

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชนตำบลหนองแห้งและบริบทของธุรกิจชุมชน กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ตำบลสันหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน “กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก” ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ คณะกรรมการ และสมาชิกกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) จากนั้นนำข้อมูลมารวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และทำเป็นรายงานผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าการดำเนินงานของกลุ่มชนมจีนและน้ำพริกมีผลิตภัณฑ์คือชนมจีนและน้ำพริก การบริหารจัดการลักษณะแบบครอบครัวโดยที่ผู้นำกลุ่มจะเป็นผู้ดูแลการจัดการทั้งหมด และมีพนักงานประจำเป็นแรงงานในด้านการผลิต ส่วนสมาชิกกลุ่มจะช่วยเหลือในการสนับสนุนการทำงานด้านการผลิตเป็นบางครั้ง การบริหารจัดการของกลุ่มไม่มีแผนงานเพื่อใช้ในทางปฏิบัติที่ชัดเจนส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับผู้นำกลุ่มเป็นหลัก โดยผู้นำกลุ่มมีแนวคิดที่จะทำสินค้าให้มีคุณภาพตามมาตรฐานสากลภายใต้แนวการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพสามารถทำให้ผู้บริโภคไว้วางใจด้านคุณภาพและคุณประโยชน์ของสินค้า จุดประสงค์การรวมกลุ่มเพื่อหาแนวทางในการที่เพิ่มศักยภาพในการการผลิตเพื่อเป็นผู้นำในการทำชนมจีนและน้ำพริกโดยใช้การทำสินค้าให้มีภาพลักษณ์ที่เด่นชัด รสชาติเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค และเพิ่มความประทับใจในการบริการ เช่น ความรวดเร็ว ตรงเวลาในการจัดส่งสินค้ากับลูกค้า และความซื่อสัตย์ในการบริการ

ด้านการจัดโครงสร้างขององค์กรในแบบลักษณะแบ่งงานกันทำตามหน้าที่และสามารถทดแทนกันได้ การคัดเลือกบุคลากรสมาชิกกลุ่มจะเป็นกลุ่มคนที่รู้จักคุ้นเคยกันในหมู่บ้านเพื่อความสะดวกในการติดต่อและการประสานงาน ในส่วนพนักงานประจำคัดเลือกจากค่าแรงถูกและมีความซื่อสัตย์ ขยันอดทน สามารถสอนงานได้ง่าย การฝึกอบรมจะมีการสอนงานให้ทดลองทำจริง การสร้างแรงจูงใจในการทำงานจะมีค่าจ้างรายเดือนและมีสวัสดิการในด้านความเป็นอยู่มีที่

พักอาศัยและอาหาร ลักษณะการดูแลจะเหมือนเป็นแบบสมาชิกในครอบครัวเดียวกันทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน ส่วนด้านการผลิตมีการจัดวางผังของโรงงานจะเป็นแบบที่เน้นความสะดวกต่อการทำงานโดยใช้วิธีการเรียงลำดับอุปกรณ์ที่ใช้งานตามกระบวนการผลิตและเพิ่มขั้นตอนรักษาสภาพแวดล้อมในการจัดการกำจัดของเสียในกระบวนการผลิต ด้านแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินงานจะใช้เงินทุนของผู้นำกลุ่มและกู้จากธนาคารซึ่งจะจัดหาโดยผู้นำกลุ่ม ด้านการบัญชีผู้นำกลุ่มจะใช้วิธีการลงบันทึกบัญชีรายรับ รายจ่าย ลงในสมุดบันทึก เพื่อใช้ในการรับรู้ราคาของวัสดุ วัตถุดิบและค่าใช้จ่ายประจำวัน

สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานโดยใช้จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้แมทริกซ์อุปสรรค โอกาส จุดอ่อน จุดแข็ง [Threats Opportunities Weaknesses Strongest (TOWS) Matrix] พบว่า กลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกลำ อยู่ในกลุ่มกลยุทธ์ SO ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี SWOT Matrix คือ การรุกตลาด เพราะมีทั้งจุดแข็งและโอกาส ดังนั้น กลุ่มควรจะใช้กลยุทธ์ที่มีศักยภาพสูงสุดในสร้างกลยุทธ์ โดยการใช้จุดแข็งของกลุ่มเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส โดยกลยุทธ์ที่ควรนำมาใช้ในระยะแรกกลุ่มควรจะใช้กลยุทธ์ด้านการพัฒนาบุคลากรและการโอนถ่ายภารกิจ เนื่องจากปัจจุบันมีผู้นำกลุ่มรับผิดชอบดูแลงานด้านต่างๆอยู่คนเดียว โดยการถ่ายทอดประสบการณ์ในด้านต่างๆของผู้นำกลุ่มและรับการสนับสนุนด้านความรู้ต่างๆของหน่วยงานรัฐและชุมชน ผู้สมาชิกกลุ่มและพนักงาน โดยเฉพาะงานด้านการตลาด ซึ่งจะต้องเร่งพัฒนาบุคลากรด้านการตลาด เช่นพนักงานขาย (Personal selling) เพื่อเพิ่มช่องในการขายสินค้าให้มากขึ้น รวมทั้งการโอนถ่ายภารกิจในด้านต่างๆให้กับทางกลุ่มร่วมกันรับผิดชอบดูแลเพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานให้เกิดความคล่องตัวในการทำงาน หลังจากนั้นกลุ่มควรจะใช้กลยุทธ์การขายตลาด โดยเพิ่มช่องทางการตลาดจากที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐและการเจริญก้าวหน้าของสื่อสารมวลชนต่างๆเน้นแสดงให้เห็นถึงมาตรฐานและรสชาติของตัวสินค้าที่ได้รับและรักษาคุณภาพของสินค้าและการบริการ รวมทั้งใช้กลยุทธ์ด้านการประสานความร่วมมือควบคู่ไปด้วย เช่นการใช้เครือข่ายธุรกิจชุมชนเข้ามาเป็นส่วนช่วยในการขยายตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ แต่สิ่งสำคัญที่ควรระวังคือการใช้กลยุทธ์การขายตลาดจะต้องมีการพัฒนาให้เกิดความสมดุลระหว่างงานด้านการบริหารจัดการ การผลิต ตลาดและบัญชี การเงิน เพื่อให้แต่ละส่วนงานสามารถรองรับงานที่เพิ่มขึ้นได้

The purposes of this research are 1) to study the context of Tumbon Nongyaeng Community and the context of “The Khanomjeen and Numpruk Group” in Tumbon Nongyaeng, Sansai District, Chiangmai Province, 2) to study about the potential of the community to operate “The Khanomjeen and Numpruk Group” in Tumbon Nongyaeng, Sansai District, Chiangmai Province. The informants of this research are the committees and the members of “The Khanomjeen and Numpruk Group”. The Participatory Action Research, which is a qualitative research, was applied as the method of the research. The results of the research was reported in a descriptive manner.

Regarding the result of the research, we found that Kanomjeen and Namprik were their main products. The management was in the form of family business operated by the group leaders. The labor forces were permanent workers. The group’s members help with the production sometimes. The group had no clear administrative plans. The operation depended mostly on the group leaders. The group leaders had ideas to produce goods according to universal standard under the effective management and the ability to make customers trust in both the quality and the utility of the products. The purpose of group gathering was to seek to develop their production efficiency. The group aimed to be a leader among “Khanomjeen and Numpruk” production through the building of a unique image, developing the taste of the products, and improving services, such as, the promptness of delivery service and the integrity of service. Regarding the organization structure, workers were divided into groups in charge of different jobs; however the division was remained flexible – workers were freely relocated between

sections. In terms of recruitment the group tended to select people from the same village, for the convenience in communication and coordination. For the permanent workers, they were selected on the basics of wages, integrity, diligence, obedience, and learning ability. The training emphasized practical learning from real situations. The work motivation was the salary and other welfares such as dormitory and free meals. They were treated as family members who shared a common profit. The production process was emphasized on convenient working conditions. Factory equipments were arranged to suit the production process. The group leaders and bank loans were the sources of working capital. The accountancy management was the group leader's responsibility. He kept the records of daily expenses and raw material account.

The analysis of operation potential was analyzed by Threats Opportunities Weaknesses Strength (TOWS) Matrix. It was found that the group can be considered an SO Strategy Group. The market invasion strength and opportunity. They should formulate strategies on the basis of their strongest qualities. This is the way to use the strongest potential of the group. Secondly, they should focus on personnel development. Because presently the group leader is the only person who is responsible for all functions, they should distribute tasks to group members to suit their abilities in flexible ways. Moreover they should seek to multiply their market channels, which shall be done by 1) improving their sale personnel, 2) seeking for supports from governmental sectors, and 3) applying modern mass communication technology. The group must also keep improving the taste and quality of their products. In order to accomplish these tasks, they should also build up network with other local businesses. It is important that the marketing extension must balance the production, marketing, accountancies, and finances so that all these sections are able to deal with the increasing tasks.