิภาค จากเป้าหมายที่ตั้งไว้นั้นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ได้จัดให้มีแนวทางในการพัฒนาดังนี้ คือ การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและการพัฒนาเมืองน่าอยู่ ชุมชนน่าอยู่ เน้นหลักการมีส่วนร่วมการพึ่งตนเอง การช่วยเหลือเกื้อกูลกันและกัน การแก้ปัญหาความยากจนในชนบทและเมืองภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคในสังคมที่มุ่งปรับกระบวนการพรรคและการจัดการแก้ไขปัญหาความยากจนอย่างเป็นองค์รวม การพัฒนาความเชื่อมโยงชนบทและเมืองอย่างเกื้อกูลเพื่อกระจายโอกาส การพัฒนา สร้างความมั่งคั่งในพื้นที่และสร้างความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจโดยรวม

โดยที่การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนนั้น จะใช้การพัฒนาคนในชุมชนเป็นศูนย์กลางเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งโดยมีการพัฒนาที่เรียกว่าเป็นการพัฒนาแบบองค์รวม ซึ่งเป็นการพัฒนาที่ทุกฝ่ายในสังคมมีโอกาสได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาไปพร้อม ๆ กันทั้งด้าน คุณภาพชีวิต จิตใจ เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเพิ่มศักยภาพและสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการพัฒนาตนเอง (อนันต์ เตชะวณิช, 2543: 17) ด้วยการให้ประชาชนเป็นผู้ร่วมวิเคราะห์สถานการณ์ ค้นหาปัญหาของชุมชน กำหนดแนวทางแก้ไขปัญหา ตัดสินใจเลือกกิจกรรม ลงมือดำเนินการและประเมินผล เป็นข้อมูลเพื่อแก้ไขปัญหของชุมชนและให้หมู่บ้านเป็นจุดเริ่มต้นที่จะวางระบบที่เอื้อต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน (สุชาติ สุวรรณ, 2543: 16) โดยที่การพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งนั้นจะมีกระบวนการในการพัฒนาชุมชน 5 ขั้นตอนด้วยกันคือ 1) ศึกษาชุมชน 2) ให้การศึกษาแก่ชุมชน 3) วางแผน 4) ดำเนินโครงการ 5) ติดตามประเมินผล ซึ่งจะเห็นได้ว่ากระบวนการพัฒนาชุมชนในขั้นตอนที่ 1 และ 2 นั้นเป็นลักษณะการทำงานของนักพัฒนาที่เป็นคนนอกชุมชนหรือกลุ่มแกนนำ หรือผู้นำชุมชน โดยเริ่มต้นจากศึกษาชุมชนจนรู้จักชุมชนดีทุก ๆ ด้าน แล้วจึงไปทำให้ประชาชนรู้และเข้าใจชุมชนของตนเองทั้งในด้านปัญหาความต้องการและศักยภาพของชุมชนเอง จึงเกิด ความตระหนักในปัญหาและความต้องการของชุมชนเพื่อจะได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา ผู้นำชุมชนหรือนักพัฒนาต้องสร้างความตระหนักให้กับประชาชน เพราะปัญหาชุมชนต้องแก้ด้วย ความร่วมมือ ร่วมใจของประชาชนเองจึงจะสำเร็จและทำให้ประชาชนหรือเรียกรวบ ๆ ว่า ชุมชน เกิดการเรียนรู้ ความเอื้ออาทรต่อกันและความคิดและความมั่นใจที่จะพึ่งตนเอง ซึ่งสุดท้ายจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ ดังนั้นเมื่อดำเนินการตามกระบวนการการพัฒนาชุมชนด้วยหลักการพัฒนาชุมชน จะทำให้เกิดองค์ประกอบหรือลักษณะของความเป็นชุมชน หรือ ความเป็นประชาคมขึ้น กล่าวคือจะปรากฏการรวมตัวกันด้วยวัตถุประสงค์ร่วมกัน การทำกิจกรรมร่วมกัน ความเอื้ออาทรต่อกัน การจัดการและผู้นำธรรมชาติที่สำคัญ จิตวิญญาณของความเป็นชุมชน แต่อย่างไรก็ตามด้วยหลักการพัฒนาชุมชนจะช่วยพัฒนาความเป็นชุมชน หรือ ความเป็นประชาคม ให้เกิดขึ้นและเข้มแข็งขึ้นได้ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไข 2 ประการ คือ การมีส่วนร่วมของประชาชนสูง และกิจกรรมร่วมกันมีอยู่อย่างต่อเนื่อง (ชำนาญ วัฒนศิริ, 2543: 24) ดังนั้น แนวคิดการพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งของชุมชนต้องเริ่มจากชุมชนเป็นการระบุดความคิดมาจากข้างในชุมชนที่อยากเห็นการพัฒนา การเปลี่ยนแปลงอย่างไรต้องเริ่มที่ชุมชนและต้องมีการลงมือทำด้วย (อนันต์ เตชะวณิช, 2543: 17) จึงจะประสบผลสำเร็จที่ชุมชนนั้นต้องการให้เกิดขึ้น

เมื่อมีการเสริมสร้างฐานรากของสังคมให้เข้มแข็ง ก็จะเป็นหนทางที่นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป รวมทั้งยังเป็นการเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจที่มีความพร้อมที่จะรับกระแสการเปลี่ยนแปลงจากเศรษฐกิจยุคใหม่ได้อย่างรู้เท่าทันบนพื้นฐานของความกินดี อยู่ดี และมีความสุขของชุมชน

ความสำคัญของปัญหา

บริษัท ชื่นเอก (เชียงใหม่) จำกัด ตั้งอยู่ ณ บ้านเลขที่ 188/32 หมู่ที่ 10 หมู่บ้านครูสภา ถนนเชียงใหม่-ดอยสะเก็ด กิโลเมตรที่ 6 ตำบลสันนาเม็ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยคุณยงศักดิ์ ฉัตรสิริรุ่งได้เริ่มผลิตสินค้างานหัตถกรรม ประเภทเครื่องตกแต่ง และ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครอบครัว ในปี พ.ศ. 2534 โดยเริ่มจากโรงงานผลิตขนาดเล็ก ผลิตภัณฑ์ของทั้งหมดผลิตจากวัสดุธรรมชาติ เช่น ป่าน เปลือกไม้ หม่อน ผสมผสานกับ วัสดุสังเคราะห์เช่น เรซิน และอื่นๆ ด้วยงานผลิตที่ประณีตสวยงามและมีคุณภาพ จึงได้ขยายตลาดภายในประเทศให้เป็นที่รู้จัก และครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ เป็นทั้งผู้ขายส่งและขายปลีก

บริษัท ชื่นเอก (เชียงใหม่) จำกัด เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในปี 2546 โดยการนำผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ เข้าร่วมโครงการดังกล่าว ได้แก่ หัวโขนจำลอง กรอบรูป ของชำร่วยขนาดเล็ก โดยมีขั้นตอนการผลิตโดยการเย็บและประกอบด้วยมือทั้งสิ้น บริษัท ชื่นเอก (เชียงใหม่) จำกัด สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย ระดับ 5 ดาวของจังหวัด ดังแสดงดังต่อไปนี้



ภาพ 1 ผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าหูกทอที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2546

ที่มา: ไทยตำบล คอท คอม (2548)

บริษัท ชื่นเอก (เชียงใหม่) จำกัด ได้ตระหนักถึงการทำธุรกิจขนาดเล็กที่อาศัยความช่วยเหลือจากภาครัฐเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้ธุรกิจมีความยั่งยืนได้ ทั้งนี้ เนื่องมาจากนโยบายสนับสนุนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product, OTOP) ของรัฐบาลเริ่มมีกระแสที่อ่อนลง การให้ความช่วยเหลือกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนเป็นไปอย่างไม่ทั่วถึง การให้ความช่วยเหลือไม่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน รวมทั้งความไม่จริงจังในการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น บริษัท ชื่นเอก (เชียงใหม่) จำกัด จึงได้มีแนวคิดในการสร้าง บริษัทดำเนินักโชนจำกัด เพื่อเป็นศูนย์รวมสินค้าที่มีรูปแบบความสัมพันธ์ในลักษณะการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน ตำบลสันป่าเป้า ตำบลหนองแห้ง และตำบลสันทรายหลวง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ อันได้แก่

1. ประติมากรรมดินเผาออกก่อนกะ
2. กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือผู้ฝืนดินที่ผลิตผ้าฝ้ายเข็บมือ ย้อมสีธรรมชาติ
3. กลุ่มหัตถกรรมกะลาบ้านเชียงแสน
4. กลุ่มทำหมวกกระดาษสา
5. กลุ่มทอผ้าบ้านดงเจริญชัย
6. กลุ่มประดิษฐ์เศษผ้า
7. กลุ่มขนมจีนและน้ำพริก
8. กลุ่มสมุนไพรจันทร์
9. กลุ่มบริษัทดำเนินักโชนจำกัด
10. กลุ่มสล่าสันทราย
11. กลุ่มประดิษฐ์ของเล่น และโคมไฟด้วยไม้
12. กลุ่มงานศิลปหัตถกรรมอื่นๆ ที่ควรค่าต่อการอนุรักษ์

นอกเหนือจากรูปแบบความสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าวแล้ว กลุ่มธุรกิจชุมชนยังมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการทำกิจกรรมร่วมกัน ในรูปแบบของการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่สมาชิกในชุมชน ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ล้วนเกิดจากการสร้างสรรค์งานโดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายก่อเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่เต็มไปด้วยคุณค่าทางวัฒนธรรม ศิลปะ และหัตถกรรม รวมทั้งเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ทำให้เกิดการสืบสานศิลปวัฒนธรรม และหัตถกรรมอย่างยั่งยืนต่อไป

จากเหตุผล ความมุ่งมั่นและแนวคิดเริ่มต้นของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนกลุ่มบริษัทดำเนินักโชนจำกัด และกลุ่มธุรกิจชุมชนในตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีอุดมการณ์ที่เน้นย้ำถึงแนวคิดในการอนุรักษ์ศิลปะชั้นสูงนี้ไว้จนชั่วลูกชั่วหลาน รวมถึงความเป็นไปได้ในการสร้างและพัฒนาบริษัทดำเนินักโชนจำกัด เพื่อการอนุรักษ์ศิลปะชั้นสูงทุกแขนงแบบพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยจึงได้มีความต้องการที่จะร่วมมือกับบริษัทดำเนินักโชนจำกัด เพื่อผลักดันการสร้างและพัฒนาบริษัทดำเนินักโชนจำกัด ให้สามารถดำเนินงานต่อไปได้อย่างสอดคล้องกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนโดยลักษณะการทำวิจัยร่วมกันระหว่างอาจารย์ นักศึกษา และชุมชน เพื่อให้การพัฒนาธุรกิจชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชนตำบลตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของบริษัทดำเนินักโชนจำกัด ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

ขอบเขตเนื้อหา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปของบริษัทดำเนินักโชนจำกัด ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาการดำเนินงานและสภาพทางธุรกิจ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนของบริษัทดำเนินักโชนจำกัด ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาเฉพาะธุรกิจของบริษัทดำเนินักโชนจำกัด ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ธุรกิจของบริษัทค้าหนักริมน้ำจืด ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตระยะเวลาการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการวิจัย โดยเริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2548 ถึง มีนาคม 2549 รวมทั้งสิ้นเป็นเวลาประมาณ 8 เดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางการสร้างและพัฒนาบริษัทค้าหนักริมน้ำจืด ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
2. ได้วิธีการวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจชุมชน
3. ได้กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันที่สามารถนำไปปรับใช้กับชุมชนหรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
4. สามารถพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์สำหรับใช้เป็นแนวทางการพัฒนารัฐกิจชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป

นิยามศัพท์

การศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาบริษัทค้าหนักริมน้ำจืด ตำบลสันป่าเปา อำเภอ สันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีคำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

วัฒนธรรม หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตของคนในสังคม หรือวิถีทางการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งซึ่งอยู่รวมกันที่ใดที่หนึ่งหรือประเทศใดประเทศหนึ่ง โดยเฉพาะ

สื่อวัฒนธรรมไทย หมายถึง ผลที่ได้มาจากแนวความคิด ความเชื่อ หรือการปฏิบัติตามแนวความคิดหรือความเชื่อนั้น ๆ ในรูปของสื่อ อุปกรณ์ที่เป็นวัตถุ หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่แสดงความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันกับความคิดหรือความเชื่อนั้น

โขน หมายถึง การแสดงดั้งเดิมของไทย ที่ผู้แสดงต้องสวมหน้ากากในการแสดง มีการแต่งกายเฉพาะตามแบบแผน เนื้อเรื่องที่นักแสดง คือ รามเกียรติ์

ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) หมายถึง ความสามารถในการใช้พื้นความรู้ในการสร้างสรรค์งาน เพื่อพัฒนาและดำรงชีวิตของคนในท้องถิ่น

ธุรกิจชุมชน หมายถึง การทำธุรกรรมโดยสมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมทุน ร่วมผลิตและดำเนินธุรกิจและร่วมรับประโยชน์จากการทำธุรกิจนั้น เช่น โรงสีชุมชน กลุ่มทอผ้า เป็นต้น ดังนั้นการทำธุรกิจชุมชนนอกจากจะก่อให้เกิดการจ้างงานในชุมชนหรือสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่วัตถุดิบในชุมชนแล้วยังมีเป้าหมายสูงสุดคือเพื่อให้ชุมชนมี สวัสดิการที่ดีขึ้น มีความรักใคร่สามัคคี ชุมชนเข้มแข็ง และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ในที่นี้ ระดับของธุรกิจชุมชน หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ธุรกิจที่ได้รับรางวัล One Tambon One Product: OTOP และอุตสาหกรรมในครัวเรือน

ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถหรือคุณสมบัติที่มีอยู่ในตัวของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน บริษัทดำเนินกิจการจำกัด ในด้านความรู้ความสามารถ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการพัฒนาภาวะผู้นำ และด้านมนุษยสัมพันธ์ที่สามารถแสดงออกให้ปรากฏแก่บุคคลอื่น โดยการพัฒนาการดำเนินงานต่างๆ ในการประกอบธุรกิจชุมชนให้ดีขึ้น

บริบท หมายถึง สิ่ง หรือสภาพแวดล้อมที่มีอยู่หรือเกิดขึ้นทั้งใน และนอกชุมชน ที่สามารถมีอิทธิพลในเชิงเกื้อหนุน หรือเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจชุมชนบางส่วนหรือทั้งหมดของชุมชน ทั้งจะเป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอด ความเจริญเติบโต หรือผลสำเร็จของชุมชนโดยส่วนรวม

ชุมชน หมายถึง ถิ่นฐานที่อยู่ของกลุ่มคน ถิ่นฐานนี้มีพื้นที่อ้างอิงได้ และกลุ่มคนนี้มีที่อยู่อาศัยร่วมกัน มีการทำกิจกรรม เรียนรู้ ติดต่อสื่อสาร ร่วมมือและพึ่งพา อาศัยกัน มีวัฒนธรรมและภูมิปัญญาประจำถิ่น มีจิตวิญญาณและ ความผูกพันอยู่กับ พื้นที่แห่งนั้น อยู่ภายใต้การปกครองเดียวกัน และมีผลประโยชน์ร่วมกัน ในที่นี้หมายถึง ชุมชนที่อยู่ในเขตพื้นที่ตำบลสันป่าเปา

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ตัวสินค้าและกระบวนการทางความคิดรวมถึงการบริการ การดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลาย ในที่นี้หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตบริษัทดำเนินกิจการจำกัด ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

การดำเนินงาน หมายถึง กระบวนการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ของ บริษัทดำเนินกิจการจำกัด ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

สภาพทางธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพการดำเนินงานทางธุรกิจโดยใช้หลักการวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS ของธุรกิจชุมชนบริษัทดำเนินกิจการจำกั๊ด ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ SWOT หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์การดำเนินงานเพื่อเป็นเครื่องมือช่วยให้กลุ่มบริษัทดำเนินกิจการจำกั๊ด สามารถ (1) กำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน (2) โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งประกอบไปด้วยจุดแข็ง (strength) หมายถึง จุดเด่นในการดำเนินงานอะไรบางอย่างที่เสริมสร้างให้กลุ่มบริษัทดำเนินกิจการมีความเข้มแข็ง จุดอ่อน (weakness) หมายถึง จุดอ่อนหรือลักษณะที่ต้องแก้ไขของบริษัทดำเนินกิจการอาจจะมีบางส่วน บางองค์ประกอบที่กระทบต่อการดำเนินงานของกลุ่มฯ โอกาส (opportunity) หมายถึง โอกาสที่บริษัทดำเนินกิจการจะได้รับจากการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่องทั้งนี้อาจจะเป็นความพร้อมและศักยภาพของบุคลากร ซึ่งช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย อุปสรรค (threat) หมายถึง แรงกดดันหรืออันตรายจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาวิกฤตหรือบั่นทอนความเจริญก้าวหน้าของบริษัทดำเนินกิจการจำกั๊ด ซึ่งเป็นเรื่องที่บริษัทดำเนินกิจการจำกั๊ดจะต้องปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่อง การสร้างและพัฒนาเครือข่ายธุรกิจชุมชน โดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นของธุรกิจชุมชนบ้านสันป่าเปา บ้านหนองแห้ง และบ้านสันหลวง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษา บริษัทดำเนินักโชนจำกัด ซึ่งมีแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย มีหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ประวัติความเป็นมาของโชน
2. แนวคิดการจัดการพิพิธภัณฑสถานบ้าน
3. ทฤษฎีเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง (Self – sufficient economic)
4. แนวคิดการดำเนินงาน
5. ความหมายและแนวคิดการวิเคราะห์ SWOT
6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวความคิดการวิจัย

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ประวัติความเป็นมาของโชน

โชน เป็นมหรสพชั้นสูงที่ใช้แสดงในงานสำคัญๆ มาแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยาเช่นเดียวกับหนังใหญ่ เชื่อกันว่ามีมาตั้งแต่โบราณประมาณก่อนพุทธศตวรรษที่ 16 โดยสันนิษฐานว่า โชนได้พัฒนามาจากการแสดง 3 ประเภท คือ การแสดงชกนาคศึกคำบรพ์ การแสดงกระบี่กระบอง การแสดงหนังใหญ่

การแสดงชกนาคศึกคำบรพ์ มีกล่าวไว้ในกฎหมายเข็ยบาลสมัยกรุงศรีอยุธยา กล่าวถึงพระราชพิธีอินทราภิเษกว่า“ในการพระราชพิธีอินทราภิเษกปลุกเขาพระสุเมรุ สร้างจากโครงไม้ไผ่ แล้วปิดทับด้วยกระดาษ แล้วจึงทาสีให้เลื่อมเหมือนภูเขา สูงเส้นหนึ่งกับ 5 วา ที่กลางสนาม ตั้งภูเขาอิสินธร ยุคนธร สูงสักหนึ่ง และภูเขากรวิกสูง 15 วา ที่เชิงเขาทำเป็นรูปพญานาคเจ็ดเศียรเกี่ยว พระสุเมรุ แล้วตำรวจแต่งเป็นรูปอสูร 100 มหาดเล็กแต่งเป็นเทพยดา 100 และแต่งเป็น

พาลี สุกรีพ มหามงกุฏ และบริวารรวม 103 ชัคนาคคิกคำบรรพ์โดยมือสุรชักรหัว เทพดาชักหาง ส่วนวานรอยู่ปลายหางครั้นถึงวันที่ 5 ของพระราชพิธีเป็นวันกำหนดให้ชัคนาคคิกคำบรรพ์ และวันที่ 6 เป็นวันชุนน้ำสุรามฤต ตั้งน้ำสุรามฤต 3 คุ่ม ตั้งช้าง 3 ศิริษะ ม้าเผือก อสุกราช (โคซึ่งเป็นเทพาหนะของพระอิศวร) ครุฑราช นางคาราหน้าฉาน ตั้งเครื่องสรรพยุทธ เครื่องช้าง และเชือกบาศ หอกชัย ตั้งโคมร ชุนน้ำสุรามฤต เทพดาผู้เล่นคิกคำบรรพ์ พร้อมด้วยรูปพระอิศวร พระนารายณ์ พระอินทร์ พระพิศวงกรม ถือเครื่องสำรับตามธรรมเนียม เข้ามาถวายพระพร” พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระราชนิพนธ์เล่าเรื่อง กวนน้ำอมฤต ไว้ในหนังสือ บ่อเกิดรามเกียรติ์ ไว้ว่าเทวดา และอสูรอยากจะได้รู้ที่อยู่พ้นจากความตาย จึงชวนกันกวนเกษียรสมุทรทำน้ำอมฤต เอาเขมณทศิรีเป็นไม้กวน เอาพญาวาสกรี (พญานาคเจ็ดเศียร) เป็นเชือก พญาวาสกรีพันพิษเป็นไฟพาดันได้รับความเดือดร้อน พระนารายณ์จึงเชิญให้พระอิศวรเสวยพิษเพื่อดับความเดือดร้อน พระอิศวรก็เสวยพิษเข้าไป (พระสวของพระอิศวรจึงเป็นสันนิลเพราะผลแห่งพิษนั้น) เทวดา และอสูรชักเขมณทศิรีหมุนกวนไปอีก จนเขาทะลุลงไปได้โลก พระนารายณ์จึงอวดารเป็นเต่าไปรองรับเขมณทศิรีไว้มิให้ทะลุลงไปได้อีก การกวนจึงกระทำต่อไปได้สะดวก เทวดากับอสูรทำสงครามกันชิงน้ำอมฤต พระนารายณ์ฉวยน้ำอมฤตไปเสียบพ้นจากฝั่งเกษียรสมุทรแล้ว พวกอสูรมิได้กินน้ำอมฤตก็ตายในทีรบเป็นอันมาก เทวดาจึงได้เป็นใหญ่ในสวรรค์” สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพทรงประทานอธิบายไว้ว่า การแสดงชัคนาคคิกคำบรรพ์นี้ เป็นการแสดงตำนานทางไสยศาสตร์เพื่อให้เกิดสวัสดิมงคล

การแสดงกระบี่กระบอง ในสมัยโบราณคนไทยจะฝึกวิชาการต่อสู้ไว้สู้รบกับข้าศึก และเพื่อป้องกันตัว อาวุธที่ใช้ในการต่อสู้ก็มีทั้งอาวุธสั้น และอาวุธยาว เช่น มีด ดาบ หอก ไม้พลอง ฯลฯ อันเป็นที่มาของวิชากระบี่กระบอง วิชากระบี่กระบองนอกจากเป็นศิลปะการป้องกันตัวในสมัยโบราณแล้ว ยังสามารถนำไปแสดงเป็นมหรสพได้อีกประเภทหนึ่ง จนกระทั่งได้รับการปรับปรุงนำมาผสมผสานกับการแสดงโขนในเวลาต่อมา

การแสดงหนังใหญ่ เป็นมหรสพที่สำคัญในสมัยอยุธยาตอนต้นดังมีปรากฏในกฎหมายเทียรบาล หนังใหญ่นั้นตัวหนังจะทำจากหนังวัวลตุเป็นรูปตัวละครในเรื่องรามเกียรติ์ มีไม้ผูกทาบตัวหนังไว้ทั้งสองข้างโดยผูกให้พันตัวหนังลงมาพอสมควรเพื่อใช้มือจับสำหรับเชิด หนังใหญ่ให้อิทธิพลกับโขน 2 อย่างคือ เรื่องราวที่ใช้แสดงเป็นเรื่องราวรามเกียรติ์ และลีลาการเชิดหนังซึ่งยอมรับกันว่าเป็นท่าแสดงของโขนในเวลาต่อมา โดยเฉพาะบทยักษ์หรือที่เรียกกันว่า เต้นโขน



ภาพ 2 การแสดงโขนในอดีต

ที่มา: บ้านไร่ไทย คอท คอม (2548)

สมเด็จพระนารายณ์มหาราช (พระราชโอรสในพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวกับเจ้าจอมมารดาชุม รัชกาลที่ 4 ว่า พระองค์เจ้าดิศวรกุมาร (พูนพิสมัย ดิศกุล, 2517) ทรงกล่าวไว้ว่า “การแสดงโขนเชื่อว่ามีมาแต่โบราณ ประมาณกันว่าไทยมีการแสดงโขนมาก่อนพุทธศตวรรษที่ 16” ทั้งนี้ได้อาศัยหลักฐานจากการสันนิษฐานลายแกะสลักเรื่อง รามายณะ จากแหล่งโบราณคดีหลายแหล่ง และจากตำนานการแสดงโขนในกฎมณเฑียรบาล โขนแต่เดิมจึงมีเฉพาะโขนหลวงประจำราชสำนัก ผู้ที่จะฝึกหัดโขนต้องเป็นผู้มีบรรดาศักดิ์ คนธรรมดาสามัญจะฝึกหัดโขนไม่ได้ จึงกลายเป็นประเพณีสืบต่อมาจนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ ที่พวกที่ฝึกหัดโขนมักเป็นมหาดเล็กหรือบุตรหลานข้าราชการ ต่อมาความนิยมที่ว่า การฝึกหัดโขนทำให้ชายหนุ่มที่ได้ฝึกหัดมีความคล่องแคล่วว่องไวในการรบหรือต่อสู้กับข้าศึก จึงมีการพระราชทานอนุญาตให้เจ้านาย และขุนนางผู้ใหญ่ตลอดจนผู้ว่าราชการเมืองฝึกหัดโขนได้ โดยคงโปรดให้หัดไว้แต่โขนผู้ชายตามประเพณีเดิม เพราะโขน และละครของเจ้านายผู้สูงศักดิ์หรือข้าราชการก็ต้องเป็นผู้ชายทั้งนั้น ส่วนละครผู้หญิงจะมีได้แต่ของพระมหากษัตริย์ ด้วยเป็นประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติมาแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยา



ภาพ 3 การแสดงโขน

ที่มา: บ้านรำไทย คอท คอม (2548)

ต่อมาภายหลังความนิยมโขนก็เริ่มเสื่อมลง โขนในสำนักของเจ้านาย ชุนนาง และเอกชนจึงค่อยๆ สูญหายไป คงอยู่แต่โขนของหลวง ในสมัยรัชกาลที่ 5 บรรดาโขนหลวงที่มีอยู่ก็มีได้ทำงานประจำ ใครเล่นเป็นตัวอะไรทางราชการก็จ่ายหัวโขนที่เรียกกันว่า “ศิระครุ” ให้ประจำตัวไปบูชา และเก็บรักษาไว้ที่บ้านเรือนของตน เวลาเรียกตัวมาเล่น โขนก็ให้เชิญหัวโขนประจำตัวนั้นมาด้วย

โขนกลางแปลง โขนในยุคแรกคงแสดงกันกลางสนามเช่นเดียวกับการแสดง ชักนาคศึกคำบรพ์ ต่อมาจึงเรียกกันว่า โขนกลางแปลง โดยเป็นการแสดงโขนบนพื้นดินกลางสนาม นิยมแสดงตอน ยกรบ คือตอนยกทัพมารบกันระหว่างกองทัพของพระรามกับกองทัพของทศกัณฐ์ การแสดงจะมีแต่บรรเลงเพลงหน้าพาทย์ประกอบการยกทัพ บทพากย์ และเจรจา แต่ไม่มีบทร้อง

โขนโรงนอก หรือโขนนั่งราว โขนโรงนอกเป็นโขนที่แสดงบนโรง ตัวโรงมักมีหลังคา และมีราวพาดตามส่วนยาวของโรง มีช่องให้ผู้แสดงสามารถเดินได้รอบราว เมื่อตัวโขนแสดงบทของตนเสร็จแล้วก็จะกลับไปนั่งบนราว ซึ่งสมมุติเป็นเตียง ไม่มีบทขับร้องมีแต่บทพากย์และเจรจา ทำให้ปีพาทย์ต้องบรรเลงเพลงหน้าพาทย์มากจึงมักจะใช้วงปีพาทย์ 2 วง โดยวงหนึ่งจะตั้งหัวโรง อีกวงหนึ่งตั้งไว้ท้ายโรงหรือจะตั้งทางซ้าย และขวาของโรงก็ได้ การแสดงโขนโรงนอกนี้ยังมีอีกอย่างหนึ่งเรียกว่า โขนนอนโรง คือเวลาบ่ายก่อนถึงวันแสดงวันหนึ่ง ปีพาทย์จะบรรเลงเพลงโหมโรง บรรดาผู้แสดงจะออกมากระทุ้งเสาตามจังหวะเพลงที่กลางโรง เมื่อจบการโหมโรงแล้วก็จะแสดงโขนตอนพระพิราพออกเที่ยวป่า แล้วนอนเฝ้าโรงคืนหนึ่ง วันรุ่งขึ้นจึงแสดงตามเรื่องที่จัดไว้ต่อไป

โขนหน้าจอ คือโขนที่แสดงหน้าจอหนังใหญ่ ซึ่งชิงไว้สำหรับแสดงหนังใหญ่ โดยให้ผู้แสดงโขนออกมาแสดงแทนตัวหนังบ้างสลับกันไป เรียกว่า หนังติดตัวโขน แต่ต่อมาก็ให้

แสดงเฉพาะโขนเท่านั้น โดยที่ยังคงตั้งจอหน้าไว้พอเป็นพิธีเท่านั้น เมื่อโขนได้ใช้คำพากย์คำเจรจา ตลอดจนดนตรีของหน้าใหญ่ทั้งหมด อีกทั้งผู้คนนิยมการแสดงที่ใช้คนมากกว่าตัวหนัง จึงเรียกโขนที่เล่นหน้าจอหน้านี้ว่า โขนหน้าจอ ต่อมาภายหลังมีการพัฒนาจอหน้าที่ใช้แสดงโขนให้มีช่องประตูเข้าออกวาดเป็นซุ้มประตู เรียกว่า จอแขวะ โดยด้านซ้ายวาดเป็นรูปค่ายพลับพลาของพระราม ด้านขวาวาดเป็นปราสาทราชวังสมมุติเป็นกรุงลงกา ต่อมาจึงมีการยกพื้นหน้าจอขึ้น และกันคนดูไม่ให้เกะกะผู้เล่น

โขนโรงใน เป็นโขนที่ได้รับการปรับปรุงผสมผสานกับละครใน โดยการนำท่ารำทำเดิน และบทพากย์เจรจาตามแบบโขนมาผสมกับการขับร้อง เพลงต่างๆ และระบำรำฟ้อนของละครใน ภายหลังจึงเรียกว่า โขนโรงใน โขนที่กรมศิลปากรนำออกแสดงในโรงละครแห่งชาติ ปัจจุบันนี้มักเป็นลักษณะโขนโรงใน หรือนำออกแสดงกลางแจ้งก็เป็นการแสดงแบบโขนโรงในทั้งสิ้น

โขนฉาก การแสดงโขนแต่เดิมนั้น จะไม่มีการสร้างฉากประกอบเรื่อง การแสดงจะดำเนินเรื่องติดต่อกันไปโดยผู้ดูจะต้องจินตนาการถึงฉากหรือสถานที่ในเรื่องราวขณะนั้นเอง การจัดฉากในการแสดงเป็นสิ่งที่รับมาจากตะวันตก โขนฉากเกิดขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 นี้เอง โดยคิดสร้างฉากประกอบการแสดงโขนบนเวทีขึ้น คล้ายกับการแสดงละครดึกดำบรรพ์ที่สมเด็จพระเจ้าฟ้ากรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์ทรงคิดขึ้น

การแสดงโขนฉากเป็นแบบเดียวกับโขนโรงใน แต่มีการจัดฉากแบบละครดึกดำบรรพ์ โดยแบ่งเป็นฉากเป็นองค์ การสร้างฉากก็ให้เข้ากับเหตุการณ์ และสถานที่ตามท้องเรื่อง เช่น การแสดงโขนของกรมศิลปากรในปัจจุบัน

ตัวละครในการแสดงโขนมี 4 ประเภท คือ ตัวพระ ตัวนาง ตัวยักษ์และตัวลิง เรื่องที่ใช้สำหรับเล่นโขน ตามที่รู้จักกันแพร่หลายมาจนปัจจุบันนี้ ก็อรามเกียรติ์ ซึ่งมีหลายสำนวนด้วยกัน ทั้งไทย ขวา เขมร และอินเดีซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดของเรื่อง เรื่องรามเกียรติ์หรือรามายณะนี้แต่งโดยพระฤาษีวาลมิกิ เมื่อหลายพันปีก่อน ชาวอินเดีจะมีความเคารพนับถือมาแต่สมัยโบราณกันว่าผู้ใดได้อ่านหรือฟังเรื่อง รามเกียรติ์ ก็สามารถล้างบาปได้

เรื่องรามเกียรติ์หรือรามายณะ เป็นเรื่องราวของพระนารายณ์ที่อวตารปางหนึ่งเป็นพระรามเพื่อคอยปราบอสูรที่คอยเบียดเบียนเหล่าเทวดา และมนุษย์ให้ได้รับความเดือดร้อนอยู่เสมอ สงครามระหว่างพระรามกับทศกัณฐ์ซึ่งเป็นพญายักษ์ครองกรุงลงกา เกิดจากทศกัณฐ์ไปลักพานางสีดาแม่เหสีของพระรามมา เพื่อเป็นชายาของตนเอง พระรามและพระอนุชาคือพระลักษมณ์จึงได้ออก

ติดตาม จนกระทั่งได้สองพญาวานรคือพญาสุครีพเจ้าเมืองขีดขิน และท้าวมหาชมพูเจ้าเมืองชมพูมาเป็นบริวาร โดยมีหนุมานเป็นทหารเอก กองทัพของพระรามจึงจองถนนข้ามทะเลไปสร้างพลับพลา และตั้งค่ายประชิดกรุงลงกาเพื่อทำศึกกับทศกัณฐ์ จนกระทั่งฝ่ายพระรามได้รับชัยชนะ รามเกียรติ์ฉบับของไทยได้มีการแต่งเป็นตอนๆหรือทั้งเรื่อง เพื่อใช้สำหรับการแสดงโขน หนังใหญ่ และละคร นั้น มีหลักฐานปรากฏว่าได้แต่งขึ้นในยุคสมัยที่แตกต่างกันดังนี้

บทละครรามเกียรติ์สมัยกรุงศรีอยุธยา

รามเกียรติ์คำฉันท์ รามเกียรติ์สำนวนนี้มีกล่าวไว้ในหนังสือจินดามณีของพระโหราธิบดี ในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช เข้าใจว่าพระโหราธิบดีคงจะหยิบยืมมาจากคำพากย์ของเก่าที่แต่งไว้สำหรับเล่นโขนหรือเล่นหนัง ซึ่งแต่งไว้เป็นเรื่องราวแต่ได้สูญหายไปแล้ว คงเหลือที่นำมาเป็นตัวอย่างในหนังสือจินดามณี 3 - 4 บทเท่านั้น

รามเกียรติ์คำพากย์ รามเกียรติ์สำนวนนี้หอสมุดแห่งชาติ กรมศิลปากร ได้แบ่งตีพิมพ์ไว้เป็นภาค โดยมีเนื้อเรื่องติดต่อกันไปตั้งแต่ภาค 2 ตอนสี่ดาหาย ไปจนถึงภาค 9 ตอนกุมภกรรณล้ม เข้าใจว่าคำพากย์เหล่านี้แต่เดิมใช้เล่นหนัง ต่อมาภายหลังได้มีผู้นำมาใช้เล่นโขนด้วย

รามเกียรติ์บทละครครั้งกรุงเก่า สำนวนนี้กล่าวความตั้งแต่ตอนพระรามประชุมพลจนถึง องค์ดสื่อสาร บทละครนี้ไม่เคยตีพิมพ์ออกเผยแพร่ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับรามเกียรติ์บทละครในรัชกาลที่ 1 จะเห็นว่ามีความไม่ตรงกันในบางแห่งบางตอน และถ้อยคำในบทละครก็ดูไม่เหมาะสม จึงเข้าใจว่าน่าจะเป็นบทละครรามเกียรติ์ฉบับเชลยศักดิ์ ที่เจ้าของละครคนใดคนหนึ่ง ในสมัยกรุงศรีอยุธยาคัดลอกไว้

บทละครรามเกียรติ์สมัยกรุงธนบุรี รามเกียรติ์สำนวนนี้สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีทรงพระราชนิพนธ์ไว้เพียง 4 ตอน โดยทรงพระราชนิพนธ์ไม่เรียงตามลำดับเรื่อง คือ ตอนพระมงกุฎหนุมานเกี่ยวนางวานรินจนถึงท้าวมาลีวราชเสด็จมา ท้าวมาลีวราชว่าความจนถึงทศกัณฐ์เข้าเมือง และตอนทศกัณฐ์ตั้งพิธีทรายกรด และพระลักษมณ์ต้องหอกกบิลพิทจนถึงหนุมานผูกคอตายบนโขทกัณฐ์

บทละครรามเกียรติ์สมัยกรุงรัตนโกสินทร์

ในสมัยรัชกาลที่ 1 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ทรงมีพระราชประสงค์จะรวบรวมเรื่องรามเกียรติ์ที่กระจัดกระจายให้รวมเป็นเรื่องเดียวกัน จึงมีพระบรมราชโองการให้ประหมทบละครเรื่องรามเกียรติ์ พระราชานิพนธ์เรื่องรามเกียรติ์ในรัชกาลที่ 1 มีเรื่องราวยืดยาวติดต่อกันไป นับเป็นวรรณคดีไทยเรื่องเดียวที่ยาวที่สุดในวรรณกรรมไทย เพราะต้องเขียนในสมุดไทยถึง 117 เล่มสมุดไทย

เนื่องจากพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย รัชกาลที่ 2 ทรงเห็นว่าบทพระราชนิพนธ์เรื่องรามเกียรติ์ในรัชกาลที่ 1 เยิ่นเย้อเกินไปไม่เหมาะสำหรับนำมาเล่นโจน พระองค์จึงทรงคัดเลือกเอาเรื่องรามเกียรติ์บางตอน คือตั้งแต่หนุมานถวายนวนไปจนถึงทศกัณฐ์ล้ม มาแต่งขึ้นใหม่สำหรับเล่นโจนหลวงเป็นหนังสือ 36 เล่มสมุดไทย

ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ทรงพระราชนิพนธ์บทละครเรื่องรามเกียรติ์ขึ้นอีกสำนวนหนึ่งคือ ตอนพระรามเดินดง เป็นหนังสือ 4 เล่มสมุดไทย และทรงพระราชนิพนธ์แปลบทละครเบิกโรงเรื่อง นารายณ์ปราบนาททุกกับเรื่องพระรามเข้าสวน พระพิราพขึ้นอีก 2 ตอน

พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงค้นคว้าศึกษาที่มาของเรื่องรามเกียรติ์จากคัมภีร์รามายณะของฤาษี वाल्मीकि แล้วทรงพระราชนิพนธ์หนังสือบ่อเกิดแห่งรามเกียรติ์ขึ้น และได้ทรงพระราชนิพนธ์บทร้อง และบทพากย์สำหรับเล่นโจนขึ้นอีก 6 ชุด คือ ชุดลีดาหาข ชุดเผาลงกา ชุดพิเภกถูกขับ ชุดจองถนน ชุดประเดิมศึกลงกา และชุดนาคบาศ

หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 กรมศิลปากรได้ทำการรื้อฟื้น ปรับปรุงนาฏศิลป์ และดุริยางคศิลป์ของไทยขึ้นมาใหม่ โดยในครั้งแรกได้นำบทพระราชนิพนธ์ในรัชกาลที่ 1 และรัชกาลที่ 2 มาปรับปรุงเพื่อแสดงโจนออกแสดงให้ประชาชนชม ต่อมากรมศิลปากรได้ปรับปรุงบทโจนชุดหนุมานอาสาขึ้นมาใหม่ ซึ่งดำเนินเรื่องตามพระราชนิพนธ์ของรัชกาลที่ 1 และรัชกาลที่ 2 โดยเรียบเรียงให้มีทั้งบทขับร้องตามแบบละครใน และมีบทพากย์บทเจรจาตามแบบแผนการแสดงโจนแต่โบราณ

แนวคิดการจัดการพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน

เป็นแนวคิดแรกที่ได้ศึกษาให้เข้าใจถึงวัฒนธรรม โดยได้มีผู้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับวัฒนธรรมไว้ดังนี้

งามพิศ สัตย์สงวน (2540) กล่าวว่า มนุษย์ในกลุ่มหนึ่งในสังคมต่างๆ จะมีชีวิตอยู่รอดได้เมื่อความต้องการจำเป็นของมนุษย์ได้รับการตอบสนองแล้ว ประชากรในกลุ่มหรือสังคมต่างๆ ต้องแก้ปัญหาพื้นฐานหลายอย่าง และต้องดำเนินการแก้ไขโดยวัฒนธรรมส่วนต่างๆ ปัญหาพื้นฐานของมนุษย์มีดังนี้

ตาราง 1 แสดงปัญหาพื้นฐานของมนุษย์และส่วนต่างๆ ของวัฒนธรรม

ปัญหาพื้นฐาน	ส่วนของวัฒนธรรม
1. ปัญหาเกี่ยวกับความต้องการทางเพศและการควบคุมเพศสัมพันธ์	ระบบเครือญาติ
2. ปัญหาที่เกี่ยวกับปากท้องและการหาอาหาร	ระบบเศรษฐกิจ
3. ปัญหาเกี่ยวกับความขัดแย้งและการควบคุมทางสังคม	ระบบการเมืองการปกครอง
4. ปัญหาในการอบรมสั่งสอนสมาชิกใหม่ของสังคม	การจัดเวลาทางสังคมและการศึกษา
5. ปัญหาเกี่ยวกับความกลัวและอำนาจเหนือธรรมชาติ	ระบบศาสนาและความเชื่อ
6. ปัญหาเกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บและสุขภาพอนามัย	การแพทย์และสาธารณสุข
7. ปัญหาเกี่ยวกับการสื่อสาร	ระบบสื่อสาร
8. ปัญหาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และการแสดงออกของมนุษย์	ศิลปะ
9. ปัญหาเกี่ยวกับการพักผ่อนหย่อนใจ	นันทนาการ

ดังนั้นสิ่งที่นักจัดพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านควรคำนึง คือ การนำเสนอภาพรวม (holistic approach) ของวิถีชีวิตของคนในชุมชนให้สมบูรณ์ที่สุด ดังที่ได้แสดงตามตารางข้างต้นทั้งเก้าด้านด้วยกัน

เมื่อรับรู้ถึงภาพรวมของวัฒนธรรมและจะนำไปสู่ความเข้าใจในระบบวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้นโดยทั่วไปนักมานุษยวิทยาแบ่งวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ วัฒนธรรมทางวัตถุ (material culture) และวัฒนธรรมไม่ใช่วัตถุ (non-material culture) วัฒนธรรมทางวัตถุ

หมายถึง ส่วนของวัฒนธรรมที่จับต้องสัมผัสได้ มีรูปร่างมีขนาดและน้ำหนัก เช่นรถยนต์ รถไฟ เครื่องใช้ไม้สอย เครื่องครัว เสื้อผ้า อาหาร ยารักษาโรค เป็นต้น

สิ่งที่พบกันทั่วไปในการจัดพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นคือ มักจัดแสดงเกี่ยวกับวัฒนธรรมทางวัตถุเพียงอย่างเดียว เพราะง่ายกว่าวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ

วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ คือ ส่วนของวัฒนธรรมที่จับต้องสัมผัสไม่ได้ เพราะไม่มีรูปร่าง ขนาด หรือน้ำหนัก แต่มีอิทธิพลต่อชีวิตมนุษย์มาก วัฒนธรรมประเภทนี้แบ่งออกเป็น 6 ประเภทย่อย คือ บรรทัดฐานทางสังคม สถาบันทางสังคม วัฒนธรรมประเภทการควบคุมทางสังคม ศิลปะ ภาษา พิธีกรรม

อานวย จันเงิน (2540) เขียนในวารสารวัฒนธรรมสัมพันธ์ในคอลัมน์แนะนำบุคคล/องค์กรกล่าวว่าพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านอยู่แห่งหนึ่ง มีคุณค่าเหลือประมาณโด่งดังเป็นที่รู้จักของทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเกือบทั่วโลก

จากแนวคิดการจัดพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านด้านวัฒนธรรม ผู้ศึกษาสรุปได้ว่า วัฒนธรรมเกิดจากการหล่อหลอมเกี่ยวกับความเชื่อ และปัญหาต่างๆ แล้วมนุษย์จึงได้คิดและสร้างสรรค์ผลงาน เพื่อให้สังคมมีการรวมกลุ่ม มีการจัดระเบียบของชุมชนท้องถิ่นตามลักษณะความเป็นอยู่ที่เหมาะสมแล้วปฏิบัติสืบต่อกันมากลายเป็นวัฒนธรรม

ทฤษฎีเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง (Self-sufficient economic)

แนวคิดนี้แตกต่างจากปรัชญาของระบบเศรษฐกิจตลาด หรือ เศรษฐกิจแบบทุนนิยม (market economy) ที่ให้ผู้ผลิตฝากความหวังไว้กับ กลไกการตลาดว่า อุปสงค์ และอุปทาน ในตลาดจะทำให้หน้าที่ของมันอย่างตรงไปตรงมาโดยไม่มีอคติ เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองถือเอาคำสอนของพระพุทธเจ้าที่ว่า ตนเป็นที่พึ่งแห่งตน เป็นที่ตั้ง

ตามแนวคิดนี้ เห็นว่า คนจำเป็นต้องบริโภค เพราะฉะนั้นพื้นฐานที่สุดของคนก็คือการผลิต (production) การผลิตจึงเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญที่สุดของคน ถ้าการแลกเปลี่ยนหรือการตลาด (marketing) มีความสำคัญเช่นเดียวกันแต่มีความสำคัญเป็นอันดับรองลงมา ดังนั้นแนวความคิดนี้จึงเห็นวก่อนอื่นจะต้องให้เกษตรกรผู้ผลิตพึ่งตนเองให้ได้ ชุมชนต้องพึ่งตนเองให้ได้และท้ายที่สุดสังคมและประเทศจึงจะพึ่งตนเองได้ การพึ่งตนเองนั้นไม่จำเป็นต้องพึ่งตนเองให้ได้ทั้งหมดร้อยเปอร์เซ็นต์ เกษตรกรจึงเริ่มต้นพึ่งตนเองจาก 10 เปอร์เซ็นต์ เป็น 20 เปอร์เซ็นต์ แล้วค่อย ๆ ขยับระดับขึ้นไป

แนวคิดเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ไม่ได้ปฏิเสธเรื่องการค้าหรือการแลกเปลี่ยนในตลาด แต่แนวคิดนี้เห็นว่า หากเกษตรกรเน้นการปลูกพืช เพียงเพราะจุดมุ่งหมายจะนำไปขายเพื่อเอาเงินไปซื้อสินค้าบริโภค ในไม่ช้าเกษตรกรก็จะเป็นหนี้เป็นสินหมดความเป็นตัวของตัวเอง และแม้รักษาสถาบันครอบครัวของตนเองไว้มิให้แตกสลาย ก็ยากที่จะรักษาเอาไว้ได้ สาเหตุก็เพราะว่าราคาปัจจัยการผลิตพืชผล และสิ่งจำเป็นในการดำรงชีพของเกษตรกร ถูกกำหนดจากกลไกราคาทั้งหมด และค่อนข้างชัดเจนว่าเป็นเพราะว่าเกษตรกรก้าวเข้าสู่ขั้นตอนของการค้า การแลกเปลี่ยนในตลาด โดยที่ยังไม่สามารถพึ่งตนเองในเรื่องปากท้องได้ ในทางตรงกันข้ามหากเกษตรกรสามารถทำการผลิตอาหารเอาไว้กินในครอบครัวอย่างพอเพียง เกษตรกรจะเป็นฝ่ายกำหนดตลาดว่าจะนำผลผลิตส่วนที่เหลือจากการบริโภคอะไรบ้างและจำนวนเท่าใดออกขายในตลาด ผลผลิตส่วนเกินทั้งหมดที่ออกสู่ตลาด คือกำไรของเกษตรกร โดยที่ระยะนี้เกษตรกรจะกลายเป็น ผู้กำหนด หรือ ตัวกระทำต่อตลาด

ปรัชญาเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเองไม่ได้ปฏิเสธสิทธิปัจเจกชนนิยม ของเศรษฐกิจตลาดสำนักเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองเน้นการรวมกลุ่มของชาวบ้านในระดับชุมชนหมู่บ้าน และตำบล ในขณะที่เศรษฐศาสตร์กระแสโลกาวิวัฒน์ไม่ให้ความสำคัญกับชุมชนหมู่บ้าน แต่ให้ความสำคัญกับการรวมตัวของกลุ่มพ่อค้าและสมาคมอุตสาหกรรม ในเมืองมากกว่าการรวมกลุ่มของชาวบ้านที่อยู่ภายใต้การอุปถัมภ์จากหน่วยงานของรัฐและกลุ่มธุรกิจ ทั้งที่เป็นกลุ่มการผลิตการค้าและการเงิน เช่น สหกรณ์ กลุ่มออมทรัพย์ ส่วนใหญ่ไม่สามารถพึ่งตนเองได้ ทั้งนี้เนื่องจากที่ยุทธศาสตร์สำคัญของประเทศเน้นไปที่ การผลิตเพื่อการส่งออก กิจกรรมทางเศรษฐกิจเล็ก ๆ ของชาวบ้าน จึงแทบไม่ได้รับความสนใจจากผู้บริหารประเทศ ที่จะสร้างเงื่อนไขที่เป็นผลดีต่อธุรกิจของชาวบ้าน

แนวคิดเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเองยอมรับสนับสนุน และส่งเสริมให้ชุมชนชาวบ้านที่ปรารถนาจะก้าวพ้นจากระดับการผลิตเพียงเพื่อพอกิน ไปสู่ระดับการแลกเปลี่ยนให้เป็นทั้งเจ้าของ ทุน และผู้ประกอบการทางเศรษฐกิจเอง แนวคิดนี้เสนอว่าวัตถุดิบ แรงงาน ทักษะ ทุน และ ยุทธศาสตร์ทางธุรกิจจะต้องอยู่ภายใต้การตัดสินใจด้วยตนเองของสมาชิกชุมชน (self-determination) แนวคิดเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองไม่ได้ปฏิเสธเสรีภาพของเกษตรกร แต่ละคนที่จะเข้าไปซื้อ - ขาย แลกเปลี่ยนสินค้ากับเศรษฐกิจตลาด แต่การรวมตัวเป็นกลุ่มก้อนของชาวบ้านเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นและขาดเสียมิได้ หากชุมชนขาดการรวมตัวเศรษฐกิจตลาดจะทำลายชุมชน แต่ในที่สุดเศรษฐกิจตลาดจะปั่นป่วน เพราะกำลังซื้อของคนในประเทศไม่เพียงพอ ในทางตรงกันข้ามหากชุมชนเข้มแข็ง ชุมชนจะสนับสนุนค้ำจุนระบบเศรษฐกิจภายในประเทศ ให้เข้มแข็งตามไปด้วย เพราะชุมชนมีกำลังซื้อที่เพียงพอ

ระบบเศรษฐกิจตลาดเน้นการแข่งขันความมีประสิทธิภาพสูงสุดของการผลิต เพื่อให้ผู้ประกอบการที่แข็งแกร่งที่สุดเท่านั้น สามารถอยู่ในตลาดและรับกำไรเป็นสิ่งตอบแทนไป ส่วนผู้บริโภค ความพอใจสูงสุดในการบริโภคเป็นความสำคัญสูงสุด นั่นก็คือ แนวคิดของ เศรษฐกิจตลาดอยู่ที่วัตถุประสงค์ซึ่งเป็นทั้งกำไรของผู้ประกอบการและความพอใจในการบริโภคของผู้บริโภค ดังนั้นวัดความสำเร็จทางเศรษฐกิจของประเทศ ภายใต้ระบบนี้คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ ที่วัดออกมาในรูปมูลค่าของเงินทั้งสิ้น

แนวคิดการดำเนินงาน

แนวคิดการบริหารจัดการ

คำว่า การบริหาร (administration) จะใช้ในการบริหารระดับสูง โดยเน้นที่การ กำหนดนโยบายที่สำคัญและการกำหนดแผนของผู้บริหารระดับสูง เป็นคำที่นิยมใช้ในการบริหาร ราชการ (public administration) หรือใช้ในหน่วยราชการ และคำว่า ผู้บริหาร (administrator) จะ หมายถึง ผู้บริหารที่ทำงานอยู่ในองค์การของรัฐ หรือองค์การที่ไม่มุ่งหวังกำไร

คำว่า การจัดการ (management) จะเน้นการปฏิบัติการให้เป็นไปตามนโยบาย (แผน ที่วางไว้) ซึ่งนิยมใช้ในการจัดการธุรกิจ (business management) ส่วนคำว่า ผู้จัดการ (manager) จะ หมายถึง บุคคลในองค์การซึ่งทำหน้าที่รับผิดชอบต่อกิจกรรมในการบริหารทรัพยากรและกิจการ งานอื่น ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ขององค์การ

การบริหารจัดการ (management) หมายถึง กระบวนการของการมุ่งสู่เป้าหมาย ขององค์การจากการทำงานร่วมกัน โดยใช้บุคคลและทรัพยากรอื่น ๆ หรือเป็นกระบวนการ ออกแบบและรักษาสภาพแวดล้อมที่บุคคลทำงานร่วมกันในกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

กระบวนการบริหารจัดการ (management process) หมายถึง กระบวนการเพื่อให้ บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การ ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. การวางแผน (planning) เป็นขั้นตอนในการกำหนดวัตถุประสงค์และพิจารณา ถึงวิธีการที่ควรปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น ดังนั้นผู้บริหารจึงต้องตัดสินใจว่าบริษัทมี วัตถุประสงค์อะไรในอนาคต และจะต้องดำเนินการอย่างไรเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ นั้น การวางแผนประกอบด้วย

1.1 การดำเนินการตรวจสอบตัวเอง เพื่อกำหนดสถานภาพในปัจจุบันของ
องค์กร

1.2 การสำรวจสภาพแวดล้อม

1.3 การกำหนดวัตถุประสงค์

1.4 การพยากรณ์สถานการณ์ในอนาคต

1.5 การกำหนดแนวทางปฏิบัติงานและความจำเป็นในการใช้ทรัพยากร

1.6 การประเมินแนวทางปฏิบัติงานที่วางไว้

1.7 การทบทวนและปรับแผนเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของ
การควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด

1.8 การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการวางแผนเป็นไปอย่างทั่วถึง

2. การจัดองค์กร (organizing) เป็นขั้นตอนในการจัดบุคคลและทรัพยากรที่ใช้ใน
การทำงาน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายในการทำงานนั้น หรือเป็นการจัดแบ่งงานและจัดสรรทรัพยากร
สำหรับงาน เพื่อให้งานเหล่านั้นสำเร็จ การจัดองค์กรประกอบด้วย

2.1 การระบุและอธิบายงานที่จะถูกนำไปดำเนินการ

2.2 การกระจายงานออกเป็นหน้าที่ (duties)

2.3 การรวมหน้าที่ต่าง ๆ เข้าเป็นตำแหน่งงาน (positions)

2.4 การอธิบายสิ่งที่จำเป็นหรือความต้องการของตำแหน่งงาน

2.5 การรวมตำแหน่งงานต่าง ๆ เป็นหน่วยงานที่มีความสัมพันธ์อย่างเหมาะสม
และสามารถบริหารจัดการได้

2.6 การมอบหมายงาน ความรับผิดชอบ และอำนาจหน้าที่

2.7 การทบทวนและปรับโครงสร้างขององค์กรเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง
และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่ได้เป็นไปตามที่กำหนด

2.8 การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการจัดองค์กรเป็นไปอย่างทั่วถึง

2.9 การกำหนดความจำเป็นของทรัพยากรมนุษย์

2.10 การสรรหาผู้ปฏิบัติงานที่มีศักยภาพ

2.11 การคัดเลือกจากบุคคลที่สรรหามา

2.12 การฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต่าง ๆ

2.13 การทบทวนและปรับคุณภาพและปริมาณของทรัพยากรมนุษย์เมื่อ
สถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่ได้เป็นไปตามที่กำหนด

2.14 การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการจัดคนเข้าทำงานเป็นไปอย่างทั่วถึง

3. การนำ (leading) เป็นขั้นตอนในการกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้น และชักนำความพยายามของพนักงานให้บรรลุเป้าหมายของการ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการใช้ความพยายามของผู้จัดการที่จะกระตุ้นให้พนักงานมีศักยภาพในการทำงานสูง ดังนั้นการนำ (leading) จะช่วยให้งานบรรลุผลสำเร็จ เสริมสร้างขวัญและกำลังใจผู้ใต้บังคับบัญชา การนำประกอบด้วย

- 3.1 การติดต่อสื่อสารและอธิบายวัตถุประสงค์ให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้ทราบ
- 3.2 การมอบหมายมาตรฐานของการปฏิบัติงานต่าง ๆ
- 3.3 การให้คำแนะนำและคำปรึกษาแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาให้สอดคล้องกับมาตรฐานของการปฏิบัติงาน
- 3.4 การให้รางวัลแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาบนพื้นฐานของผลการปฏิบัติงาน
- 3.5 การยกย่องสรรเสริญและการดำเนินนโยบายอย่างยุติธรรมและถูกต้องเหมาะสม
- 3.6 การจัดสภาพแวดล้อมมากระตุ้นการจูงใจ โดยการติดต่อสื่อสารเพื่อสำรวจความต้องการและสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง
- 3.7 การทบทวนและปรับวิธีการของภาวะของความเป็นผู้นำ เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด
- 3.8 การติดต่อสื่อสารโดยทั่วทุกแห่งในกระบวนการของภาวะความเป็นผู้นำ

4. การควบคุม (controlling) เป็นการติดตามผลการทำงาน และแก้ไขปรับปรุงในสิ่งที่จำเป็น หรือเป็นขั้นตอนของการวัดผลการทำงาน และดำเนินงานการแก้ไขเพื่อให้บรรลุผลที่ต้องการ การควบคุมประกอบด้วย

- 4.1 การกำหนดมาตรฐาน
- 4.2 การเปรียบเทียบและติดตามผลการปฏิบัติงานกับมาตรฐาน
- 4.3 การแก้ไขความบกพร่อง
- 4.4 การทบทวนและปรับวิธีการควบคุม เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด
- 4.5 การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการควบคุมเป็นไปอย่างทั่วถึง

แนวคิดการตลาด

นันทยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร (2545) เครื่องมือทางการตลาดที่ต้องนำมาใช้ร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย คือ การสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ได้แก่ แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) การ จัดจำหน่าย (place หรือ distribution) และการ ส่งเสริมการตลาด (promotion) หรือก็คือ 4 P's ของส่วนประสมการตลาดที่จำต้องนำมาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ส่วนประสมทางการตลาดแต่ละด้าน มีความหมายและรายละเอียด ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย สินค้า การบริการ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ลักษณะการออกแบบ ตราสินค้า การบรรจุภัณฑ์ ขนาด การรับประกัน ซึ่งผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ มีคุณค่า และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้

2. ราคา (price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน หรือสิ่งที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งบางสิ่ง ประกอบด้วย การกำหนดราคาสินค้า การให้ส่วนลด การให้ส่วนแถม และระยะเวลาของการชำระเงิน โดยที่การกำหนดราคาควรจะเป็นที่ยอมรับของลูกค้า โดยต้องคำนึงถึงต้นทุนและราคาของคู่แข่ง

3. การจัดจำหน่าย (place หรือ distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันตลาด ส่วนกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่าง ผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.1 การโฆษณา (advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอขายสารเกี่ยวกับองค์กร และ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ เช่น การโฆษณาสินค้า หรือบริการผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (personal selling) เป็นกิจกรรมเชิงข่าวสาร และจุดตลาดโดยใช้บุคคล ในกรณีนี้ เป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขาย (หรือ) ผู้ผลิต กับลูกค้าที่คาดหวัง

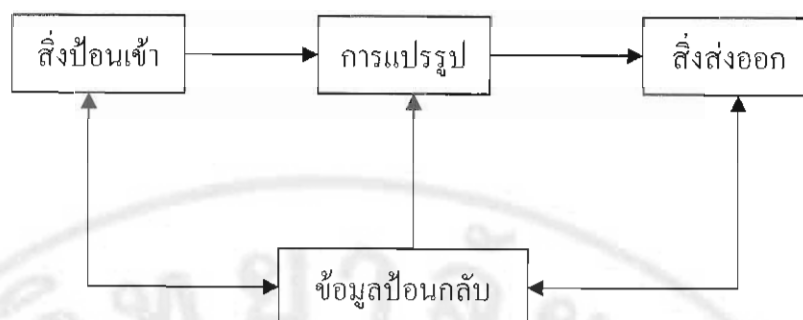
4.3 การส่งเสริมการขาย (sales promotion) เป็นกิจกรรมส่งเสริมที่ นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าวซึ่งสามารถกระตุ้นความ สนใจ การทดลองใช้หรือการซื้อ โดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง การส่งเสริม การขายอาจกระตุ้นผู้บริโภค เช่น ลด แลก แจก แถม ฯลฯ กระตุ้นคนกลางและพนักงานขาย เช่น การจัดประชุมและการแข่งขันการขาย

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (publicity and public relation) การให้ ข่าว เป็นการเสนอความคิด สินค้า หรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงินจากองค์การที่ได้รับ ผลประโยชน์ เช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บุคคล การจัดประชุม สัมมนา แก่สื่อมวลชน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติ ที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การประชาสัมพันธ์ เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ ประชาชนทั่วไป ผู้ถือหุ้น หน่วยงานราชการ วิธีการประชาสัมพันธ์ อาจทำได้ เช่น การตีพิมพ์ การให้ข่าวเกี่ยวกับบุคคล ผลิตภัณฑ์ของบริษัท การจัดเหตุการณ์ต่างๆ เช่นประชุม สัมมนา จัดกีฬา หรือเป็นสปอนเซอร์ เป็นต้น การให้บริการชุมชน เช่นการบริจาค การสนับสนุนกีฬา การอนุรักษ์ วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

แนวคิดการผลิต

ทฤษฎีด้านการผลิตของ สุปัญญา ไชยชาญ (2540: 2) กล่าวไว้ว่า คำว่า ปฏิบัติการ นั้นหมายถึง การทำงานตามหน้าที่ แต่ในเรื่องการดำเนินธุรกิจแล้วต้องขยายความออกไปอีกว่า การ ทำงานตามหน้าที่นั้น ต้องเป็นหน้าที่ที่จะต้องรับผิดชอบในการผลิตสินค้าหรือบริการ ซึ่งองค์กรจะ นำไปเสนอขายตามเป้าหมาย

การผลิตสินค้าหรือบริการดังกล่าวนี้ ทำให้การปฏิบัติการในองค์การเป็นระบบที่มี ลักษณะเฉพาะร่วมกันอยู่อย่างหนึ่ง คือ ต้องแปรรูป (transform) สิ่งป้อนเข้า (input) ให้กลายเป็นสิ่ง ส่งออก (output) สำหรับนำไปเสนอขายต่อตลาดเป้าหมายต่อไป



ภาพ 4 ตัวแบบของกระบวนการการผลิต

ที่มา: สุปัญญา ไชยชาญ (2540: 20)

สิ่งป้อนเข้า หมายถึง ทรัพยากรที่ต้องใช้ในการแปรรูปให้กลายเป็นสิ่งส่งออกซึ่งโดยทั่วไปจะประกอบด้วย เงินทุน แรงงาน เครื่องจักร ที่ดิน วัตถุดิบ และการจัดการ เป็นต้น

การแปรรูป หมายถึง การทำให้สิ่งป้อนเข้ากลายเป็นสิ่งส่งออก ซึ่งอาจใช้กระบวนการทางเคมี กระบวนการทางฟิสิกส์ หรือการใช้แรงงานเป็นหลัก สุดแต่ว่าองค์การนั้น ๆ ผลิตสินค้าหรือบริการ

สิ่งส่งออก หมายถึง สินค้า และหรือบริการตามวัตถุประสงค์ของการปฏิบัติการ ซึ่งจะต้องให้ได้ลักษณะเฉพาะตรงตามเกณฑ์กำหนด (specification) ด้วยเกณฑ์กำหนดนี้มักจะบังคับให้สิ่งส่งออกต้องมีมูลค่าสูงกว่าสิ่งป้อนเข้าบวกต้นทุนในการแปรรูป ซึ่งเขียนเป็นตัวแทนความสัมพันธ์เชิง

$$\text{มูลค่าของสิ่งส่งออก} > \text{มูลค่าของสิ่งป้อนเข้า} + \text{ต้นทุนในการแปรรูป}$$

ภาพ 5 ตัวแบบความสัมพันธ์เชิงคณิตศาสตร์ของสิ่งส่งออก

ที่มา: สุปัญญา ไชยชาญ (2540: 20)

การปฏิบัติการใด ๆ ก็ตามที่ได้สิ่งส่งออกเป็นสินค้า การปฏิบัติการนั้น เรียกว่า การปฏิบัติการการผลิต (manufacturing operations) ส่วนการปฏิบัติการใดก็ตามที่ได้สิ่งส่งออกเป็นบริการ การปฏิบัติการนั้น เรียกว่า การปฏิบัติการบริการ (service or non manufacturing operations)

สิ่งป้อนเข้าอย่างสำคัญในการปฏิบัติการการผลิตนอกจากจะมีทุน แรงงาน และการบริหารแล้ว ยังมีวัตถุดิบ ซึ่งเป็นสิ่งป้อนเข้าที่มีระดับความเป็นรูปธรรมสูง ทำให้สิ่งส่งออกมีความเป็นรูปธรรมด้วย กรรมวิธีแปรรูปในการปฏิบัติการการผลิตมักอาศัยปฏิกิริยาเคมีหรือฟิสิกส์เป็นเครื่องมือ เช่น การหมัก การกลั่น การผสม การกัด การเจาะ และการเชื่อม เป็นต้น

แนวคิดการบัญชีและการเงิน

โชติรัส ชวนิชย์ และคณะ (2538: 112) ได้กล่าวถึงแนวความคิดด้านการเงินและการบัญชีของธุรกิจขนาดย่อมไว้ดังนี้ คือ การจัดการการเงินและการบัญชีธุรกิจขนาดย่อม (financial and accounting management in small business) ซึ่งการจัดการทางการเงินเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นกิจการขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ การจัดการควรเริ่มจากการวางแผนทางการเงิน คือ แหล่งเงินทุนที่จะจัดการว่า ควรจัดหาจากแหล่งเงินทุนใด เพื่อให้ได้แหล่งที่ดีและประหยัด จากนั้นจะต้องวางแผนต่อไปว่า เงินทุนที่จัดหามาได้เหล่านี้จะนำไปใช้จ่ายอย่างไร เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างสภาพคล่องและกำไรภายในกิจการ ทั้งนี้จะต้องมีหลักที่จะมาควบคุมเงินทุน และการจัดสรรการใช้เงินทุนให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ตัวองค์กร ส่วนการจัดการงานบัญชีเป็นการควบคุมทางการเงินอย่างหนึ่ง โดยการควบคุมการใช้จ่ายและการรับเงินที่เกิดขึ้นจริง คือ ต้องมีการจดบันทึกจัดประเภท และสรุปผล เพื่อให้ทราบผลการดำเนินงานของกิจการ ผลที่ได้จากการบันทึกบัญชีสามารถนำมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิคต่าง ๆ ได้ เช่น อัตราส่วนทางการเงินจะทำให้กิจการทราบปริมาณความสำเร็จของการดำเนินงานที่ผ่านมา โดยผลของความสำเร็จในทางบวกจะถูกนำมาเป็นแบบอย่างของการจัดการการเงินใหม่ต่อไป ส่วนผลในทางลบจะถูกวิเคราะห์สาเหตุ เพื่อหาทางแก้ไขภาวะทางการเงินขององค์กรในปีต่อไปให้ดีขึ้นกว่าปีก่อน

การบัญชีเป็นเรื่องของการจดบันทึกทางการเงินที่กิจการได้ดำเนินการไปในช่วงเวลาที่ผ่านมา ซึ่งจะมีประโยชน์แก่เจ้าของกิจการเอง คือ ทำให้ทราบฐานะการดำเนินงานที่ผ่านมา และสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนทางการเงินสำหรับปีต่อไป นอกจากนี้ยังใช้เป็นข้อมูลประกอบการขอกู้เงินจากสถาบันการเงินต่างๆ ในระบบได้ ถ้าจะให้ความหมายของงานการบัญชีอย่างง่าย ๆ จะได้ว่า งานบัญชี หมายถึง การจดบันทึกการจำแนกประเภท และการสรุปผลข้อมูลทางการเงินจากความหมายนี้จะเห็นว่าการบัญชี แยกได้ 3 งาน คือ

1. การจดบันทึก
2. การจำแนกประเภท
3. การสรุปผล

ผู้บริหารเงินขนาดย่อมก็ควรจะเรียนรู้การบัญชีและการอ่านงบการเงินให้เป็นเพื่อจะได้สามารถตรวจสอบและประเมินผลพนักงานการบัญชี รวมทั้งใช้ประโยชน์จากงบการเงินของกิจการตนเองได้

ส่วนกิจการขนาดย่อมที่จัดตั้งในรูปเจ้าของคนเดียว ซึ่งเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ไม่ใช่รูปนิติบุคคลประเภทบริษัท หรือห้างหุ้นส่วน ซึ่งไม่ต้องจัดการงานบัญชีดังเช่นขั้นตอนที่กล่าวมาแล้ว ก็ควรทำบัญชีเพื่อบันทึกรายละเอียดข้อมูลทางการเงินไว้สำหรับเตือนความทรงจำ และควรเก็บหลักฐานต่าง ๆ ทางการเงินไว้เป็นแฟ้มเรียงลำดับตามวันที่ เพื่อประโยชน์ในการค้นหาเอกสารหลักฐานสำคัญต่าง ๆ พวกสินทรัพย์ หนี้สิน ควรแยกกันไว้เป็นแฟ้ม แยกแฟ้มกันเขียนหน้าแฟ้มให้ชัดเจน และควรบันทึกรายละเอียดให้ถูกต้องตลอดเวลา เมื่อมีรายการเพิ่มหรือลดยอด ส่วนรายการประจำวัน ได้แก่ เงินสดรับ เงินสดจ่าย รายได้ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ก็ควรมีสุมุดบันทึก เพื่อไว้ทบทวนความจำ การบันทึกไม่มีหลักเกณฑ์อะไร เป็นการบันทึกเหมือนการเขียนข้อความ ทว่า ๆ ไป จัดเป็นการทำบัญชีแบบง่าย ๆ เรียกว่า ระบบการบัญชีเดี่ยว (single entry system) ซึ่งจะช่วยประมาณการฐานะทางการเงินของกิจการได้คร่าว ๆ และช่วยให้ผู้บริหารกิจการทราบฐานะ และทิศทางของกิจการของตนเองได้พอสมควร

ความหมายและแนวคิดของ SWOT

ในชุดวิชาการวิจัยชุมชนได้กล่าวถึงความหมายของ SWOT ไว้ดังนี้ (เฉลียว บุรีภักดี, 2545: 18)

S มาจากคำว่า Strength คือ มีจุดแข็งหรือมีจุดเด่นอะไรบ้างที่เสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็ง

W มาจากคำว่า Weakness หมายถึง จุดอ่อน ของหน่วยงาน อาการป่วยของหน่วยงานอาจจะมีบางส่วน บางองค์ประกอบที่กระทบต่อหน่วยงาน

O มาจากคำว่า Opportunity หมายถึง โอกาสที่หน่วยงานจะได้รับการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้อาจจะเป็นความพร้อมและศักยภาพของบุคลากร

T มาจากคำว่า Treat หมายถึง แรงกดดัน หรืออันตรายที่บั่นทอนความเจริญก้าวหน้าของหน่วยงาน ซึ่งเป็นเรื่องที่หน่วยงานจะต้องปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

การวิเคราะห์ SWOT มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกดังนี้

1. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในหน่วยงาน ซึ่งมีมาตรการ หรือตัวแปรที่สำคัญในการวิเคราะห์กล่าวคือ

1.1 สภาพแวดล้อมภายในหน่วยงานด้านทรัพยากร ได้แก่ บุคลากร องค์กร ประชาชน งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ เทคโนโลยี ด้านโครงสร้างนโยบาย ระบบการทำงาน บทบาทหน้าที่ ด้านระเบียบข้อกฎหมาย และ ด้านการสนับสนุนจากภายนอก

1.2 ศักยภาพในหน่วยงาน ได้แก่ จุดแข็งของหน่วยงาน จุดอ่อนของหน่วยงาน

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อหน่วยงาน มีตัวแปรที่สำคัญในการวิเคราะห์กล่าวคือ

2.1 สภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ด้านสังคม ด้านการเมืองการปกครอง ด้านเศรษฐกิจ และ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และเครือข่าย

2.2 ผลกระทบต่อหน่วยงาน ได้แก่ ด้านเชิงบวก ซึ่งเป็นช่องทางหรือโอกาสของหน่วยงาน และ ด้านเชิงลบ ซึ่งเป็นอุปสรรคหรืออันตรายของหน่วยงาน

นันทยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร ได้กล่าวว่า กระบวนการวิเคราะห์ SWOT เป็นเครื่องมือที่มีศักยภาพในการสร้างกลยุทธ์สำหรับองค์กรธุรกิจชุมชนโดยพบคุณลักษณะ 7 ประการของกระบวนการวิเคราะห์ SWOT ดังนี้ (นันทยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร, 2545: 9-15)

1. การมีส่วนร่วมทุกระดับ ผู้นำหลักเป็นผู้ที่มีอิทธิพลและมีส่วนร่วมสูงสุดในการกำหนดกลยุทธ์ของกลุ่ม ผู้นำหลักจะเป็นผู้คิดริเริ่มค้นหาปัจจัย ตัดสินใจ ตลอดจนสามารถเสนอกลยุทธ์ทางเลือกให้ ผู้นำหลักขององค์กรจะเป็นบุคคลสำคัญที่สุดในการพัฒนากลยุทธ์และการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติส่วนผู้นำระดับรองมีส่วนร่วมระดับกลาง มักเป็นฝ่ายฟังอภิปรายบางจุดที่ตนไม่เห็นด้วย ไม่ใคร่มีความคิดริเริ่ม แต่ร่วมการตัดสินใจและเข้าร่วมตลอดกระบวนการวิเคราะห์ SWOT กระบวนการวิเคราะห์ SWOT ยังเอื้อให้สมาชิกได้ซักถาม เสนอแนะ และมีส่วนร่วมจัดลำดับความสำคัญของกลยุทธ์ ซึ่งโดยปกติแล้วสมาชิกจะไม่มีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์ การดำเนินการของกลุ่ม การมีส่วนร่วมดังกล่าวทำให้สมาชิกทราบถึงทิศทางและแผนงานของกลุ่ม จึงสรุปได้ว่า กระบวนการวิเคราะห์ SWOT เอื้ออำนวยให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้นำและสมาชิกในการวางแผนกลยุทธ์ คุณค่าของ SWOT อยู่ที่ตัวกระบวนการซึ่งอำนวยให้เกิดการมีส่วนร่วมจากบุคคลทุกระดับขององค์กร

2. กระบวนการเรียนรู้ กระบวนการวิเคราะห์ SWOT เป็นเวทีการเรียนรู้ระหว่างผู้นำระดับต่าง ๆ 3 ลักษณะ คือ 1) ผู้นำหลักสามารถถ่ายทอดข้อมูลสู่ผู้นำระดับกลาง 2) ผู้นำระดับกลางได้เรียนรู้ประสบการณ์จากผู้นำหลัก และ 3) ผู้นำทุกระดับได้เรียนรู้ซึ่งกันและกัน กระบวนการเรียนรู้เกิดจากการที่ผู้เข้าร่วม ต้องคิดอย่างจริงจังต้องเสนอความคิดของตนต่อกลุ่ม ต้องอภิปรายโต้แย้ง แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และที่สำคัญต้องตัดสินใจเลือกทิศทางและกลยุทธ์ของกลุ่มจากขั้นตอนแต่ละขั้นตอนของกระบวนการวิเคราะห์ SWOT เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้เรื่องหลัก 2 เรื่อง คือ 1) ผู้เข้าร่วมเรียนรู้ของกลุ่มของตนได้กระจ่างขึ้น 2) กระบวนการวิเคราะห์ SWOT ยังเป็นเวทีการเรียนรู้เรื่องการวางแผนแบบทีมและเป็นระบบ ซึ่งเป็นเรื่องใหม่สำหรับผู้เข้าร่วม แต่จากการเข้าร่วมการปฏิบัติจริงทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเรียนรู้วิธีการวางแผน และเมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการผู้เข้าร่วมจะได้แผนกลยุทธ์ที่มาจากการสร้างสรรค์ของเขาเอง

3. การใช้เหตุผล กระบวนการวิเคราะห์ SWOT เป็นกระบวนการที่เป็นระบบซึ่งเอื้อให้เกิดการใช้เหตุผลในการคิดและตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ ในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการผู้เข้าร่วมต้องใช้ความคิดและอภิปรายถึงเหตุผลต่าง ๆ ในการตัดสินใจ ซึ่งทำให้เกิดความรอบคอบในการกำหนดกลยุทธ์ หลายครั้งที่กลุ่มมีการโต้แย้งอภิปราย และแบ่งเป็นฝ่ายสนับสนุนฝ่ายค้าน กระทั่งต้องใช้คะแนนเสียงเป็นตัวชี้ขาดการเลือกข้อสรุปหนึ่ง ๆ กระบวนการวิเคราะห์ SWOT จึงเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เหตุผลในการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์

4. การใช้ข้อมูล การใช้ข้อมูลเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในกระบวนการวิเคราะห์ SWOT หรืออาจกล่าวได้ว่า ผู้เข้าร่วมจะต้องใช้ข้อมูลในการวางแผนกลยุทธ์หากผู้เข้าร่วมมีข้อมูลน้อยหรือไม่มี กลยุทธ์ที่ได้จะไม่มีความจริงของกลุ่ม โอกาสที่จะกำหนดกลยุทธ์ผิดพลาดเป็นไปได้มากข้อมูลที่ใช้ในกระบวนการวิเคราะห์ SWOT มาจาก 3 แหล่ง คือ 1) จากประสบการณ์การทำงานของผู้เข้าร่วม 2) จากผลการศึกษาวิเคราะห์องค์กรและ 3) จากแหล่งข้อมูลภายนอก เช่น วิทยากรที่เชิญมาให้ความรู้และเพิ่มเติมข้อมูลเป็นต้น ข้อมูลที่นำมาใช้ในกระบวนการวิเคราะห์ SWOT นั้นต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้องโดยข้อมูลจากทั้งสามแหล่งจะตรวจสอบความถูกต้องซึ่งกันและกัน ยิ่งไปกว่านั้น ข้อมูลนั้น ๆ ต้องเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อกลุ่มทั้งทางบวกและลบ

5. การกระตุ้นให้คิดและเปิดเผยประเด็นที่ซ่อนเร้น กระบวนการวิเคราะห์ SWOT อำนวยให้เกิดการคิดวิเคราะห์สูงเพราะผู้เข้าร่วมจะเป็นศูนย์กลางของกระบวนการ ผู้เข้าร่วมจะเป็นผู้กระทำการต่าง ๆ ในแต่ละขั้นตอน หากผู้เข้าร่วมทำไม่ได้ในขั้นตอนใดก็ไม่สามารถข้ามไปได้ ดังนั้น กระบวนการวิเคราะห์ SWOT จึงเป็นกระบวนการที่ต้องใช้ความคิด การวิเคราะห์และการอภิปรายโต้แย้งเพื่อบรรลุถึงการตัดสินใจร่วมกัน ด้วยเหตุแห่งการใช้ความคิดและการโต้แย้ง กระบวนการวิเคราะห์ SWOT จึงสร้างสรรค์ให้เกิดการคิด การมองและความเข้าใจแง่มุมใหม่โดย

ผู้เข้าร่วมอาจจะยังไม่เคยคิดหรือเห็นแง่มุมใหม่นี้มาก่อน ซึ่งก่อให้เกิดการเปิดเผยประเด็นที่ซ่อนเร้นของกลุ่มหรือคลีคลายสถานการณ์ที่ซับซ้อนให้เห็นชัดเจนขึ้น ไม่ใช่เป็นประเด็นซ่อนเร้นโดยความตั้งใจ แต่เป็นประเด็นซ่อนเร้นโดยสถานการณ์ ความชัดเจนดังกล่าวมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ที่ถูกต้องยิ่งขึ้น

6. การเป็นเจ้าของและพันธะสัญญา จากการที่ผู้เข้าร่วมเป็นผู้คิดวิเคราะห์ ใช้เหตุผลอภิปราย แลกเปลี่ยน จนกระทั่งนำไปสู่การตัดสินใจของเขาเองในการกำหนดภารกิจวัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ของกลุ่ม กระบวนการวิเคราะห์ SWOT จึงช่วยสร้างให้ผู้เข้าร่วมเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของแผนงานและเกิดความผูกพันต่อการนำแผนกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ การเป็นเจ้าของที่สังเกตเห็นได้ชัดเจนประการหนึ่งคือ การใช้คำว่า แผนของเรา ของผู้เข้าร่วมอย่างไรก็ดี การปฏิบัติตามแผนยังต้องขึ้นอยู่กับเงื่อนไข หรือมีตัวแปรบางอย่างที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถปฏิบัติตามแผนนั้น ๆ ได้ ดังนั้น กระบวนการวิเคราะห์ SWOT จึงควรใช้อย่างต่อเนื่องเป็นประจำเพื่อให้เกิดการปรับแผนให้ทันต่อสถานการณ์และเงื่อนไขที่เปลี่ยนแปลง

7. การปฏิบัติทันที จากการที่กระบวนการวิเคราะห์ SWOT เปิดเผยให้เห็นจุดอ่อนที่เป็นปัญหาซึ่งผู้เข้าร่วมพิจารณาว่าเป็นปัญหาเร่งด่วนที่ต้องแก้ไขเมื่อเสร็จสิ้นการวางแผนผู้เข้าร่วมจะลงมือปฏิบัติแก้ไขปัญหานั้น ๆ ทันทีหรือบางครั้งอาจจะไม่รอจนสิ้นสุดกระบวนการ เขาตัดสินใจแก้ไขปัญหานั้น ๆ เลย จึงอาจกล่าวได้ว่ากระบวนการวิเคราะห์ SWOT ทำให้เกิดผลทางการปฏิบัติทันที



ภาพ 6 แสดงขั้นตอนกระบวนการวิเคราะห์ SWOT

ที่มา: นันทิยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร (2545: 21)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิชญนันท์ อมรพิชญ์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องผลตอบแทนจากการลงทุนในการผลิตผ้าทอพื้นเมืองระดับอุตสาหกรรมในครัวเรือน ในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัญหาและอุปสรรคของผู้ผลิตผ้าทอพื้นเมืองในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ คือการขาดเงินทุนหมุนเวียนที่จะนำมาซื้อวัตถุดิบ หรือวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น การขาดเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยให้การผลิตมีความรวดเร็ว การขาดประสิทธิภาพในการผลิตทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาด ประกอบกับราคาที่จำหน่ายมักจะไม่ยุติธรรม เนื่องจากการกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง และมีข้อเสนอแนะคือรัฐบาลควรจัดให้มีหน่วยงานช่วยฝึกอบรมเทคนิคการผลิตให้แก่ผู้ผลิตและข่าวสารข้อมูลทางการตลาด ช่องทางการจำหน่าย การจัดตั้งสหกรณ์ เพื่อให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และให้กู้เงินแก่สมาชิกมีข้อระวัง คือการกู้ยืมไม่ควรให้เป็นตัวเงินควรให้กู้ในรูปของวัตถุดิบที่จำเป็นแก่การผลิต

นันทิยา ดันตราสืบ (2545) งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวไทยจากศูนย์หัตถกรรมภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรม ซึ่งนิยมผลิตภัณฑ์ทำจากผ้าและผลิตภัณฑ์ทำจากไม้รองลงมา ซึ่งนิยมซื้อสินค้าในช่วงเทศกาล และเดินทางโดยการใช้พาหนะส่วนตัวมากกวารถโดยสารประจำทาง และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าพบว่าปัจจัยทางด้านจิตวิทยามีอิทธิพลต่อการซื้อมากที่สุด และรองลงมาคือปัจจัยส่วนบุคคล และพบว่าเพื่อนร่วมงานมีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมมากกว่าบุคคลอื่น

ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าประเภทหัตถกรรม พบว่าปัจจัยทางด้านราคามีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งพบว่าการจัดแสดงสินค้าตัวอย่างภายในร้านมีผลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมมากกว่าด้านอื่น ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นั้น คุณภาพสินค้ามีผลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมมากกว่าด้านอื่น ส่วนปัจจัยการจัดจำหน่ายการจัดสินค้าภายในร้านเป็นหมวดหมู่

นอกจากนี้พบว่าปัญหาของผู้บริโภคทางด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่ สินค้าบางประเภทใช้ประโยชน์ได้น้อย ประเภทของสินค้ามีปริมาณน้อยเกินไป สินค้ามีไม่ครบและวางจำหน่ายเฉพาะตัวอย่างเท่านั้น สินค้าขาดความคงทนและการผลิตที่ไม่ประณีต มีตำหนิ ปัญหาทางด้านราคาได้แก่ทางศูนย์หัตถกรรมไม่มีการมอบส่วนลดสำหรับการซื้อสินค้าในปริมาณมากหรือในช่วงเทศกาล และสินค้าบางประเภทยังมีราคาสูงและไม่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ปัญหาทางด้าน

ช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่การจัดสภาพภายในร้านไม่ค่อยน่าสนใจสินค้าในร้านวางกระจัดกระจาย บรรยากาศในร้านดูเย็บเหงา ขาดความน่าสนใจ สินค้าที่วางแสดงมีน้อย สถานที่จอดรถไม่สะดวก และบันไดทางขึ้นอยู่สูงจนเกินไป ปัญหาทางการส่งเสริมการตลาด ได้แก่การประชาสัมพันธ์ยังไม่ดีเท่าที่ควร การให้บริการข้อมูลไม่ละเอียดครบถ้วน การบริการของเจ้าหน้าที่มีความล่าช้า

สมโภชน์ ภานวาส (2546) การศึกษาเจตคติของนักศึกษาที่มีต่อการใช้สื่อวัฒนธรรมไทยในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ; กรณีศึกษา โชน ผลของการวิจัยพบว่า นักศึกษามีเจตคติในทางบวกกับการนำเอาสื่อวัฒนธรรมไทย โชน มาจัดกิจกรรมการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ ในด้านเนื้อหาที่ใช้สอนซึ่งเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับโชนนั้น นักศึกษาเห็นว่าเป็นเนื้อหาที่น่าสนใจและแปลกสำหรับการเรียนภาษาอังกฤษ และ เป็นเนื้อหาที่มีคุณค่า ด้านความรู้และการอนุรักษ์วัฒนธรรม สำหรับในด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษา เห็นว่ากิจกรรมในชั้นเรียนน่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ โดยเฉพาะประสบการณ์ตรงที่ได้รับจากการสาธิต และจากวิทยากร ผู้เชี่ยวชาญ ในสาขาและ ในด้านการถ่ายทอดคุณค่าและวัฒนธรรมไทยนั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า โชน เป็น การแสดงที่สมควรที่จะต้องมีการสืบทอด และอนุรักษ์ ไว้ต่อไปเพื่อเป็นมรดกและวัฒนธรรมประจำชาติ

จิตต์โส แก้วบุญเรือง (2546) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง พบว่า ชุมชนในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง ส่วนใหญ่ดำเนินการเป็นกลุ่ม โดยไม่มีการจดทะเบียนและได้ดำเนินงานมาเป็นระยะเวลามากกว่า 5 ปีขึ้นไป ชุมชนส่วนใหญ่มีสมาชิกน้อยกว่า 20 คน ส่วนใหญ่มีเงินทุนเริ่มแรกไม่เกิน 10,000 บาท และมีสัดส่วนของชุมชนหรือผู้ประกอบการที่มีเงินทุนหมุนเวียนมากกว่า 50,000 บาท จำนวนมากที่สุด ด้านการดำเนินงานแต่ละด้านของชุมชนสรุปได้ ดังนี้

ด้านการตลาด ชุมชนหรือผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ชุมชนหรือผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนงานด้านการตลาด กลุ่มลูกค้าของชุมชนเป็นลูกค้าที่มาจากต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยวมากที่สุด ชุมชนมีการแสดงคุณภาพสินค้าจากวุฒิบัตรหรือถ้วยรางวัลจากการเข้าร่วมแข่งขันในงานต่าง ๆ สินค้าของชุมชนส่วนใหญ่มีตราสัญลักษณ์ของตนเอง ในการส่งเสริมการตลาด ชุมชนส่วนใหญ่มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในงาน

แสดงสินค้าต่าง ๆ และทำการส่งเสริมการขายให้แก่ผู้บริโภคและคนกลางด้วยการให้ส่วนลดและแจกฟรีเพื่อการส่งเสริมการขาย

ด้านการผลิต ชุมชนหรือผู้ประกอบการส่วนมากมีการใช้กลยุทธ์การวางแผน กำหนดจำนวนการผลิตเท่ากับจำนวนความต้องการ โดยไม่มีการเพิ่มลดจำนวนสมาชิก วัตถุประสงค์ของชุมชนเป็นผลผลิตทางการเกษตรหรือทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนมากที่สุด ไม่มีการสำรอง วัตถุประสงค์ไว้รองรับการผลิต วัตถุประสงค์ของชุมชนส่วนใหญ่ทำการจัดซื้อเป็นประจำจากผู้ค้าส่งรายเดิม ภายในท้องถิ่น ชุมชนมีการพิจารณาค่าตอบแทนสมาชิกตามผลงานในลักษณะอัตราเดียวมากที่สุด ชุมชนส่วนใหญ่มีการจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายวันและไม่มีการจ่ายค่าตอบแทนพิเศษ ชุมชนมีการควบคุมคุณภาพการผลิตสินค้าและมีสัดส่วนของการใช้คุณภาพเป็นเครื่องมือหรือมาตรฐานในการควบคุมและติดตามงานมากที่สุด ชุมชนส่วนใหญ่ไม่มีการประเมินผลการทำงานของสมาชิกและไม่มีการใช้ข้อมูลแนวโน้มการดำเนินงานของธุรกิจมาประกอบการตัดสินใจ ในด้านบุคลากร ชุมชนส่วนใหญ่มีสมาชิกเพียงพอและมีนโยบายเปิดรับสมาชิกตลอดเวลา ชุมชนมีการกำหนดความสามารถและประสบการณ์เป็นคุณสมบัติของสมาชิกใหม่และมีการจูงใจสมาชิกด้วยการจัดการ อบรมการทำงานให้แก่สมาชิกมากที่สุด

ด้านการเงินและบัญชี ชุมชนหรือผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของเงินทุนมาจากหน่วยงานรัฐบาลและจากการเข้าร่วมลงทุนของสมาชิก ชุมชนมีปัจจัยอัตราดอกเบี้ยและวงเงินกู้ยืมเป็นปัจจัยที่ใช้พิจารณาจัดหาเงินทุนมากที่สุด ชุมชนส่วนใหญ่ไม่มีการวางแผนการใช้จ่ายเงินล่วงหน้าและมีสัดส่วนของชุมชนที่มีการวางแผนการจ่ายเงินเพื่อการผลิตสินค้ามากที่สุด ชุมชนมีสมาชิกเป็นผู้จัดทำบัญชีหรือรายงานทางการเงินและบัญชีกำไรขาดทุนเป็นบัญชีที่ชุมชนจัดทำมากที่สุด ชุมชนส่วนใหญ่มีการจ่ายชำระค่าวัตถุประสงค์เป็นเงินสดและไม่มีหนี้ค้างชำระ สัดส่วนของหนี้ค้างชำระของชุมชนที่มี เป็นหนี้ทั้งสองประเภทคือ หนี้ระยะสั้นและหนี้ระยะยาว ชุมชนไม่มีหนี้สูญและทำการเจรจากับลูกหนี้ที่เป็นหนี้สงสัยจะสูญมากที่สุด ชุมชนส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อเดือนเป็นค่าวัตถุประสงค์เป็นอันดับหนึ่งและมีสัดส่วนของการจัดสรรกำไรให้แก่สมาชิกมากกว่าจัดสรรเป็นกำไรสะสมมากที่สุด

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานพบว่า ชุมชนหรือผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีปัญหาค่าใช้จ่ายทางการตลาด ไม่สามารถจัดทำกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดได้ ปัญหาการผลิตอันเนื่องจากการที่วัตถุประสงค์มีราคาแพงสูงเป็นผลให้ต้นทุนการผลิตสินค้าของชุมชนสูงด้วย ปัญหาการขาดการวางแผนการดำเนินงานของสมาชิกในชุมชนและปัญหาการขาดความรู้ความสามารถในการประสานงานในชุมชนและปัญหาการขาดเงินทุนในการดำเนินงานและการขาดความรู้ ความเข้าใจในการจัดทำรายงานทางการเงินให้ครบทุกประเภท

อภิชัย พันธเสน และคณะ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง การประเมินปัญหาและความต้องการของธุรกิจชุมชน พบว่า ปัจจัยสำคัญสำหรับการก่อตั้งกลุ่ม คือ การมีทุนทางสังคม ความอยู่รอดของธุรกิจขึ้นอยู่กับความสามารถในการเลือกสินค้าที่ผลิต การวางแผนการผลิต ความสามารถบริหารจัดการสมาชิก ส่วนการพัฒนากลุ่มขึ้นอยู่กับ การมีเครือข่ายสนับสนุนด้านวัตถุดิบ ตลาด และการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยเอื้อที่สำคัญยิ่งต่อความอยู่รอดและการพัฒนาธุรกิจชุมชน ด้านการจัดสวัสดิการชุมชนจะมีมากน้อยเพียงใดมิได้ขึ้นอยู่กับรายได้ของธุรกิจชุมชน แต่ขึ้นอยู่กับความผูกพันของธุรกิจที่มีต่อชุมชน

ปัญหาของกลุ่มธุรกิจชุมชน ซึ่งเป็นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง แต่กลุ่มดังกล่าวยังประสบปัญหา เรียงลำดับความสำคัญคือ

1. ปัญหาในการบริหารการเงิน ได้แก่ การขาดเงินทุนหมุนเวียน เป็นปัญหาที่พบมากที่สุด โดยเฉพาะกลุ่มที่พึ่งพาวัตถุดิบจากภายนอก และการทำบัญชี เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับสรุปรายงานรับจ่าย และเพื่อการตรวจสอบของสมาชิก และหน่วยงานที่สนับสนุนมากกว่าจะเป็นการทำบัญชีเพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผนการดำเนินงาน
2. ปัญหาในด้านการตลาด ได้แก่ ขาดตลาดรับซื้อประจำ ขาดบุคลากรที่มีทักษะด้านการตลาด และขาดข้อมูลด้านการตลาด
3. ปัญหาด้านการผลิต ได้แก่ เทคนิคการผลิตยังไม่เหมาะสม วัตถุดิบในชุมชนขาดแคลน คุณภาพและมาตรฐานของวัตถุดิบหลัก และข้อมูลความต้องการของตลาดไม่ได้ถูกถ่ายทอดให้แก่ฝ่ายการผลิต
4. ปัญหาด้านการบริหารสมาชิก ได้แก่ สมาชิกขาดความสามัคคี ขาดความรับผิดชอบ ขาดความไว้วางใจต่อผู้นำกลุ่ม ระบบสื่อสารในกลุ่มอาจไม่ดีพอ ปัญหาการสร้างและพัฒนาผู้นำกลุ่ม ขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะในบางตำแหน่งหน้าที่ และปัญหาความขัดแย้งระหว่างชุมชนที่เกิดจากการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าคล้ายคลึงกัน

กลุ่มธุรกิจชุมชนมีความต้องการดังต่อไปนี้

1. การปรับปรุงเทคนิคการผลิต โดยการไปศึกษาดูงาน หรือปรึกษาผู้มีความรู้
2. พัฒนาคุณภาพสินค้าและบรรจุภัณฑ์
3. ความช่วยเหลือหรือสามารถกู้ยืมเงินซื้อเครื่องมือเครื่องจักรที่เหมาะสมที่สะอาดถูกสุขอนามัย
4. หาดตลาดเพิ่มขึ้น
5. การพัฒนาผู้นำกลุ่ม

6. การพัฒนาทักษะความสามารถของบุคลากรเฉพาะทาง เช่น ฝ่ายการเงิน การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์

กชกร ชินะวงศ์ (2547) บทความเรื่อง วิจัย ค้นหารูปแบบการบริหารจัดการ กลุ่มผ้าดันมือตำบลป่าแดง พบว่า การดำเนินงานของกลุ่มผ้าดันมือในระยะแรกมีปัญหาในด้านการบริหารจัดการกลุ่มในทุก ๆ ด้านโดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาที่เกิดจากสมาชิกที่ขาดการสื่อสาร ภายในกลุ่ม ส่งผลให้การบริหารจัดการกลุ่มมีปัญหา ทำให้สินค้าที่ผลิตไม่ได้มาตรฐาน จึงมีการหารือ ร่วมกันเพื่อพัฒนาระบบการเรียนรู้ในการประกอบอาชีพที่ยั่งยืน โดยมีการศึกษาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของกลุ่มผ้าดันมือตำบลป่าแดง ซึ่งพบว่า ยังมีปัญหาในด้านรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่หลากหลาย มีชิ้นใหญ่ และราคาแพง ด้านการตลาดมีค่อนข้างจำกัด ส่วนในด้านการบริหารจัดการกลุ่มยังไม่มี การแบ่งบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนจึงทำให้ไม่มีคณะกรรมการในการ บริหารจัดการกลุ่ม รวมทั้งยังขาดทักษะความรู้ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และระบบ การตลาดที่แน่นอน

การเปิดเวทีค้นหาศักยภาพของกลุ่มผ้าดันมือบ้านป่าแดง ทำกลุ่มได้รูปแบบ การบริหารจัดการกลุ่มที่เอื้อต่อการพัฒนาอาชีพของกลุ่ม (1) ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม ได้มี การแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน การบริหารจัดการกลุ่มในรูปแบบลักษณะเครือข่าย โดยการ แบ่งกลุ่มย่อย และมีตัวแทนแต่ละกลุ่มเป็นคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการดำเนินงานฝ่าย ต่าง ๆ มีการระดมทุนจากสมาชิกในรูปแบบหุ้นออมทรัพย์เพื่อเป็นกองทุนหมุนเวียน รวมทั้งให้ สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางโครงการและกำหนดกิจกรรมใน การพัฒนาศักยภาพของกลุ่ม (2) ด้านการตลาดและช่องทางการจำหน่ายสินค้า กลุ่มได้กำหนดตลาดเป้าหมายไว้หลายแนวทาง เช่น ตลาดในจังหวัด กระจายสินค้าผ่านกลุ่มเครือข่ายผ้าดันมือภายในจังหวัด ศูนย์แสดงสินค้า เศรษฐกิจชุมชน ส่วนตลาดต่างจังหวัด กลุ่มได้ติดต่อเชื่อมโยงกับผู้ค้าปลีกในต่างจังหวัด และใน กรุงเทพฯ โดยสมาชิกสามารถผลิตและจำหน่ายได้โดยตรง หรือการฝากขายผ่านกลุ่มนอกจากนั้น กลุ่มผ้าดันมือบ้านป่าแดงได้ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมและความรู้สึกเป็นเจ้าของในหมู่สมาชิก และ (2) กระบวนการบริหารจัดการที่เป็นระบบ (3) ได้รูปแบบการสนับสนุนของภาครัฐต่อ ประชาชน

ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ (2547) งานวิจัยเรื่อง การปรับปรุงโครงสร้าง อุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านในภาคเหนือตอนบน พบว่าหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นหนึ่งกิจกรรม ทางเศรษฐกิจที่สำคัญของชุมชน ดังนั้นการพัฒนาภาคหัตถกรรมจึงต้องได้รับการวางยุทธศาสตร์

ด้วยฐานความรู้ความเข้าใจ โดยการศึกษาผลจากการสังเคราะห์และวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลจากการเจาะลึกกรณีศึกษา ตลอดจนการวิจัยในส่วนของผู้บริโภคร่วมกับการวิจัยเอกสาร โดยเน้นจังหวัดภาคเหนือตอนบน ครอบคลุม 5 ประเภทผลิตภัณฑ์คือ ผ้าทอ จักสาน กระดาษสา เครื่องปั้นดินเผา และไม้แกะสลัก ลักษณะการประกอบการ และความสามารถด้านการตลาดของผู้ในกลุ่มฯ มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการชัดเจน

ในด้านการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรของชุมชนนั้น กลุ่มชุมชนมีความตั้งใจในการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นให้เกิดมูลค่าเพิ่มสำหรับธุรกิจของกลุ่มก่อนที่จะแสวงหาวัตถุดิบจากแหล่งอื่น

การบริหารจัดการด้านการเงินเป็นสิ่งที่ได้รับความใส่ใจน้อยที่สุด และหลายหน่วยประกอบการขาดความรู้ ความเข้าใจมากที่สุด จึงเป็นเหตุให้ไม่สามารถวิเคราะห์และบริหารการผลิต การตลาด และความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม หน่วยประกอบการเกือบทั้งหมดไม่เข้าใจถึงการวางแผนธุรกิจ ทุกหน่วยประกอบการใช้วิธีการตลาดเชิงรับ และไม่มี ความเข้าใจวิธีการตั้งราคา แม้แต่หน่วยที่มีผลิตภัณฑ์ ส่งออกด้วย จึงเป็นเหตุให้ได้รับราคาต่ำจนไม่เกิดกำลังใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และขาดผู้สนใจสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างแท้จริง

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรมให้คุณค่ากับความเป็นงานหัตถกรรม ซึ่งสะท้อนวิถีชีวิตพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมเป็นสำคัญ แต่การที่จะเลือกซื้อสินค้าชิ้นใดชิ้นหนึ่งนั้น จะพิจารณาความแปลกใหม่ ความประณีต ความสวยงามเป็นหลัก และยินดีให้ราคาตามคุณสมบัติเฉพาะตัวของสินค้า

จุดแข็งและโอกาสที่สำคัญที่สุดของภาคหัตถกรรมคือการมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายเป็นทุนเดิม และนโยบายสนับสนุนด้านการตลาดและการเงินอย่างมากเป็นประวัติศาสตร์ ส่วนจุดอ่อนและอุปสรรคหลักคือการขาดช่างฝีมือระดับสูง ทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความประณีต ไม่อาจสร้างมูลค่าได้เท่าที่ควรและมีผลตอบแทนต่ำ มีการลอกเลียนแบบโดยไม่รักษาเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น และขาดความสามารถในการบริหารจัดการเชิงธุรกิจซึ่งมีลักษณะพลวัตสูง ตลาดมีการแข่งขันสูง และตลาดส่งออกยังจำกัด

จากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นแนวทางในการศึกษาตามวัตถุประสงค์การศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ การศึกษาถึงบริบทชุมชน บริบทธุรกิจชุมชน และการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานโดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของบริษัtdำหนดขอบข่ายจำกัด นอกจากนั้นงานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยถึงรูปแบบธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ รวมทั้งองค์ประกอบที่ทำให้ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จ ซึ่งจะเป็นแนวทางในการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของบริษัท

ค่านักโชนจำกัด ซึ่งจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาบริษัทค่านักโชนจำกัด ให้มีความเข้มแข็ง และยั่งยืนต่อไป

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพ 7 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษา เรื่อง แนวทางการพัฒนาบริษัทค้าหนักโชนจำกัด ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งเน้นวิเคราะห์การดำเนินงาน สภาพทางธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินงานของชมรมผู้พื้นดิน โดยมีระเบียบวิธีการวิจัยดังรายละเอียด ต่อไปนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

ค้าหนักโชน ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษา คือบริษัทค้าหนักโชนจำกัด โดยคุณของศักดิ์ ภัทรสิริรุ่ง ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบสังเกตการณ์ ซึ่งเป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยเข้าไปสังเกตการณ์ (Observation) ในการดำเนินงานของบริษัทค้าหนักโชนจำกัด ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ และใช้อุปกรณ์อื่น ๆ ช่วยในการเก็บข้อมูลและสังเกตการณ์ เช่น เทปบันทึกเสียง และกล้องถ่ายภาพเพื่อประจักษ์และชี้แจงทำความเข้าใจในการทำงานร่วมกันระหว่างนักวิจัยกับกลุ่มธุรกิจชุมชน
2. ผู้วิจัยเก็บข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับบริบทชุมชน โดยเก็บจากข้อมูลทุติยภูมิและใช้วิธีการสำรวจ การสังเกต และการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย เพื่อเก็บข้อมูลบริบทชุมชนเพิ่มเติม
3. การสัมภาษณ์เจ้าของและสมาชิกของบริษัทค้าหนักโชนจำกัด เป็นการสัมภาษณ์แบบสนทนา (Depth interview) ซึ่งจะมีการสอบถามเพิ่มเติมหากข้อมูลที่ได้ไม่ชัดเจนหรือไม่เพียงพอจนสามารถหาข้อสรุปได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ ทั้งจากหน่วยงานของภาครัฐบาลและเอกชน ได้แก่ พัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ พัฒนาชุมชนอำเภอสันทรายเว็บไซต์ ไทยด้าบล คอท คอม, ไทยมาสเตอร์พีช คอท คอม, ตำนักรัณ โชน คอท คอม ตลอดจนเอกสาร วารสาร รายงานการวิจัย และบทความต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นการรวบรวมโดยการวิจัยเชิงคุณภาพแบบการสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จากเจ้าของและผู้ที่เกี่ยวข้องของบริษัท ตำนักรัณ โชนจำกัด มีการจัดเวทีชาวบ้าน การสำรวจ การสังเกต และการสนทนากลุ่มย่อย

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ (qualitative method) โดยได้ทำการวิเคราะห์และการสรุปข้อมูลไปพร้อม ๆ กับการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ ตามสภาพแวดล้อม ตามความเป็นจริงที่เกิดขึ้น จากการดำเนินงานโดยใช้การวิเคราะห์ตามกระบวนการบริหารด้านต่าง ๆ และวิเคราะห์สภาพทางธุรกิจของบริษัท ตำนักรัณ โชนจำกัด โดยใช้การวิเคราะห์ SWOT ซึ่งประกอบไปด้วย จุดแข็ง (strengths) จุดอ่อน (weaknesses) โอกาส (opportunities) และอุปสรรค (threats) ของบริษัท ตำนักรัณ โชนจำกัด ตำบลสันป่าเป้า อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ และรายงานผลการวิจัยในรูปของการบรรยายเชิงพรรณนา

ระยะเวลาการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการวิจัย โดยเริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2548 ถึง มีนาคม 2549
รวมทั้งสิ้นเป็นเวลาประมาณ 8 เดือน

ตาราง 2 ระยะเวลาการวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.
	48	48	48	48	48	49	49	49
1. แต่งตั้งคณะกรรมการ	↔							
2. เสนอโครงร่าง	↔	↔						
3. สอบโครงร่าง		↔	↔					
4. ขออนุมัติโครงร่าง			↔	↔				
5. เก็บรวบรวมข้อมูล			↔	↔	↔	↔		
6. ประเมินผล, สรุปผลการวิจัย					↔	↔	↔	
7. นำเสนอผลการวิจัย							↔	↔

งบประมาณที่ใช้

ค่าถ่ายเอกสาร		ราคา	3,000	บาท
ค่าหมึกปริ้นเตอร์	จำนวน 2 กล่อง	ราคา	1,000	บาท
ค่ากระดาษพิมพ์ ขนาด A4	จำนวน 10 รีม	ราคา	1,000	บาท
ค่าเช่ารูปเล่ม	จำนวน 10 เล่ม	ราคา	5,000	บาท
ค่าใช้จ่ายในการรวบรวมข้อมูล		จำนวน	3,000	บาท
ค่าใช้จ่ายในการติดต่อประสานงาน		จำนวน	2,000	บาท
ค่าวัสดุอุปกรณ์อื่น ๆ		จำนวน	<u>2,000</u>	บาท
		รวม	<u>17,000</u>	บาท

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาบริษัทดำเนินกิจการค้าปลีกค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทชุมชนค้าปลีกค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคของบริษัทดำเนินกิจการค้าปลีกค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค และศึกษาถึงศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชนบริษัทดำเนินกิจการค้าปลีกค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์การดำเนินงาน สภาพทางธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินงานของบริษัทดำเนินกิจการค้าปลีกค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค โดยมีความสามารถเสนอผลการวิจัยดังต่อไปนี้

บริบทชุมชนค้าปลีกค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค จังหวัดเชียงใหม่

ประวัติความเป็นมา

ค้าปลีกค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นค้าปลีกค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค ตั้งอยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอสันทรายไปทางทิศตะวันออกเป็นระยะทางประมาณ 6 กิโลเมตร และอยู่ห่างจากศูนย์กลางของจังหวัดเชียงใหม่ไปตามทางหลวงจังหวัดหมายเลข 1019 เป็นระยะทางประมาณ 15 กิโลเมตร แบ่งเขตการปกครองเป็น 6 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ 1 บ้านสันตันเปา หมู่ 2 บ้านป่าก้าง หมู่ 3 บ้านบ่อหิน หมู่ 4 บ้านข้าวโก หมู่ 5 บ้านหนองอึ่ง หมู่ 6 บ้านพยากน้อย

สภาพทั่วไปของตำบล

ค้าปลีกค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคมีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำไหลผ่าน 1 สาย ได้แก่แม่น้ำกก และมีลำเหมืองไหลผ่าน 2 สาย ได้แก่ ลำเหมืองกอน และลำเหมืองเพยไฮ ลักษณะพื้นที่มีความลาดเอียงจากทิศเหนือไปทางทิศใต้ สภาพดินโดยทั่วไปเป็นดินร่วนปนทราย มีความอุดมสมบูรณ์ เหมาะแก่การทำการเกษตร เช่น ทำนา ทำสวน ปลูกมันเทศ และพืชอื่น ๆ ส่วนใหญ่เป็นป่าไม้

อาณาเขตตำบล

ทิศเหนือติดต่อกับตำบลหนองแห้ง เมืองเด่น อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ทิศใต้ติดต่อกับตำบลตลาดขวัญ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ทิศตะวันออกติดต่อกับตำบลเชิงคอบ

อำเภอคอยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ และทิศตะวันตก ติดต่อกับ ตำบลสันนาเม็ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่



ภาพ 8 แผนที่ตำบลสันป่าเป้า

ที่มา: กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (2549)

จำนวนประชากรของตำบล

ตาราง 3 ตารางแสดงจำนวนประชากรตำบลสันป่าเป้า

หมู่ที่	บ้าน	จำนวนประชากร			ครัวเรือน
		ชาย	หญิง	รวม	
1	บ้านสันตันเปา	528	609	1,137	498
2	บ้านป่าก้าง	306	327	633	237
3	บ้านบ่อหิน	429	522	951	360
4	บ้านข้าวโก	191	184	375	115
5	บ้านหนองอึ่ง	104	116	220	89
6	บ้านพยากน้อย	205	252	457	164
รวม		1,763	2,010	3,773	1,463

ที่มา: องค์การบริหารส่วนตำบลสันป่าเป้า (2548: 2)

ข้อมูลอาชีพของตำบล

อาชีพหลัก เกษตรกรรม ทำนา ทำสวน รับจ้างทั่วไป ค้าขาย รับราชการ และ
อาชีพเสริม ทำหัตถกรรม แปรรูปอาหาร

เส้นทางการคมนาคม

การเดินทางเข้าสู่ตำบลใช้เส้นทางตามทางหลวงหมายเลข 1019 (เชียงใหม่ -
ดอยสะเก็ด) กิโลเมตรที่ 8 – 9

สภาพพื้นที่และระบบสาธารณูปโภค

ตำบลสันป่าเปามีทั้งหมด 6 ตำบลและทุกตำบลมีไฟฟ้า ระบบโทรศัพท์ และมีน้ำ
ประปาใช้ 1 หมู่บ้าน คือ หมู่ 6

โครงสร้างการบริหารขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)

นายสุวัฒน์	ณ วิชัย	นายก อบต.สันป่าเปา
นายทศพร	สงบ	รองนายก อบต.สันป่าเปา
นางสาวอรชร	โคคำมา	รองนายก อบต.สันป่าเปา
นายผจญ	ปัญญา	เลขา นายก อบต.สันป่าเปา

ข้อมูลรายชื่อกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน

นายประพันธ์	จินชัย	กำนัน
นายบรรจง	กล้าหาญ	ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 1 บ้านสันคันเปา
นายอินสม	ไชยใหม่	ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 2 บ้านป่าก้าง
นายประพันธ์	จินชัย	ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 3 บ้านบ่อหิน
นายบุญส่ง	ชัยเกตุ	ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 4 บ้านข้าวโก
นายทศพร	สงบ	ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 5 บ้านหนองอึ่ง
นายณรงค์ชัย	มะโนคำ	ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 6 บ้านพยากน้อย

บริบทชุมชนบ้านสันตันเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ประวัติความเป็นมาของชุมชนบ้านสันตันเปา

ชุมชนบ้านสันตันเปา เป็นชุมชนที่มีความหลากหลายของประชากรในชุมชน เนื่องจากการอพยพย้ายถิ่นฐานของประชากรจากพื้นที่อื่นเข้ามาตั้งที่อยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก ชุมชนสันตันเปา มีวัดสันตันเปาเป็นศูนย์กลางของชุมชน โดยที่มาของชื่อชุมชนสันตันเปา มาจากการตั้งชื่อตามชื่อต้นไม้ คือ ต้นเปา ที่มีจำนวนมากในพื้นที่ ส่วนคำว่า สัน มาจากลักษณะพื้นที่ที่มีสันดินคั่น และประชากรที่อพยพมาอาศัยอยู่จึงตั้งชื่อชุมชนตามลักษณะของพื้นที่ จึงเป็นที่มาของชื่อชุมชน บ้านสันตันเปา

สภาพทั่วไปของชุมชนบ้านสันตันเปา

สภาพทางภูมิศาสตร์ของบ้านสันตันเปา มีสภาพเป็นที่ราบเชิงเขา มีหนองน้ำ ลำห้วย ไหลผ่าน เหมาะแก่การทำเกษตรกรรม ชาวบ้านที่อาศัยในชุมชนจึงบุกเบิกพื้นที่ทำนา ทำไร่ และทำสวน

สภาพทางสังคม วัฒนธรรม ของชุมชนบ้านสันตันเปา

ความสัมพันธ์ภายในชุมชน เป็นลักษณะของครอบครัวขยาย ลักษณะการตั้งบ้านเรือนจะขยายไปตามถนนสายหลักภายในหมู่บ้าน มีการไปมาหาสู่ระหว่างเครือญาติ และเพื่อนบ้านใกล้ชิดอยู่เสมอ ผู้คนในชุมชนนับถือผู้อาวุโสในหมู่บ้าน ทั้งที่เป็นญาติ และเป็นผู้อาวุโสในหมู่บ้าน ดังจะเห็นได้จากการคำหว่าผู้อาวุโสในโอกาสวันสงกรานต์หรือปีใหม่เมืองนั่นเอง

การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนบ้านสันตันเปา ประชากรในหมู่บ้านมีการทำกิจกรรมร่วมกันเป็นประจำ โดยเฉพาะวันสำคัญทางศาสนา เช่น วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา เป็นต้น ชุมชนจะมีการทำบุญตักบาตร เนื่องในวันสำคัญทางศาสนา การเวียนเทียน และการประชุมหารือ เพื่อทำกิจกรรมภายในชุมชน โดยมีวัดสันตันเปาเป็นศูนย์กลางชุมชน

บริบทธุรกิจชุมชนบริษัทคำหนักโขนจำกัด ตำบลสันป่าเป้า อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

บริบทธุรกิจชุมชนของบริษัทคำหนักโขนจำกัด

บริษัทคำหนักโขนจำกัดก่อตั้งขึ้นโดยคุณยงศักดิ์ ฉัตรสิริรุ่ง โดยเริ่มต้นจากการเปิดกิจการบริษัท ชื่นเอก (เชียงใหม่) จำกัด ได้เริ่มผลิตสินค้างานหัตถกรรม ประเภทเครื่องตกแต่ง และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครอบครัว ในปี พ.ศ. 2534 โดยเริ่มจากโรงงานผลิตขนาดเล็ก ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตจากวัสดุธรรมชาติ เช่น ป่าน เปลือกไม้ หมอน ผสมผสานกับ วัสดุสังเคราะห์เช่น เรซิน และอื่นๆ ด้วยงานผลิตที่ประณีตสวยงามและมีคุณภาพ ซึ่งได้เราได้ขยายตลาดภายในประเทศให้เป็นที่รู้จัก และครอบคลุมทั่วถึงทั้งประเทศ ทั้งธุรกิจขายปลีก และ ขายส่ง ทางกลุ่มได้มีการขยายธุรกิจให้มีการผลิตใหญ่ขึ้น และมีการจ้างแรงงานมากกว่า 300 คน และมีสินค้าที่จะนำเสนอมากกว่า 500 รายการ



ภาพ ๑ สถานที่ก่อสร้างของบริษัทคำหนักโขนจำกัด

ทางกลุ่มโดยคุณยงศักดิ์ ฉัตรสิริรุ่ง ได้มีแนวคิดที่จะขยายธุรกิจเป็นงานศิลปะชั้นสูง ซึ่งเป็นธุรกิจเชิงอนุรักษ์ โดยมีจุดประสงค์ที่จะสร้างค่านักโชนขึ้นมาเพื่อเป็นศูนย์รวมในการแสดงขั้นตอนการผลิตหัวโชน, การแสดงที่เกี่ยวกับโชน อีกทั้งยังเป็นสถานที่จัดแสดงวิถีแห่งล้านนา โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือการอนุรักษ์ศิลปะการสร้างหัวโชน ซึ่งเป็นศิลปะชั้นสูงของประเทศไทยมาช้านาน การผลิตหรือการสร้างหัวโชนมีขั้นตอนละเอียดและต้องใช้ช่างที่มีความชำนาญถึงสิบช่างหรือที่เรียกกันว่าช่าง 10 หมู่ ด้วยกัน ประการสำคัญช่างส่วนใหญ่เป็นช่างเกิดจากภูมิปัญญาไทยดั้งเดิมสืบทอดต่อช่วงกันมา

การวิเคราะห์สภาพภายในกลุ่มธุรกิจชุมชนบริษัทค่านักโชนจำกัด

การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลของบริษัทค่านักโชนจำกัด

บริษัทค่านักโชนจำกัดจ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงานของบริษัท ในรูปแบบของเงินเดือนและค่าตอบแทนอื่นๆ เช่น ค่านายหน้า, ค่าล่วงเวลา อีกทั้งยังมีสวัสดิการของประกันสังคมเทียบเท่าเหมือนกับการบริหารงานของบริษัททั่วไป

การคัดเลือกพนักงาน บริษัทค่านักโชนจำกัด กำหนดหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกสมาชิกเข้าสู่กลุ่ม โดยการเข้ามาของสมาชิกจะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในทางศิลปะและรักในงานศิลปะด้วยเช่นกัน เพราะงานสร้างหัวโชนเป็นศิลปะชั้นสูง สมาชิกต้องใช้ความสามารถในทางศิลปะทำการถ่ายทอดเอกลักษณ์เส้นสายของความอ่อนช้อยออกมาเป็นชิ้นงานต่างๆ คุณธรรมของผู้นำของบริษัทค่านักโชนจำกัด โดยคุณยงศักดิ์ ฉัตรสิริรุ่ง นำเอาหลักของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้สำหรับการดำเนินงานของบริษัท และดูแลของพนักงานของบริษัทแบบครอบครัวบริษัทค่านักโชนจำกัด ได้แบ่งหน้าที่การทำงานออกเป็นฝ่ายๆ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ฝ่ายการตลาด ทำหน้าที่ศึกษาและกำหนดวิถีทางในด้านการตลาดโดยตรง ซึ่งรับผิดชอบทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ผู้จัดการทั่วไปทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบงานทุกส่วนของบริษัทค่านักโชนจำกัด โดยกำหนดให้อยู่ภายใต้การดูแลของกรรมการผู้จัดการ

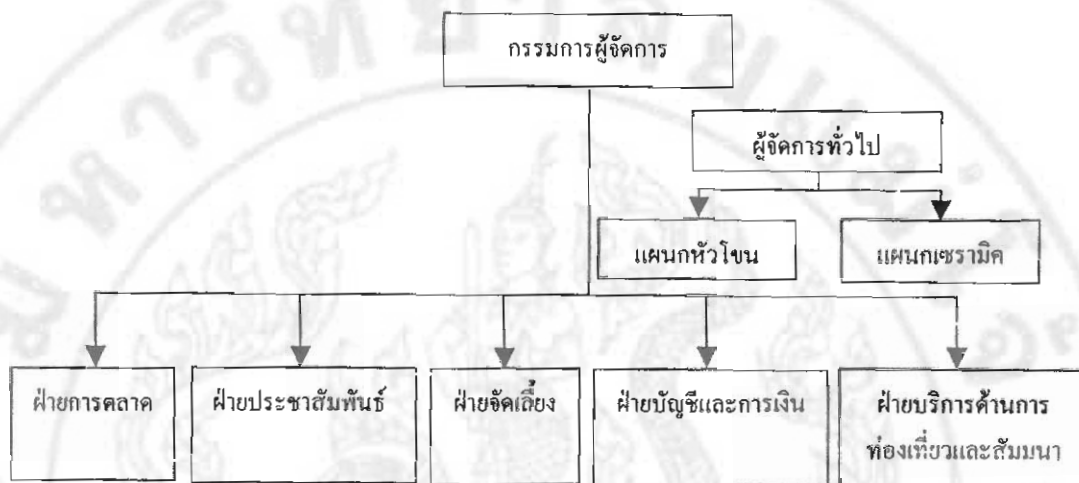
ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ของบริษัทค่านักโชนจำกัด

ฝ่ายบริการด้านท่องเที่ยวและสัมมนา ทำหน้าที่ดูแลและบริการนักท่องเที่ยวรวมไปถึงลูกค้าที่ต้องการใช้สถานที่ในการประชุมและสัมมนา

ฝ่ายบัญชีและการเงิน รับผิดชอบการทำบัญชี และการรับจ่ายเงินและจัดทำรายงาน
เพื่อรายงานผู้บริหารต่อไป

แผนกเซรามิก ผู้รับผิดชอบด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเซรามิก

แผนกหัวโชน ผู้รับผิดชอบด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโชน



ภาพ 10 แผนผังการบริหารบริษัทดำเนินโชนจำกัด

การบริหารจัดการด้านการเงินบริษัทดำเนินโชนจำกัด

ผลการศึกษาพบว่าบริษัทดำเนินโชนจำกัด ซึ่งอยู่ในระหว่างการก่อสร้างและกระบวนการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน ในอนาคตคุณยงศักดิ์ ฉัตรสิริรุ่งมีการวางแผนให้ทำการบริหารจัดการด้านการเงิน โดยฝ่ายบัญชีและการเงิน โดยจัดทำบัญชีและรายงานต่างๆเพื่อเสนอกรรมการผู้จัดการ

ตาราง 4 โครงสร้างการลงทุนของบริษัทดำเนินโชนจำกัด

รายละเอียด	จำนวน	หน่วย
เงินลงทุนรวมของโครงการ	123	ล้านบาท
เงินลงทุนโดยใช้ทุนทรัพย์ส่วนตัว (ร้อยละ 60)	73.8	ล้านบาท
เงินลงทุนโดยกู้ยืมจากสถาบันการเงิน (ร้อยละ 40)	49.2	ล้านบาท

มีการประมาณการสำหรับรายรับและรายจ่าย เมื่อเปิดทำการเต็มที่ไว้ดังนี้

ประมาณการรายรับ	9,500,000	บาท/เดือน
ประมาณการรายจ่าย	4,900,000	บาท/เดือน
คาดว่าจะคืนทุนในระยะเวลา	5	ปี

โครงสร้างการลงทุนของบริษัทดำเนินกโชนจำกัด

เงินลงทุนโดยทุนทรัพย์ส่วนตัวร้อยละ 60 และเงินลงทุนโดยการกู้ยืมจากสถาบัน

การเงินร้อยละ 40

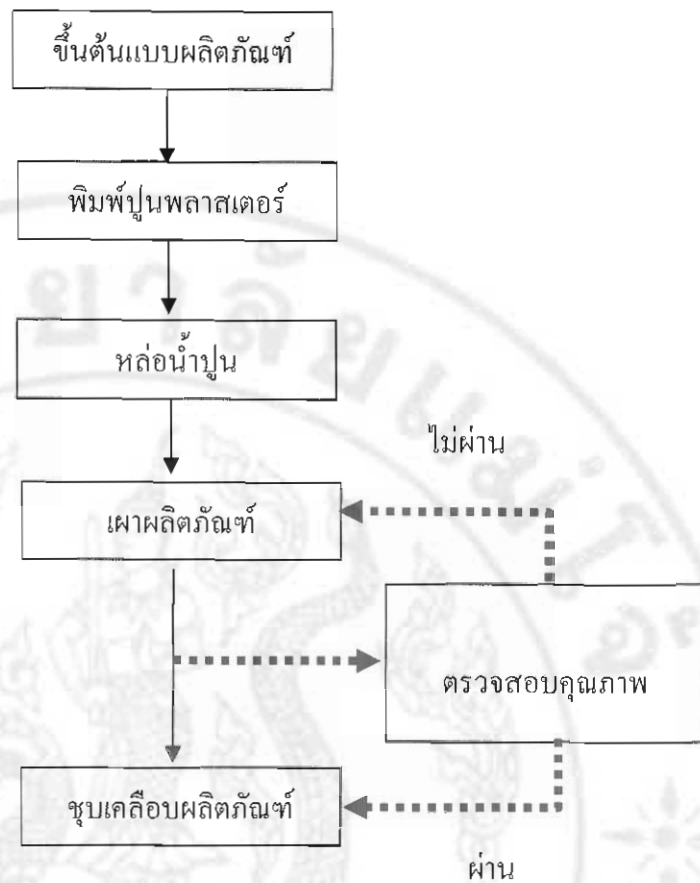


การบริหารจัดการด้านการผลิตบริษัทจำหน่ายโชนจำกัดบริษัทจำหน่ายโชนจำกัดได้แบ่งสินค้าออกเป็น 2 กลุ่มคือ

1. ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเซรามิค ซึ่งในปัจจุบันบริษัทจำหน่ายโชนจำกัด ได้ออกแบบและอยู่ในขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเซรามิคเพื่อรอกออกสู่ตลาด 1 ชนิดคือที่รองแก้วเซรามิค



ภาพ 11 รูปผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเซรามิค



ภาพ 12 แผนผังกระบวนการการผลิตของผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเซรามิก

2. ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโชน

บริษัทดำเนินโชนจำกัดซึ่งเริ่มต้นธุรกิจมาจาก บริษัท ชื่นเอก จำกัด โดยบริษัท ชื่นเอก จำกัด มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเกี่ยวกับโชนเป็นหลัก ดังนั้น บริษัทดำเนินโชนจำกัด จึงได้มีการผลิตสินค้าเกี่ยวกับโชน เช่น หัวโชนขนาดเล็ก เครื่องประดับเกี่ยวกับโชน เป็นต้น

บริษัทจำหน่ายโชนจำกัด โดยคุณยงศักดิ์ ฉัตรสีรุ่งคาดว่าจะสามารถเปิดดำเนินการได้ประมาณปี พ.ศ. 2550 ซึ่งได้มีแผนการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีผู้นำตลาด บริษัทจำหน่ายโชนจำกัด กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไว้หลายประเภทสามารถแบ่งเป็นดังนี้

1. เป็นกลุ่มลูกค้าภายในประเทศ เช่นกลุ่มนักเรียนนักศึกษาและผู้สนใจด้านศาสตร์และศิลป์ที่เกี่ยวกับโชนหรือตำนานเรื่องของรามเกียรติ์ อีกทั้งยังรวมไปถึงส่วนราชการและเอกชนที่ต้องการสถานที่ไว้อบรมและสัมมนา

2. เป็นกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ บริษัทจำหน่ายโชนจำกัด ได้กำหนดกลยุทธ์ในการทำตลาดกับกลุ่มลูกค้าต่างประเทศโดยทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและการออกบูทแสดงสินค้าตามต่างประเทศผ่านผู้แทนขาย

แผนการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ทางบริษัทจำหน่ายโชนจำกัด ได้แบ่งชนิดของผลิตภัณฑ์ออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ด้านเซรามิกและของชำร่วยในอนาคตทางบริษัทจำหน่ายโชนจำกัดคาดว่าจะทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านเซรามิกและของชำร่วยที่ทำจากมือให้มีคุณภาพที่ดีขึ้นสัมมนา เพราะ สินค้าดังกล่าวมีตราสินค้า (Brand) อยู่แล้ว อีกทั้งยังต้องการให้ตราสินค้า (Brand) ดังกล่าวขยายตัวไปยังกลุ่มลูกค้าต่างประเทศเพื่อทำการส่งออกในอนาคตอีกด้วย

2. ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโชนทางบริษัทจำหน่ายโชนจำกัดมีประสบการณ์ในการจัดทำผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโชนมาเป็นเวลานาน โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีความจงรักภักดีในตราสินค้าเป็นอย่างดี ทำให้สินค้ากลุ่มนี้จึงมีแนวโน้มที่ในการขยายตัวที่ค่อนข้างสูง

3. บริการสถานที่สำหรับฝึกอบรมและสัมมนา บริษัทจำหน่ายโชนจำกัด ได้จัดสถานที่ไว้เพื่อบริการนักท่องเที่ยวและผู้สนใจที่จะใช้สถานที่ในการประชุมอบรมและสัมมนาดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 อาคารศิระษะครู เป็นอาคารที่เก็บหัวโชนที่ทำการปลุกเสกหรือผ่านกรรมวิธีการไหว้ครุมาแล้ว เช่นศิระษะของพ่อแก่หรือพระพินเณตรเพื่อให้ผู้เข้าชมได้ทำการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เหล่านี้

3.2 อาคารผลิตหัวโขน เป็นอาคารที่แสดงกรรมวิธีการผลิตหัวโขนและอุปกรณ์ประกอบเช่นชุดสำหรับโขนเล็ก โดยอาคารนี้ยังแสดงกรรมวิธีการผลิตสินค้าหรือของที่ระลึกของบริษัทดำเนินโขนจำกัดอีกด้วย

3.3 อาคารแสดงภาพ เป็นอาคารที่จัดแสดงภาพที่เกี่ยวกับรามเกียรติ์ซึ่งมีภาพวาดบนกำแพงคล้ายกับวัดพระแก้วมรกต อีกทั้งยังมีการจัดแสดงภาพวาดชุดรามเกียรติ์กว่า 120 ภาพอีกด้วย

3.4 อาคารประชุมสัมมนา เป็นอาคารที่รวมห้องประชุมหลายขนาด กว่า 5 ห้องประชุม และสามารถบรรจุผู้เข้าร่วมประชุมได้มากกว่า 500 คน

3.5 อาคารคุ้มล้านนา เป็นอาคารที่จัดแสดงศิลปะและวัฒนธรรมของข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ทางเหนือในอดีตกาลหรือที่เรียกว่าเจ้านายฝ่ายเหนือ

3.6 หล่องข้าว บริษัทดำเนินโขนจำกัด จัดแสดงหล่องข้าวเพื่อให้ผู้ได้พบเห็นได้เข้าใจถึงวิถีชีวิตชาวล้านนาที่ใช้หล่องข้าวเป็นที่เก็บพืชพรรณธัญญาหารหลังจากการเก็บเกี่ยวประจำฤดูกาล

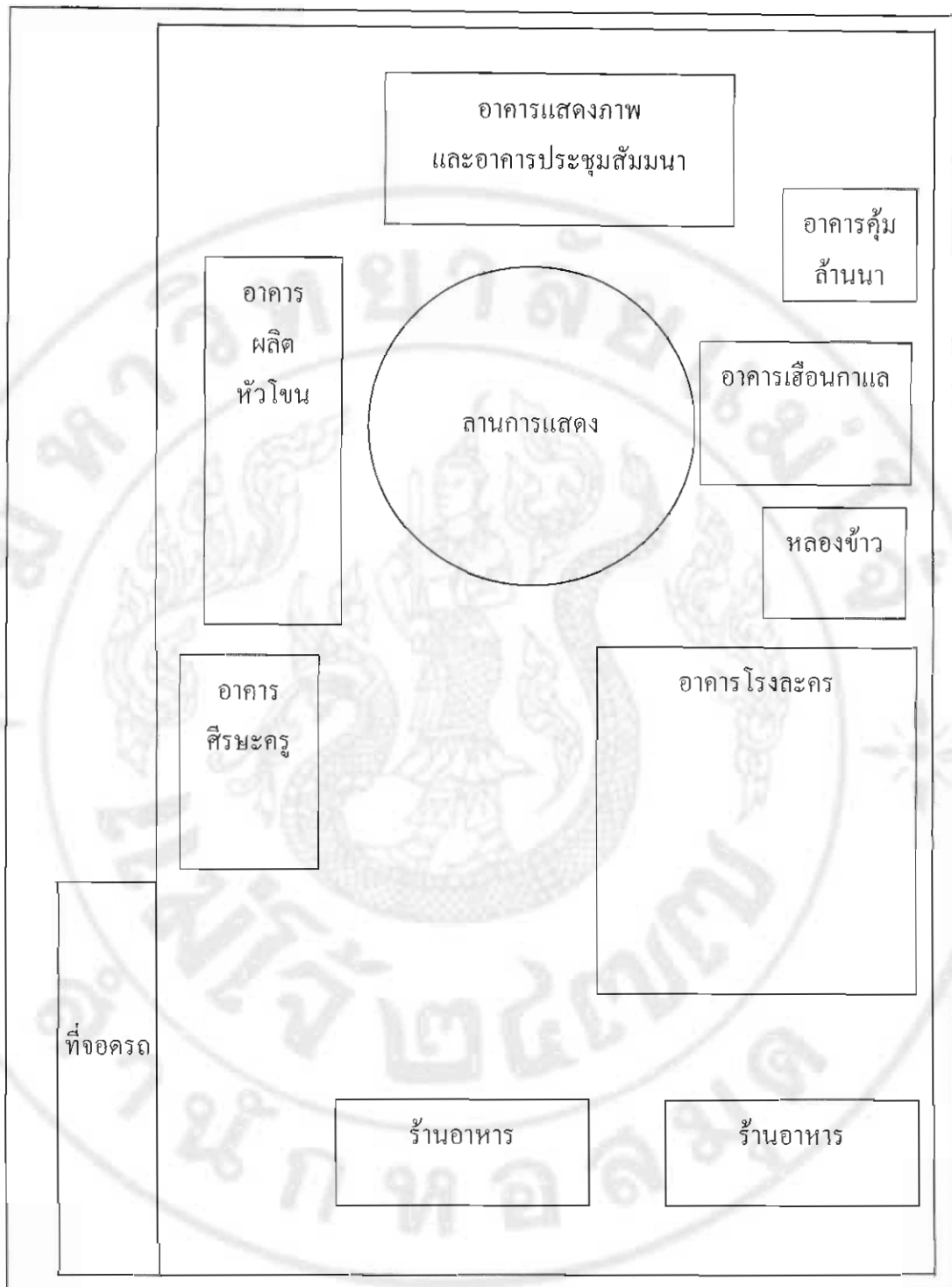
3.7 อาคารเรือนกาแล เป็นอาคารที่ต้องการแสดงถึงบ้านในสมัยล้านนา อีกทั้งยังจัดแสดงภูมิปัญญาชาวบ้านแบบวิถีชีวิตล้านนา

3.8 อาคารโรงละคร จัดแสดงการแสดงต่างๆเช่น โขนหรือการแสดงพื้นบ้านต่างๆ

3.9 อาคารจัดจำหน่ายสินค้า ทางบริษัทดำเนินโขนจำกัดได้สร้างอาคารดังกล่าวเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าที่บริษัทได้ผลิตขึ้นมาเอง หรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชาวบ้านที่ได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

3.10 ร้านอาหารเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวและพักผ่อน ทางบริษัทดำเนินโขนจำกัดจึงได้สร้างร้านอาหารเพื่อบริการอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยว

3.11 ลานการแสดง เป็นลานขนาดใหญ่กลางแจ้งเพื่อบริการแสดงศิลปะวัฒนธรรมต่างๆแก่นักท่องเที่ยว



ภาพ 13 แผนผังบริษัทดำเนินกิจกรรม

แผนการตลาดด้านราคา มีการกำหนดราคาค่าเข้าชม โดยแบ่งตามประเภทของผู้เข้าชมดังนี้ นักเรียน, นักศึกษาหรือผู้ที่สนใจอายุไม่เกิน 15 ปี เก็บค่าเข้าชม 50 บาท และผู้ใหญ่ 15 ปี เก็บค่าเข้าชม 150 บาท และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 250 บาท

แผนการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในส่วนของการกระจายสินค้า บริษัทดำเนินกิจกรรมการตลาดในการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย โดยใช้ความชำนาญของเจ้าของบริษัทคือคุณชยศักดิ์ ฉัตรสีรุ่ง ในการจัดจำหน่ายเพราะประกอบธุรกิจทำการผลิตสินค้าเกี่ยวกับโขนและสินค้าที่ผลิตจากมือ อีกทั้งยังเป็นคนในพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีมนุษย์สัมพันธ์ดีและที่คุ้นเคย ประกอบกับการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เองมีความใกล้ชิดสนิทสนมกับลูกค้าเป็นอย่างดี ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและผลิตภัณฑ์สามารถติดตลาดได้อย่างรวดเร็วเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือเว็บไซต์เป็นภาษาสากล ทำให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์และจองบัตรล่วงหน้าได้

แผนการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดเพื่อเป็นการเสริมภาพลักษณ์ที่ดีในตัวสินค้าและบริการให้เกิดขึ้นในใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อเป็นการย้ำเตือนความจำในตราสินค้าให้แก่ผู้บริโภค เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางเว็บไซต์ ผ่านสื่อโฆษณาที่เป็นสากล เช่น หนังสือพิมพ์และโทรทัศน์

จากแผนงานต่างๆ ในธุรกิจทางบริษัทดำเนินกิจกรรมดังกล่าวปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จ (Key Success Factor) คือเป็นศูนย์กลางของศิลปวัฒนธรรมแขนงการแสดงโขนและเป็นสถานที่รวบรวมศิลปวัฒนธรรมของล้านนาที่มากที่สุด

ตาราง 5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้เมทริกซ์อุปสรรค โอกาส จุดอ่อน จุดแข็ง [Threats Opportunities Weaknesses Strengths (TOWS) Matrix]

ปัจจัยภายใน Internal factors	จุดแข็งภายใน Internal strengths (S)	จุดอ่อนภายใน Internal weaknesses (W)
ปัจจัยภายนอก External factors		
โอกาสจากภายนอก External Opportunities (O)	บริษัทดำเนินกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ด้วยรูปแบบบริษัทจำกัด เจ้าของมีฝีมือและความเชี่ยวชาญในงานศิลปกรรม มีความชื่นชอบงานศิลปขั้นสูงและมีความตั้งใจที่จะเรียนรู้และอนุรักษ์ศิลปทุกแขนง ทำให้มีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ สร้างคุณค่าแก่ผู้บริโภค รวมทั้งในปัจจุบันได้มีกระแสความนิยมในเรื่องการอนุรักษ์ศิลปแขนงต่างๆ อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง และเป็นทำให้กลุ่มเป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น	จากปัญหาด้านปัจจัยการผลิตและการบริหารงานที่เจ้าของต้องสรรหาบุคลากรที่มีความสามารถและใจรักทางด้านศิลป เพื่อสร้างงานอย่างมีคุณภาพให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า อีกทั้งยังต้องมีการลงทุนอย่างสูงเพื่อก่อสร้างให้แล้วเสร็จ อาจก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายอื่นๆ ตามมาเช่นดอกเบี้ย
อุปสรรคจากภายนอก External Threats (T)	บริษัทดำเนินกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ที่มีเอกลักษณ์ และมีคุณค่าที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้อย่างชัดเจน จึงสามารถหลีกเลี่ยงการแข่งขันในตลาดทั้งคู่แข่งทางตรง และคู่แข่งทางอ้อม	ผลิตภัณฑ์และการบริการของบริษัทดำเนินกิจกรรมจำกัดเป็นผลิตภัณฑ์จากงานฝีมือที่เน้นคุณภาพสูงสุด ทำให้มีระดับราคาสูง เมื่อเกิดปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัว อาจส่งผลกระทบต่ออำนาจซื้อของลูกค้าเป้าหมาย

จากจุดแข็งภายในกลุ่ม และโอกาสทางเศรษฐกิจต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าบริษัทดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอยู่ในกลุ่มกลยุทธ์ SO กล่าวคือ ผู้ประกอบการมีทั้งจุดแข็งและโอกาส ดังนั้นบริษัทดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ควรใช้กลยุทธ์ที่มีศักยภาพสูงสุดในสร้างกลยุทธ์ โดยการนำจุดแข็งของบริษัทดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส กลยุทธ์ที่ควรนำมาใช้ คือ กลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบการสร้างแตกต่าง บริษัทดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจมีจุดแข็งในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการในระดับดีมากได้มาตรฐานกว่าคู่แข่งรายอื่น แม้ว่าระดับราคาผลิตภัณฑ์จะสูงกว่า แต่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเต็มใจจะจ่ายเพื่อผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี แต่ทั้งนี้เนื่องสินค้าของกลุ่มเป็นสินค้าประเภทของตกแต่งและที่ระลึก หากว่าตั้งราคาสูงเกินไปอาจจะส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า เพราะยังมีปัจจัยภายนอกเกี่ยวกับเรื่องเศรษฐกิจที่เป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการชะลอตัวของการซื้อ บริษัทดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจจำเป็นต้องมีการพัฒนาทั้งรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการให้ทันต่อสภาวะการแข่งขันในตลาดในปัจจุบันอยู่เสมอ นอกจากกลยุทธ์ดังกล่าวแล้ว ยังมีกลยุทธ์การอาศัยความสัมพันธ์เครือข่ายของกลุ่มธุรกิจชุมชนเป็นการเพิ่มช่องทางการตลาด เพื่อเป็นการเกื้อหนุนให้ก่อเกิดรายได้ในชุมชน นอกเหนือจากการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ บริษัทดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจควรใช้กลยุทธ์นี้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มธุรกิจชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ โดยการรักษาความน่าเชื่อถือ มีความจริงใจต่อการค้า การให้ความร่วมมือที่ดีแก่หน่วยงานสถาบัน และชุมชน รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการศึกษาดูงาน ตลอดจนการศึกษาวิจัยจากหน่วยงานและบุคคลต่าง ๆ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาบริษัทค้าหนักโชนจำกัด ตำบลสันป่าเปา อำเภอ
สันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชนตำบลสันป่าเปา และบริบทของธุรกิจชุมชน
บริษัทค้าหนักโชนจำกัด ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน บริษัทค้าหนักโชนจำกัด
ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ
และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาโดยใช้วิธี
ดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบสังเกตการณ์ (Observation)

สรุปผลการวิจัย

บริบทชุมชนตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ชุมชนตำบลสันป่าเปา เป็นตำบลหนึ่งของอำเภอสันทราย อยู่ห่างจากศูนย์กลาง
ของจังหวัดเชียงใหม่ไปตามทางหลวงจังหวัดหมายเลข 1019 เป็นระยะทางประมาณ 15 กิโลเมตร
มีเขตการปกครองทั้งหมด 6 หมู่บ้าน โดยมีพื้นที่อยู่ในเขตการปกครองขององค์การบริหารส่วน
ตำบลสันป่าเปา พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำ และลำเหมืองไหลผ่าน ลักษณะพื้นที่ที่มีความ
ลาดเอียงจากทิศเหนือไปทางทิศใต้ สภาพดินโดยทั่วไปเป็นดินร่วนปนทราย มีความอุดมสมบูรณ์
เหมาะแก่การทำการเกษตร จำนวนประชากร คิดเป็นครัวเรือนทั้งสิ้น 1,463 ครัวเรือน ประชากร
ส่วนใหญ่มีอาชีพหลัก คือ เกษตรกรรม ทำนาทำสวน รับจ้างทั่วไป ค้าขาย รับราชการ และ
อาชีพเสริม คือ การทำหัตถกรรมและการแปรรูปอาหาร ชุมชนตำบลสันป่าเปา เป็นชุมชนที่มี
ระบบสาธารณูปโภค คือ ระบบไฟฟ้า และโทรศัพท์ ทุกหมู่บ้าน ส่วนระบบประปาหมู่บ้านมี
เพียงหมู่บ้านเดียวเท่านั้น

บริบทชุมชนบ้านสันตันเป่า อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ชุมชนบ้านสันตันเป่า เป็นชุมชนหนึ่งในตำบลสันป่าเป่า อยู่ในพื้นที่การปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลสันป่าเป่า ประชากรในชุมชนมีความหลากหลาย เนื่องจากมีการอพยพย้ายถิ่นฐานของประชากรจากพื้นที่อื่นเข้ามาตั้งที่อยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก วัดสันตันเป่าเป็นศูนย์กลางของชุมชนสันตันเป่า โดยชื่อชุมชนสันตันเป่า มีที่มาจากการตั้งชื่อตามชื่อต้นไม้ที่พบอยู่ในพื้นที่ของชุมชน คือ ต้นเป่า ส่วนคำว่า สัน มาจากลักษณะพื้นที่ที่มีสันดินดอน และประชากรที่อพยพมาอาศัยอยู่จึงตั้งชื่อชุมชนตามลักษณะของพื้นที่ จึงเป็นที่มาของชื่อชุมชน “บ้านสันตันเป่า” ชุมชนสันตันเป่า เป็นพื้นที่ราบเชิงเขา มีหนองน้ำ ลำห้วย ไหลผ่าน เหมาะแก่การทำเกษตรกรรม ประชากรที่อาศัยในชุมชน มีอาชีพหลัก คือ เกษตรกรรม ทำนา ทำไร่ ทำสวน และรับจ้างทั่วไป และอาชีพเสริม คือ การทำหัตถกรรม และการแปรรูปอาหาร

ชุมชนสันตันเป่า เป็นลักษณะของครอบครัวขยาย การตั้งบ้านเรือนเป็นไปตามถนนสายหลักภายใน มีการไปมาหาสู่ระหว่างเครือญาติ และเพื่อนบ้านใกล้เคียง ประชากรในชุมชนมีระบบนับถือผู่อาวุโสในหมู่บ้าน โดยมีวัฒนธรรมทางศาสนา สังคม เป็นส่วนเชื่อมโยงชุมชน เช่น การดำหัวผู่อาวุโสในโอกาสวันสงกรานต์ การทำกิจกรรมในวันสำคัญทางศาสนา เป็นต้น

บริบทธุรกิจชุมชนบริษัทดำเนินโกนจำกัดตำบลสันป่าเป่า อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

บริษัทดำเนินโกนจำกัดจัดตั้งโดย นายยงศักดิ์ ฉัตรสิริรุ่ง โดยเริ่มต้นจากการเปิดกิจการบริษัท ชื่นเอก(เชียงใหม่) จำกัด ได้เริ่มผลิตสินค้างานหัตถกรรม ประเภทเครื่องตกแต่ง และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครอบครัว ในปี พ.ศ. 2534 โดยเริ่มจากโรงงานผลิตขนาดเล็ก ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตจากวัสดุธรรมชาติ เช่น ป่าน เปลือกไม้ หม่อน ผสมผสานกับ วัสดุสังเคราะห์เช่น เรซิน และอื่นๆ ด้วยงานผลิตที่ประณีตสวยงามและมีคุณภาพ ซึ่งได้เราได้ขยายตลาดภายในประเทศให้เป็นที่รู้จัก และครอบคลุมทั่วถึงทั่วประเทศ ทั้งธุรกิจขายปลีก และ ขายส่ง ทางกลุ่มได้มีการขยายธุรกิจให้มีการผลิตใหญ่ขึ้น และมีการจ้างแรงงานมากกว่า 300 คน และมีสินค้าที่จะนำเสนอมากกว่า 500 รายการ

สภาพการดำเนินงานปัจจุบันของกลุ่มธุรกิจหุมนชนกลุ่มบริษัท ตำนกโขน จำกัด

ด้านการบริหารจัดการ

บริษัทตำหนักโขนจำกัดจัดตั้งโดย นายยงศักดิ์ ฉัตรสิริรุ่ง เป็นประธานบริษัท รับผิดชอบใน การบริหารงาน ดำเนินการก่อสร้างและ ประสานงานในส่วนต่าง ๆ ซึ่งอยู่ใน ระหว่างการก่อสร้างและยังไม่มีกำหนดการกิจ วิสัยทัศน์ นโยบาย กระบวนการการทำงาน กฎระเบียบ และแผนปฏิบัติงานของบริษัทตำหนักโขนจำกัดอย่างแน่ชัด หากแต่ในปัจจุบันมี วัตถุประสงค์มุ่งเน้นในเรื่องของการรักษางานศิลปะชั้นสูง ซึ่งเป็นธุรกิจเชิงอนุรักษ์ โดยมี จุดประสงค์ที่จะสร้างตำหนักโขนขึ้นมาเพื่อเป็นศูนย์รวมในการแสดงขั้นตอนการผลิตหัตถ์,การ แสดงที่เกี่ยวกับโขน อีกทั้งยังเป็นสถานที่จัดแสดงวิถีแห่งล้านนา โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือการ อนุรักษ์ศิลปะการสร้างหัตถ์โขน ซึ่งเป็นศิลปะชั้นสูงของประเทศไทยมาช้านาน การผลิตหรือการ สร้างหัตถ์โขนมีขั้นตอนละเอียดและต้องใช้ช่างที่มีความชำนาญถึงสิบช่างหรือที่เรียกกันว่าช่าง 10 หมู่ ด้วยกันประการสำคัญช่างส่วนใหญ่เป็นช่างเกิดจากภูมิปัญญาไทยดั้งเดิมสืบทอดต่อช่วงกันมา

เนื่องจากบริษัทตำหนักโขนจำกัดยังอยู่ในช่วงของการก่อสร้างสถานที่ และยังไม่ได้ มีการสรรหาบุคลากรเข้ามาในบริษัทตำหนักโขนจำกัดหากแต่นายยงศักดิ์ ฉัตรสิริรุ่ง ได้กำหนด รูปแบบการบริหารจัดการให้เป็นรูปแบบของบริษัทจำกัด ทำให้เกิดความชัดเจนว่าหากทำการ ก่อสร้างแล้วเสร็จจะต้องทำผลประกอบการของบริษัทตำหนักโขนจำกัดให้สามารถทำกำไรได้ใน ระยะสั้นต่อไป

การบริหารจัดการด้านการผลิต

บริษัทตำหนักโขนจำกัดตั้งอยู่ ณ ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัด เชียงใหม่ ซึ่งอยู่ในระหว่างการก่อสร้างแต่นายยงศักดิ์ ฉัตรสิริรุ่ง ได้กำหนดรูปแบบการบริหาร จัดการด้านการผลิตให้มีการแสดงขั้นตอนการผลิตหัตถ์โขนทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กและอุปกรณ์ ประกอบต่างๆ เพื่อจำหน่ายและอนุรักษ์ศิลปะชั้นสูงต่างนี้ไว้ให้อนุชนคนรุ่นหลังต่อไป อีกทั้งยังมี แผนที่จะมีการจัดแสดงการผลิตผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับศิลปะแขนงต่างๆ จากทั่วทุกภาคของประเทศมา จัดแสดงในพื้นที่ของ บริษัทตำหนักโขนจำกัดในอนาคตอีกด้วย

การบริหารจัดการด้านการตลาด

บริษัทตำหนักโขนจำกัด มีกลุ่มตลาดเป้าหมาย คือ นักเรียน,นักศึกษาและ ประชาชนผู้สนใจทั่วไปรวมไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ที่มีความชื่นชอบในศิลปะชั้นสูง

แขนงนี้ และมีรสนิยมชอบความเป็นเอกลักษณ์ ความแตกต่าง และคำนึงถึงคุณค่าที่ได้รับจากศิลปะชั้นสูง แขนงนี้มากกว่าระดับราคา รวมทั้งมีระดับรายได้อยู่ในระดับปานกลาง ถึงสูง บริษัทดำเนินนโยบายจำกัดได้มีการกำหนดให้ตำแหน่งผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์สูง โดยถือเกณฑ์ของคุณภาพและราคา

กลุ่มบริษัท ดำเนินนโยบาย จำกัดได้มีการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับราคาสูง คือ ราคาประมาณ 250 บาทต่อคนขึ้นไปต่อการเยี่ยมชมบริเวณที่จัดให้มีการแสดงศิลปะต่างๆ หากต้องการรับประทานอาหารที่เป็นขันโตกก็จะมีการเก็บค่าอาหารเพิ่มอีก หรือหากกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสถานที่เพื่อจัดการประชุมสัมมนาจะมีการเรียกเก็บค่าบริการเพิ่มขึ้นอีกเป็นสัดส่วน แต่ยังไม่ได้มีการกำหนดให้เป็นอัตราคงที่ เนื่องจากต้องตรวจสอบกับสถานะเศรษฐกิจในอนาคต อีกทั้งยังรอสถานที่ทำการก่อสร้างอยู่ โดยคาดว่าจะแล้วเสร็จกลางปี พ.ศ. 2550 ซึ่งราคาดังกล่าวเบื้องต้นเป็นการตั้งราคาตามคุณภาพ และรูปแบบของสินค้า เนื่องจากผู้ผลิตกลุ่มบริษัท ดำเนินนโยบาย จำกัดผู้ผลิตเน้นถึงคุณภาพในทุกกระบวนการผลิต จากแนวคิดของบริษัทดำเนินนโยบาย จำกัด ทำให้กลุ่มบริษัท ดำเนินนโยบาย จำกัดมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก คือ ที่ตั้งของกลุ่มบริษัท ดำเนินนโยบาย จำกัดเองซึ่งเป็นไปตามแนวคิดที่ว่า “แหล่งรวมศิลปะชั้นสูงที่หาได้ยากในประเทศไทย” นอกจากนี้กลุ่มบริษัท ดำเนินนโยบาย จำกัดมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางเว็บไซต์ของกลุ่มบริษัท ดำเนินนโยบาย จำกัดอีกด้วย

การบริหารจัดการด้านการเงิน และบัญชี

บริษัทดำเนินนโยบาย จำกัดเป็นกลุ่มที่มีการบริหารจัดการด้านการเงินและบัญชีในรูปแบบของบริษัทจำกัดที่มีเจ้าของคนเดียว โดยนายขงศักดิ์ ฉัตรสิริรุ่ง มีการกำหนดหลักเกณฑ์การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจแบบพอเพียง ซึ่งยังไม่ได้กำหนดรูปแบบในการจัดการด้านการเงินและบัญชีที่ชัดเจน เพราะเป็นการลงทุนใหญ่มาจากทุนของเจ้าของคนเดียวของกิจการที่สูงถึงร้อยละ 60 หรือประมาณ 75,000,000 (เจ็ดสิบล้านบาท) และยังอยู่ในช่วงระหว่างการขอกู้ยืมจากสถาบันการเงินอีกประมาณ 50,000,000 (ห้าสิบล้านบาท) หรือประมาณร้อยละหกสิบ

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของบริษัทค้าหนักโขนจำกัด

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มธุรกิจชุมชน บริษัทค้าหนักโขนจำกัดมีสภาพการดำเนินงานทางธุรกิจ โดยใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ดังนี้

จุดแข็ง คือ ผลิตภัณฑ์บริษัทค้าหนักโขนจำกัดเป็นผู้ประกอบการมีความชำนาญในการทำธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่ระลึกที่เกี่ยวกับโขนซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีรูปแบบที่หลากหลายทั้งสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าทุกระดับชั้น และทุกขั้นตอนการผลิตด้วยความความประณีต และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่มีคู่แข่งในท้องตลาดไม่สามารถลอกเลียนแบบให้เหมือนได้ ทำการคัดสรรวัตถุดิบจากธรรมชาติภายในท้องถิ่นในท้องถิ่นมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่มีอยู่ในตลาด ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายระดับราคาเป็นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ มีช่องทางการตลาดที่เหมาะสม เป็นทั้งสถานที่ผลิตและจำหน่าย ในอนาคตมีการส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ การดำเนินงานด้านเงินทุนเพียงพอ นอกจากนี้กลุ่มยังมีการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์การที่ดี สร้างการมีส่วนร่วม การอยู่ร่วมกันอย่างสอดคล้องกับวิถีชีวิตเดิม

จุดอ่อน ผลิตภัณฑ์ของบริษัทค้าหนักโขนจำกัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ระยะเวลาในการผลิตมากทำให้กำลังการผลิตน้อย ในปัจจุบันสถานที่ตั้งของบริษัท ค้าหนักโขน จำกัด ที่ทางเข้าออกที่คับแคบ หากต้องการทำการขยายจะต้องใช้งบประมาณในการลงทุนสูงซึ่งเจ้าของกิจการต้องทำการกู้ยืมจากสถาบันการเงินทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเรื่องดอกเบี้ย เนื่องจากเป็นกิจการแบบเจ้าของคนเดียวซึ่งมีการวางแผนการเรื่องบุคลากรไว้เป็นอย่างดีหากแต่ต้องทำการคัดสรรบุคลากรเหล่านั้นอย่างมีคุณภาพอาจจะเกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงานฝีมือทดแทน ต้นทุนค่าแรงงานเพิ่มสูงขึ้น ทำให้มีขนาดใหญ่ทำให้มีปัญหาในการบริหารงานตามลำดับขั้น

โอกาส ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มความต้องการมีปริมาณมากขึ้นเนื่องจากกระแสนิยมที่จะอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและลูกค้ากลุ่มนี้มีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ อีกทั้งลูกค้าเป้าหมายยังมีพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปซึ่งในปัจจุบันต้องการการท่องเที่ยวที่สะดวกสบายมากขึ้นแม้จะต้องจ่ายเงินเพิ่มขึ้นก็ตาม

อุปสรรค ความไม่แน่นอนทางการเมืองทำให้ลูกค้าภายในประเทศ ทำให้สถานะเศรษฐกิจชะลอตัว และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชะลอการตัดสินใจในการใช้บริการ ความเสี่ยงทางด้านการตลาดที่มีความเปลี่ยนแปลงไปตามรสนิยมและความต้องการของลูกค้า ทำให้ไม่สามารถคาดการณ์แนวโน้มรูปแบบของผลิตภัณฑ์ล่วงหน้าได้ การเดินทางของนักท่องเที่ยว เพื่อไปเที่ยวชมยังสถานประกอบการ ค่อนข้างยากเนื่องจากอยู่ห่างจากตัวเมือง และถนนในหมู่บ้านแคบ

อภิปรายผล

จากการศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาริษัทตำหนักโชนจำกัด ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์ตามแนวคิดด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

ตามทฤษฎีเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง (Self-sufficient economic) ที่กล่าวไว้ว่า เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองถือเอาคำสอนของพระพุทธเจ้าเป็นที่ตั้ง จากศักยภาพการดำเนินงานของ บริษัทตำหนักโชนจำกัด พบว่าในการดำเนินงานของบริษัทตำหนักโชนจำกัด ซึ่งอยู่ในระหว่างการก่อสร้างโดยใช้ทุนทรัพย์ของเจ้าของเป็นหลักถึงร้อยละหกสิบของงบประมาณทั้งหมดอีกทั้งยัง รอคอยอนุมัติสินเชื่อเพื่อนำมาก่อสร้างต่อ และคาดว่าจะสร้างเสร็จประมาณปลายปี พ.ศ. 2550 ตามแนวคิดนี้ เมื่อมีการคาดการณ์โดยผ่านการวิเคราะห์ทางการตลาดว่าโครงการสร้างบริษัทตำหนักโชน จำกัดเพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่ชื่นชอบและเป็นการอนุรักษ์ศิลประดับสูงนี้ เพราะฉะนั้นพื้นฐานที่สุดของบริษัทตำหนักโชนจำกัดก็คือการผลิต การผลิตจึงเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญที่สุดของบริษัท ตำหนักโชนจำกัด ถ้าการแลกเปลี่ยนหรือการตลาด มีความสำคัญเช่นเดียวกันแต่มีความสำคัญเป็น อันดับรองลงมา ดังนั้น แนวความคิดนี้จึงเห็นว่าการอื่นจะต้องให้บริษัทตำหนักโชนจำกัด พึ่งตนเองให้ได้โดยการเร่งหาเงินทุนเพื่อดำเนินการก่อสร้างให้แล้วเสร็จ

แนวคิดการดำเนินงาน ปัจจุบันคุณยงศักดิ์ ฉัตรสิริรุ่งผู้เป็นเจ้าของบริษัทตำหนัก โชนจำกัด ได้มีการวางแผน ในการดำเนินงานไว้ซึ่งเป็นขั้นตอนในการกำหนดวัตถุประสงค์และ พิจารณาถึงวิธีการที่ควรปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น หากแต่จากผลการวิจัยเชิง ปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมนั้นสังเกตได้ว่าสาเหตุที่ยังไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผนที่ได้วาง ไว้ เป็นขั้นตอนในการกำหนดวัตถุประสงค์และพิจารณาถึงวิธีการที่ควรปฏิบัติเพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์นั้น ดังนั้นผู้บริหารจึงต้องตัดสินใจว่าบริษัทตำหนักโชนจำกัดมี วัตถุประสงค์ อะไรในอนาคต และจะต้องดำเนินการอย่างไรเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์นั้น การ วางแผนประกอบด้วย

1. การดำเนินการตรวจสอบตัวเอง เพื่อกำหนดสถานภาพในปัจจุบันของ บริษัทตำหนักโชนจำกัด
2. การสำรวจสภาพแวดล้อมของบริษัทตำหนักโชนจำกัด
3. การกำหนดวัตถุประสงค์ของบริษัทตำหนักโชนจำกัด
4. การพยากรณ์สถานการณ์ในอนาคตของบริษัทตำหนักโชนจำกัด
5. การกำหนดแนวทางปฏิบัติงานและความจำเป็นในการใช้ทรัพยากร
6. การประเมินแนวทางปฏิบัติงานที่วางไว้

7. การทบทวนและปรับแผนเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด
8. การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการวางแผนเป็นไปอย่างทั่วถึง

การจัดองค์การ (organizing) บริษัทดำเนินกิจกรรมจำกัด ควรกำหนดขั้นตอนในการจัดหามูลค่าที่ใช้ในการทำงาน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายในการทำงานนั้น หรือเป็นการจัดแบ่งงานและจัดสรรบุคลากรสำหรับงาน เพื่อให้งานเหล่านั้นสำเร็จ การจัดองค์การประกอบด้วย

1. การระบุและอธิบายงานที่จะถูกนำไปดำเนินการ
2. การกระจายงานออกเป็นหน้าที่
3. การรวมหน้าที่ต่าง ๆ เข้าเป็นตำแหน่งงาน
4. การอธิบายสิ่งที่จำเป็นหรือความต้องการของตำแหน่งงาน
5. การรวมตำแหน่งงานต่าง ๆ เป็นหน่วยงานที่มีความสัมพันธ์อย่างเหมาะสม และสามารถบริหารจัดการได้
6. การมอบหมายงาน ความรับผิดชอบ และอำนาจหน้าที่
7. การทบทวนและปรับโครงสร้างขององค์การเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่ได้เป็นไปตามที่กำหนด
8. การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการจัดองค์การเป็นไปอย่างทั่วถึง
9. การกำหนดความจำเป็นของทรัพยากรมนุษย์
10. การสรรหาผู้ปฏิบัติงานที่มีศักยภาพ
11. การคัดเลือกจากบุคคลที่สรรหามา
12. การฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต่าง ๆ
13. การทบทวนและปรับคุณภาพและปริมาณของทรัพยากรมนุษย์เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่ได้เป็นไปตามที่กำหนด
14. การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการจัดคนเข้าทำงานเป็นไปอย่างทั่วถึง

การนำ (leading) เป็นขั้นตอนในการกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้น และชักนำความพยายามของพนักงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการใช้ความพยายาม

ของเจ้าของที่จะกระตุ้นให้พนักงานมีศักยภาพในการทำงานสูง ดังนั้นการนำ จะช่วยให้งาน บรรลุผลสำเร็จ เสริมสร้างขวัญและกำลังใจผู้ได้บังคับบัญชา การนำประกอบด้วย

1. การติดต่อสื่อสารและอธิบายวัตถุประสงค์ให้ผู้บังคับบัญชาได้ทราบ
2. การมอบหมายมาตรฐานของการปฏิบัติงานต่าง ๆ
3. การให้คำแนะนำและคำปรึกษาแก่ผู้บังคับบัญชาให้สอดคล้องกับ มาตรฐานของการปฏิบัติงาน
4. การให้รางวัลแก่ผู้บังคับบัญชาบนพื้นฐานของผลการปฏิบัติงาน
5. การยกย่องสรรเสริญและการดำเนินคดีอย่างยุติธรรมและถูกต้อง เหมาะสม
6. การจัดการสภาพแวดล้อมมากระตุ้นการจูงใจ โดยการติดต่อสื่อสารเพื่อ สำรวจความต้องการและสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง
7. การทบทวนและปรับวิธีการของภาวะของความเป็นผู้นำ เมื่อสถานการณ์ เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด
8. การติดต่อสื่อสารโดยทั่วทุกแห่งในกระบวนการของภาวะความเป็นผู้นำ
9. การควบคุม เป็นการติดตามผลการทำงาน และแก้ไขปรับปรุงในสิ่งที่ จำเป็น หรือเป็นขั้นตอนของการวัดผลการทำงาน และดำเนินงานการ แก้ไขเพื่อให้บรรลุผลที่ ต้องการ การควบคุมประกอบด้วย
10. การกำหนดมาตรฐาน
11. การเปรียบเทียบและติดตามผลการปฏิบัติงานกับมาตรฐาน
12. การแก้ไขความบกพร่อง
13. การทบทวนและปรับวิธีการควบคุม เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และ ผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด
14. การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการควบคุมเป็นไปอย่างทั่วถึง

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงการดำเนินงานและสภาพทางธุรกิจของบริษัทดำเนินกิจการดำเนินค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้คาดว่าจะประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแนวทางการพัฒนาบริษัทดำเนินค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค และกลุ่มธุรกิจชุมชนอื่น ๆ ต่อไปโดยมีรายละเอียดข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. ด้านการบริหารจัดการบริษัทดำเนินค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ควรมีการกำหนดภารกิจ และวิสัยทัศน์ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานไว้ให้ชัดเจน อีกทั้งควรมีการตั้งแผนแม่บทรวมไปถึงกฎระเบียบและข้อบังคับ เงื่อนไขในการปฏิบัติงานร่วมกันภายในกลุ่มไว้เป็นลายลักษณ์อักษร เริ่มตั้งแต่แผนการควบคุมการก่อสร้างรวมไปถึงแผนการสรรหาบุคลากรเข้ามาทำงานบริษัทดำเนินค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน เนื่องจากอยู่ในช่วงการก่อสร้างหากว่าเจ้าของกิจการยังมีแนวคิดเรื่องการบริหารจัดการแบบดั้งเดิม ในการทำงานจริงอาจเกิดความล่าช้าของการก่อสร้างจนกระทบถึงแผนการอื่นๆที่จะตามมา ดังนั้นควรมีการกระจายงาน โดยให้บุคลากรที่ผ่านการสรรหาและได้รับการแต่งตั้งได้ทำหน้าที่ของแต่ละฝ่ายตามที่ได้กำหนดไว้ตามแผนแม่บท เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทดำเนินค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ด้านการผลิตกลุ่มบริษัทดำเนินค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ปัญหาที่พบคือการขาดแคลนแรงงานฝีมือ เนื่องจากเป็นศิลป์ขั้นสูงที่ยังไม่มีสถาบันใดๆได้ให้ความสนใจสร้างเป็นหลักสูตรการเรียนการสอนที่สามารถนำไปปฏิบัติงานได้จริง อีกทั้งในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นแรงงานท้องถิ่น ที่คุ้นเคยกับประเพณีดั้งเดิมซึ่งมีวิถีการดำรงชีวิตแบบดั้งเดิมซึ่งมักขาดแคลนในช่วงเทศกาลต่าง ๆ การทำกิจกรรมร่วมกันภายในชุมชน และภายนอกชุมชน ซึ่งทำให้ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตมากขึ้น ทางบริษัทดำเนินค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ควรมีการกำหนดวิธีการแก้ปัญหาในระยะยาว เช่นจัดหาแนวทางสรรหาบุคลากรทดแทนทั้งจากในท้องถิ่น และนอกท้องถิ่นให้เพียงพอ รวมถึงการบริหารเวลาในการผลิตของบุคลากรต่อหนึ่งผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังต้องมีการพัฒนาบุคลากรเหล่านี้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถเข้าใจในลักษณะงานเพื่อสามารถทำงานทดแทนกันได้ต่อไป

3. ด้านการตลาดบริษัทดำเนินค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีเอกลักษณ์และบริการ ที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ ราคาสินค้าที่เหมาะสม สถานที่จำหน่ายสินค้าและบริการเป็นเอกเทศสามารถขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการเพิ่มเติมได้อย่างเหมาะสม ตามแนวคิดของการดำเนินงานของบริษัทดำเนินค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคซึ่งถือว่าในปัจจุบันกลุ่มเป็นธุรกิจที่ยังไม่มีคู่แข่งในตลาด

ซึ่งบริษัทดำเนินกิจการบริหารจัดการสามารถบริหารด้านการตลาดให้อยู่ในระดับที่ดี และมีการพัฒนาที่ต่อเนื่องจะสามารถเป็นผู้นำในตลาดนี้ไปได้อย่างยั่งยืน

4. ด้านการเงินและบัญชี กลุ่มบริษัท ดำเนินการ จำกัดยังขาดความชัดเจนในเรื่องของระบบบัญชี เพราะยังอยู่ในช่วงของการก่อสร้างและมีเจ้าของคนเดียวและผู้ถือหุ้นอื่นๆที่เป็นเครือญาติ ทำให้การบันทึกรายรับรายจ่ายของเจ้าของกิจการยังไม่เป็นรูปแบบเท่าใดนัก ในอนาคตทางบริษัทดำเนินกิจการ จำกัด จะรับบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องของการเงินและบัญชีมารับผิดชอบด้านการเงินและบัญชีโดยตรงมาทำ เพื่อช่วยเหลือการทำงานด้านนี้ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จะได้ทำให้ทราบประสิทธิภาพการดำเนินงานได้อย่างแท้จริง

5. การเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจชุมชนในท้องถิ่นเดียวกัน กลุ่มบริษัทดำเนินกิจการ จำกัด ควรมีการเชื่อมโยงกับเครือข่ายธุรกิจชุมชนในท้องถิ่นเดียวกัน เพื่อให้เกิดการความได้เปรียบ เพราะเป็นเส้นทางท่องเที่ยว อีกทั้งยังสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ แนวความคิดใหม่ ๆ ข่าวสารในด้านต่าง ๆ และให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อให้เกิดเครือข่ายธุรกิจชุมชนที่เข้มแข็งต่อไปในอนาคต

ดังนั้น ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะแก่บริษัทดำเนินกิจการ จำกัด ในแต่ละด้านที่ทางผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ เพื่อให้ทางกลุ่มฯ สามารถนำไปพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการดำเนินงานของบริษัทดำเนินกิจการ จำกัด เพื่อนำไปพัฒนาและความเข้มแข็งให้กับทางบริษัทดำเนินกิจการ จำกัดยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากพื้นฐานของผลการวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะกลุ่มธุรกิจของบริษัทดำเนินกิจการ จำกัด เท่านั้น สำหรับผลการวิจัยเป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติระดับหนึ่ง และสามารถขยายผลในการวิจัยในครั้งต่อไป หรือเพิ่มประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและนำไปปฏิบัติเพิ่มเติมมากขึ้น ดังนี้

1. ควรจะดำเนินโครงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว ถนนสายศิลปวัฒนธรรมกลุ่มฮ้านน้ำล้านนา ตำบลสันป่าเปา ตำบลหนองแห้ง และตำบลสันนาเม็ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ต่อไป เพื่อให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เส้นทางใหม่ของอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะทำให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว และเกิดการพัฒนาจากการพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน

2. ควรจะทำการศึกษาการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชนในท้องถิ่นที่ประสบความสำเร็จ โดยการเข้าร่วมศึกษาร่วมกับเครือข่ายธุรกิจชุมชนในท้องถิ่น เพื่อศึกษาการดำเนินงานที่ทำให้กลุ่มธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จตามแนวทางการพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน



บรรณานุกรม

กชกร ชิมะวงศ์. 2547. “วิจัยค้นหารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มผ้าคันมือตำบลป่าแดง”.

[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://vijai.org/article/show_topic.asp (6 กันยายน 2548).

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. 2549. “องค์การบริหารส่วนตำบลสันป่าเป้า”. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา www.thailocaladmin.go.th/ABTInfoSystem/ (3 มีนาคม 2549).

จิตต์ไธ แก้วบุญเรือง. 2546. การดำเนินงานโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ประสบ

ความสำเร็จในจังหวัดลำปาง. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง. 2526. การระดมประชาชนเพื่อการพัฒนาชนบท. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

เฉลิมพล สัตถาภรณ์. 2517. การจัดองค์การธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เฉลิมชัยการพิมพ์.

เจลีว บุรีศักดิ์. 2545. การวิจัยชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสภาพัฒนาการ

ราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ; สำนักมาตรฐานอุดมศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย.

โชติรส ชวนิชย์. 2538. ธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.

ไทยตำบล ดอท คอม. 2549. “ขึ้นเอก”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

www.thaitambon.com/tambon/ttambon.asp?ID=501402/ (3 มีนาคม 2549).

นันทิยา ตันตราสืบ. 2545. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของ

ผู้บริโภคชาวไทยจากศูนย์หัตถกรรมภาคเหนือจังหวัดเชียงใหม่”. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา http://library.cmu.ac.th/digital_collection/etheses/searching.php/ (6 กันยายน 2548).

นันทิยา หุตานุวัตร และ ณรงค์ หุตานุวัตร. 2545. SWOT: การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชน.

กรุงเทพฯ: สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.

บ้านไร่ไทย ดอท คอม. 2548. “โฉนด/ประเภทของนาเกลือไทย”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.banramthai.com/html/khon.html/> (3 มีนาคม 2549).

บัณฑิต อ่อนคำ. 2536. กระบวนการปรับปรุงและพัฒนากลุ่ม/องค์กรประชาชนเชียงใหม่.

เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พูนพิสมัย ศิสกุล. 2517. ชีวิตและงานของสมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์

คลังวิทยา.

ไพรัตน์ เจริญรินทร์. 2527. เศรษฐกิจชนบทไทย. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน.

ยงยุทธ บุราสิทธิ์. 2533. “เทคนิคการกระตุ้นชาวบ้านให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน”.

วารสารพัฒนาชนบท. 29 (ธันวาคม): 41-46.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2531. การพัฒนาชนบทไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2533. สังคมวิทยาทัศน์. กรุงเทพฯ: เจ้าพระยาการพิมพ์.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2546. “สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่9”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.nesdb.go.th/ (3 มีนาคม 2549).

_____. 2549. นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจระดับรากหญ้า. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.nesdb.go.th/ (3 มีนาคม 2549).

เสนห์ จามริก. 2537. แนวทางการพัฒนาการศึกษาไทย: บทวิเคราะห์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ: หมู่บ้าน.

สุปัญญา ไชยชาญ. 2540. การบริหารการผลิต = Production management, พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลีฟวิ่ง.

หอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 2548. ประวัติย่อสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาดำรงราชานุภาพ. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.lib.ru.ac.th/journal/damrong.html> (2548)

อคิน รพีพัฒน์, ม.ร.ว. 2527. สังคมไทยในสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ พ.ศ. 2325-2416. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มูลนิธิตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

_____. 2533. ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาชนบท: ประสบการณ์ของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

_____. 2538. กลุ่มชาวบ้านกับศักยภาพในการแก้ปัญหาชุมชน. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อนุรักษ์ ปัญญาวิวัฒน์. 2548. การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม : การเรียนรู้ร่วมกับชุมชน. เชียงใหม่: เครือข่ายงานวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏ.

อภิชัย พันธเสน. 2546. การประเมินปัญหาและความต้องการของธุรกิจชุมชน. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.

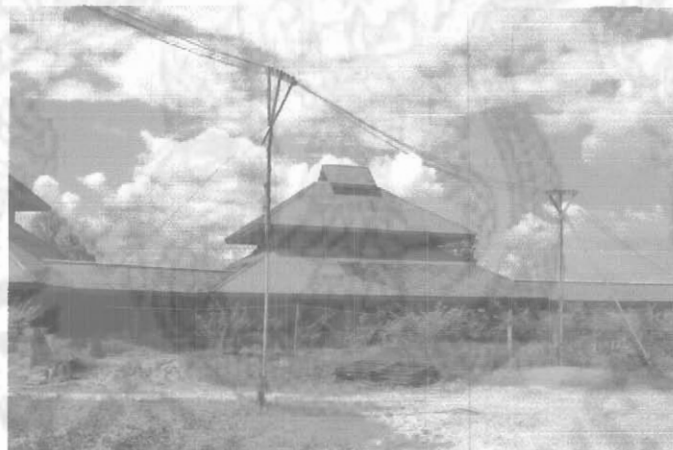
อารี วิบูลย์พงศ์, ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, ประทานทิพย์ กระมล, นัทธมน ชีระกุล และ พีรพงษ์ ปราบริปู. 2547. การปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านในภาคเหนือตอนบน. เชียงใหม่: ศูนย์เพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร และคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อรอนงค์ ธรรมกุล. 2544. รูปแบบการบริหารและการจัดการกิจกรรมแปรรูปผลผลิตเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรภาคเหนือตอนล่างที่ประสบความสำเร็จ. เชียงใหม่: สำนักงานส่งเสริมการเกษตรภาคเหนือ กรมส่งเสริมการเกษตร.



ภาคผนวก ก
รูปภาพการลงพื้นที่









ภาคผนวก ข
รูปภาพการประชุมกลุ่มย่อย











ภาคผนวก ค
ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นายพินิจ เปลี่ยนเกิด
เกิดเมื่อ	6 ธันวาคม 2515
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2527 – 2529 มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนพิริยาลัยแพร่ พ.ศ. 2530 – 2532 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพิริยาลัยแพร่ พ.ศ. 2533 – 2537 ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้า คุณทหารลาดกระบัง
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2537 – 2544 ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบริการลูกค้า บริษัท แอดวานซ์อินโฟร์เมชันเทคโนโลยีจำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2545 – ปัจจุบัน ผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัทไฟโฟลด์ อินเตอร์เทรด จำกัด