



ใบรับรองปัญหาพิเศษ
โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ชื่อเรื่อง

แนวทางการพัฒนากลุ่มชนมืเงินและน้ำพริกของชุมชน ตำบลหนองแห้ง
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

โดย

สินธรา มawangค์

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดลกร ขวัญคำ)

วันที่ 16 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2549

กรรมการที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์จำเนียร บุญมาก)

วันที่ 16 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2549

กรรมการที่ปรึกษา

(อาจารย์ ดร.สุนัย เตชถกิง)

วันที่ 16 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2549

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมา สิริพิชัย)

วันที่ 20 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2549

โครงการบัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

แทน (รองศาสตราจารย์ ดร.เทพ พงษ์พานิช)

ประธานคณะกรรมการโครงการบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 24 เดือน ต.ค. พ.ศ. 49

แนวทางการพัฒนากลุ่มชนมจีนและน้ำพริกของชุมชน ตำบลหนองแห้ง
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

สินธรา มawangค์

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2549

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ชื่อเรื่อง	แนวทางการพัฒนากลุ่มชนมจีนและน้ำพริกของชุมชน ตำบลหนองแห่ย์ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นายสินธรา มหาวงศ์
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดลกร ขวัญคำ

บทคัดย่อ

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

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

ด้านการจัดโครงสร้างขององค์กรในแบบลักษณะแบ่งงานกันทำตามหน้าที่และสามารถทดแทนกันได้ การคัดเลือกบุคลากรสมาชิกกลุ่มจะเป็นกลุ่มคนที่รู้จักคุ้นเคยกันในหมู่บ้านเพื่อความสะดวกในการติดต่อและการประสานงาน ในส่วนพนักงานประจำคัดเลือกจากค่าแรงถูกและมีความซื่อสัตย์ ขยันอดทน สามารถสอนงานได้ง่าย การฝึกอบรมจะมีการสอนงานให้ทดลองทำจริง การสร้างแรงจูงใจในการทำงานจะมีค่าจ้างรายเดือนและมีสวัสดิการในด้านความเป็นอยู่มีที่

พักอาศัยและอาหาร ลักษณะการดูแลจะเหมือนเป็นแบบสมาชิกในครอบครัวเดียวกันทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน ส่วนด้านการผลิตมีการจัดวางผังของโรงงานจะเป็นแบบที่เน้นความสะดวกต่อการทำงานโดยใช้วิธีการเรียงลำดับอุปกรณ์ที่ใช้งานตามกระบวนการผลิตและเพิ่มขั้นตอนรักษาสภาพแวดล้อมในการจัดการกำจัดของเสียในกระบวนการผลิต ด้านแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินงานจะให้เงินทุนของผู้ในกลุ่มและกู้จากธนาคารซึ่งจะจัดหาโดยผู้ในกลุ่ม ด้านการบัญชีผู้ในกลุ่มจะใช้วิธีการลงบันทึกบัญชีรายรับ รายจ่าย ลงในสมุดบันทึก เพื่อใช้ในการรับรู้ราคาของวัสดุ วัตถุดิบและค่าใช้จ่ายประจำวัน

สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานโดยใช้จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้เมทริกซ์อุปสรรค โอกาส จุดอ่อน จุดแข็ง [Threats Opportunities Weaknesses Strongest (TOWS) Matrix] พบว่า กลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกรา อยู่ในกลุ่มกลยุทธ์ SO ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี SWOT Matrix คือ การรุกตลาด เพราะมีทั้งจุดแข็งและโอกาส ดังนั้น กลุ่มควรจะใช้กลยุทธ์ที่มีศักยภาพสูงสุดในสร้างกลยุทธ์ โดยการใช้จุดแข็งของกลุ่มเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส โดยกลยุทธ์ที่ควรจะนำมาใช้ในระแวกกลุ่มควรจะใช้กลยุทธ์ด้านการพัฒนาบุคลากรและการโอเน็ตการกิจ เนื่องจากปัจจุบันมีผู้นำกลุ่มรับผิดชอบดูแลงานด้านต่างๆอยู่คนเดียว โดยการถ่ายทอดประสบการณ์ในด้านต่างๆของผู้ในกลุ่มและรับการสนับสนุนด้านความรู้ต่างๆของหน่วยงานรัฐและชุมชน ผู้สมาชิกกลุ่มและพนักงาน โดยเฉพาะงานด้านการตลาด ซึ่งจะต้องเร่งพัฒนาบุคลากรด้านการตลาด เช่นพนักงานขาย (Personal selling) เพื่อเพิ่มช่องในการขายสินค้าให้มากขึ้น รวมทั้งการโอเน็ตการกิจในด้านต่างๆให้กับทางกลุ่มร่วมกันรับผิดชอบดูแลเพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานให้เกิดความคล่องตัวในการทำงาน หลังจากนั้นกลุ่มควรจะใช้กลยุทธ์การขายตลาด โดยเพิ่มช่องทางการตลาดจากที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐและการเจริญก้าวหน้าของสื่อสารมวลชนต่างๆนั้นแสดงให้เห็นถึงมาตรฐานและรสชาติของตัวสินค้าที่ได้รับและรักษาคุณภาพของสินค้าและการบริการ รวมทั้งใช้กลยุทธ์ด้านการประสานความร่วมมือควบคู่ไปด้วย เช่นการใช้เครือข่ายธุรกิจชุมชนเข้ามาเป็นส่วนช่วยในการขยายตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ แต่สิ่งสำคัญที่ควรระวังคือการใช้กลยุทธ์การขายตลาดจะต้องมีการพัฒนาให้เกิดความสมดุลระหว่างงานด้านการบริหารจัดการ การผลิต ตลาดและบัญชี การเงิน เพื่อให้แต่ละส่วนงานสามารถรองรับงานที่เพิ่มขึ้นได้

Title	The ways to develop “The Khanomjeen and Numprik Group” in Tumbon Nongyaeng, Sansai District, Chiangmai Province
Author	Mr.Sinthara Mahawong
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Assistant Professor Dolakarn Koankum

ABSTRACT

The purposes of this research are 1) to study the context of Tumbon Nongyaeng Community and the context of “The Khanomjeen and Numprik Group” in Tumbon Nongyaeng, Sansai District, Chiangmai Province, 2) to study about the potential of the community to operate “The Khanomjeen and Numprik Group” in Tumbon Nongyaeng, Sansai District, Chiangmai Province. The informants of this research are the committees and the members of “The Khanomjeen and Numprik 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 Nampruk 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 basis 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.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยความรู้และความอนุเคราะห์เป็นอย่างดียิ่งจากคณาจารย์ทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ดลกร ขวัญคำ ประธานกรรมการที่ปรึกษารองศาสตราจารย์จำเนียร บุญมาก และอาจารย์ ดร.สุนีย์ เตชเดิง กรรมการที่ปรึกษาที่ได้กรุณาให้คำแนะนำพร้อมข้อเสนอแนะ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เป็นอย่างดียิ่งและช่วยเหลือในงานวิจัยครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ด้วยดี ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้ด้วยขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจฯ ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิประสาทความรู้ให้แก่ผู้วิจัย อันเป็นรากฐานในการค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้ นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ที่ให้ความกรุณานำขึ้นตอนในการทำวิจัยครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณสมาชิกกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พร้อมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน อีกทั้งขอขอบพระคุณผู้นำชุมชน และคณะวิทยุชุมชนโครงการวิจัยการพัฒนาเครือข่ายธุรกิจชุมชนของชุมชนตำบลสันป่าเปา ตำบลหนองแห้ง และตำบลสันนาเม็ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ทางด้านข้อมูลต่าง ๆ ในระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้อย่างดียิ่ง

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่สนับสนุนและเป็นแรงใจให้ผู้วิจัยทำสำเร็จตามความมุ่งหวัง ขอขอบคุณคณะวิทยุชุมชนทุกท่านที่ได้อำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานและช่วยเหลือในทุกด้านเป็นอย่างดียิ่ง และทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือซึ่งมีจากลำนามในที่นี้ได้ทั้งหมด ที่เป็นกำลังใจอยู่เบื้องหลังความสำเร็จในการวิจัยครั้งนี้

สินธรา มawangค์

ตุลาคม 2549

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตการวิจัย	5
นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	9
แนวคิดการดำเนินงาน	9
การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR)	16
แนวคิดการมีส่วนร่วม	24
ความหมายและแนวคิดการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ	26
แนวคิดจิตวิทยาการเรียนรู้และการสอนงาน	32
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
กรอบแนวความคิดในการวิจัย	44
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	45
สถานที่ดำเนินการวิจัย	45
ประชากร	45
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	45

การเก็บรวบรวมข้อมูล	46
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	46
ระยะเวลาการวิจัย	46
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	47
บริบทชุมชนตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่	47
บริบทชุมชนหมู่บ้านบ้านบวกเปา	51
บริบทธุรกิจชุมชนกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่	53
สภาพการดำเนินงานปัจจุบันของกลุ่มธุรกิจชุมชนกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก	55
การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก	85
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	91
สรุปผลการวิจัย	91
อภิปรายผล	100
ข้อเสนอแนะ	101
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	103
บรรณานุกรม	104
ภาคผนวก ก ประมวลภาพงานวิจัย	106
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	110

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4-1	จำนวนประชากรของตำบล ในอำเภอสันทราย	48
4-2	ตารางวิเคราะห์ SWOT กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก	89



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
2-1	ตัวแบบของกระบวนการการผลิต
2-2	ตัวแบบความสัมพันธ์เชิงคณิตศาสตร์ของสิ่งส่งออก
2-3	ขั้นตอนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม
2-4	ขั้นตอนของกระบวนการดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพ
2-5	ขั้นตอนกระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ
2-6	กระบวนการเรียนรู้
2-7	กรอบแนวความคิดในการวิจัย
4-1	แสดงแผนที่ของตำบลหนองแห้ง จังหวัดเชียงใหม่
4-2	โครงสร้างขององค์กรตามผังการทำงานของกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก
4-3	แสดงทำเลที่ตั้งของกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก
4-4	แสดงภายในโรงงานผลิต ชนมจีน
4-5	แสดงภายในสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก
4-6	กระบวนการผลิตชนมจีน
4-7	กระบวนการผลิตชนมจีนบริเวณการผลิตในส่วนของการนวดและกรองแป้ง
4-8	กระบวนการผลิตชนมจีนบริเวณการผลิตในส่วนของการขึ้นรูปเป็นชนมจีนให้เป็นเส้น
4-9	กระบวนการผลิตชนมจีนในการจัดเก็บชนมจีนเพื่อรอการจำหน่าย
4-10	วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต
4-11	แสดงผังโรงงานของกลุ่มชนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกเปา
4-12	แสดงผังและลำดับการไหลของงานในโรงงานชนมจีน
4-13	แสดงกระบวนการผลิตน้ำพริก
4-14	เครื่องบดและผสมน้ำพริก
4-15	การบรรจุน้ำพริก
4-16	วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต
4-17	แสดงผังและลำดับการไหลของงานในโรงงานน้ำพริก
4-18	บริเวณที่ใช้ในการผลิต
4-19	บริเวณที่ใช้ในจัดเก็บอุปกรณ์

ภาพ	หน้า
4-20 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ขนมจีนบ้านบวกเปา	77
4-21 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์น้ำพริกขนมจีนและน้ำพริกแกง	77
4-22 แสดงตราสินค้า น้ำพริกขนมจีนและน้ำพริกแกงพื้นเมือง “สูตรแม่อำพร”	78
4-23 แสดงการบรรจุสินค้าประเภทขนมจีน	78
4-24 แสดงการบรรจุสินค้าประเภทน้ำพริก	79
4-25 แสดงการผลงานของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก	79
4-26 แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ A ของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกเปา	81
4-27 แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ B ของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกเปา	81
4-28 แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ C ของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกเปา	82

บทที่ 1

บทนำ

จากการประเมินผลการพัฒนาในช่วง 4 ทศวรรษที่ผ่านมา ซึ่งให้เห็นอย่างชัดเจนถึงการพัฒนาที่ขาดสมดุล โดยประสบผลสำเร็จเฉพาะในปริมาณแต่ขาดความสมดุลด้านคุณภาพ จุดอ่อนของการพัฒนา คือ ระบบบริหารทางเศรษฐกิจ การเมือง และราชการยังเป็นการรวมศูนย์อำนาจ และขาดประสิทธิภาพ ระบบกฎหมายล้าสมัย นำไปสู่ปัญหาเรื้อรังของประเทศ แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาที่ผ่านมาได้ก่อให้เกิดทุนทางสังคมและทางเศรษฐกิจหลายประการซึ่งเป็นจุดแข็งของประเทศที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนา กล่าวคือ รัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันได้วางพื้นฐานให้เกิดการปฏิรูปที่สำคัญทั้งทางสังคม การเมือง การบริหารภาครัฐ และการกระจายอำนาจ ขณะที่กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนและพลังท้องถิ่นมีความเข้มแข็งมากขึ้น ทั้งจุดแข็งของฐานการผลิตการเกษตรที่หลากหลายมีศักยภาพเป็นแหล่งผลิตอาหารโลก มีความเป็นเอกลักษณ์ไทย มีวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่น รวมทั้งมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สั่งสมเป็นปึกแผ่น ซึ่งผลจากการพัฒนาดังกล่าวข้างนั้นได้นำมาสู่การวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545 – 2549 ที่มีการเร่งรัดการปฏิรูประบบเศรษฐกิจและสังคมให้เกิดสัมฤทธิ์ผลในทางปฏิบัติให้มากยิ่งขึ้นและมุ่งฟื้นฟูเศรษฐกิจให้หลุดพ้นจากภาวะวิกฤติ พร้อมทั้งวางรากฐานการพัฒนา ระบบเศรษฐกิจภายในประเทศให้มีความเข้มแข็ง มีเสถียรภาพและมีภูมิคุ้มกันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น โดยเฉพาะบทที่ว่าด้วยเรื่องยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการพัฒนาชนบทและเมืองอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความเข้มแข็งชุมชนและประชาสังคมต่าง ๆ ให้มีความมั่นคงทางสังคม มีการพัฒนาเมืองและชุมชนให้น่าอยู่ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคมให้กระจายครอบคลุมทั่วประเทศ ก่อให้เกิดเศรษฐกิจฐานรากที่เข้มแข็ง และช่วยลดความยากจนในชนบทและเมืองรวมทั้งเตรียมพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นประเทศเศรษฐกิจของภูมิภาค จากเป้าหมายที่ตั้งไว้นั้นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ได้จัดให้มีแนวทางในการพัฒนาดังนี้ คือ การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและการพัฒนาเมื่อน่าอยู่ ชุมชนน่าอยู่ เน้นหลักการมีส่วนร่วมการพึ่งตนเอง การช่วยเหลือเกื้อกูลกันและกัน การแก้ปัญหาความยากจนในชนบทและเมืองภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคในสังคมที่มุ่งปรับกระบวนการและจัดการแก้ไขปัญหาความยากจนอย่างเป็นองค์รวม การพัฒนาความเชื่อมโยงชนบทและเมืองอย่างเกื้อกูลเพื่อกระจายโอกาสการพัฒนา สร้างความมั่งคั่งในพื้นที่และสร้างความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจโดยรวม

โดยที่การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนนั้น จะใช้การพัฒนาคนในชุมชนเป็นศูนย์กลางเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งโดยมีการพัฒนาที่เรียกว่า เป็นการพัฒนาแบบองค์รวม ซึ่งเป็นการพัฒนาที่ทุกฝ่ายในสังคมมีโอกาสได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาไปพร้อม ๆ กันทั้งด้านคุณภาพชีวิต จิตใจ เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเพิ่มศักยภาพและสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการพัฒนาตนเอง (อนันต์ เตชะวณิช, 2543: 17) ด้วยการให้ประชาชนเป็นผู้ร่วมวิเคราะห์สถานการณ์ ค้นหาปัญหาของชุมชน กำหนดแนวทางแก้ไขปัญหา ตัดสินใจเลือกกิจกรรม ลงมือดำเนินการและประเมินผล เป็นข้อมูลเพื่อแก้ไขปัญหของชุมชนและให้หมู่บ้านเป็นจุดเริ่มต้นที่จะวางระบบที่เอื้อต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน (สุชาติ สุวรรณ, 2543: 16) โดยที่การพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งนั้นจะมีกระบวนการในการพัฒนาชุมชน 5 ขั้นตอนด้วยกัน คือ 1) ศึกษาชุมชน 2) ให้การศึกษาแก่ชุมชน 3) วางแผน 4) ดำเนินโครงการ 5) ติดตามประเมินผล ซึ่งจะเห็นได้ว่ากระบวนการพัฒนาชุมชนในขั้นตอนที่ 1 และ 2 นั้น เป็นลักษณะการทำงานของนักพัฒนาที่เป็นคนนอกชุมชนหรือกลุ่มแกนนำ หรือผู้นำชุมชน โดยเริ่มต้นจากศึกษาชุมชนจนรู้จักชุมชนดีทุก ๆ ด้าน แล้วจึงไปทำให้ประชาชนรู้และเข้าใจชุมชนของเขาเองทั้งในด้านปัญหาความต้องการและศักยภาพของชุมชนเอง จึงเกิดความตระหนักในปัญหาและความต้องการของชุมชนเพื่อจะได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา ผู้นำชุมชนหรือนักพัฒนาต้องสร้างความตระหนักให้กับประชาชน เพราะปัญหาชุมชนต้องแก้ด้วยความร่วมมือ ร่วมใจของประชาชนเองจึงจะสำเร็จและทำให้ประชาชนหรือเรียกรวม ๆ ว่า ชุมชนเกิดการเรียนรู้ ความเอื้ออาทรต่อกัน และความคิด ความมั่นใจที่จะพึ่งตนเอง ซึ่งสุดท้ายจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ ดังนั้น เมื่อดำเนินการตามกระบวนการการพัฒนาชุมชนด้วยหลักการพัฒนาชุมชน (การมีส่วนร่วม) จะทำให้เกิดองค์ประกอบหรือลักษณะของความเป็นชุมชน หรือความเป็นประชาคม ขึ้น กล่าวคือจะปรากฏการรวมตัวกันด้วยวัตถุประสงค์ร่วมกัน การทำกิจกรรมร่วมกัน ความเอื้ออาทรต่อกัน การจัดการและผู้นำธรรมชาติที่สำคัญ และจิตวิญญาณของความเป็นชุมชน แต่อย่างไรก็ตาม ด้วยหลักการพัฒนาชุมชนจะช่วยพัฒนาความเป็นชุมชน หรือความเป็นประชาคม ให้เกิดขึ้นและเข้มแข็งขึ้นได้ ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไข 2 ประการ คือ การมีส่วนร่วมของประชาชนสูง และกิจกรรมร่วมกันมีอยู่อย่างต่อเนื่อง (ชำนาญ วัฒนศิริ, 2543: 24) ดังนั้น แนวคิดการพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งของชุมชนต้องเริ่มจากชุมชนเป็นการระบุดความคิดมาจากข้างในชุมชนที่อยากเห็นการพัฒนา การเปลี่ยนแปลงอย่างไรต้องเริ่มที่ชุมชนและต้องมีการลงมือทำด้วย (อนันต์ เตชะวณิช, 2543: 17) จึงจะประสบผลสำเร็จที่ชุมชนนั้นต้องการให้เกิดขึ้น

เมื่อมีการเสริมสร้างฐานรากของสังคมให้เข้มแข็ง ก็จะเป็นหนทางที่นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป รวมทั้งยังเป็นการเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจมีความพร้อมที่จะรับกระแสการเปลี่ยนแปลงจากเศรษฐกิจยุคใหม่ได้อย่างรู้เท่าทันบนพื้นฐานของความกินดี อยู่ดี และมีความสุขของชุมชน

ความสำคัญของปัญหา

กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ตั้งอยู่ ณ บ้านเลขที่ 127 หมู่ 3 บ้านบวกลา ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดย คุณเทอดศักดิ์ แสงพระเวส เป็นผู้ริเริ่มก่อตั้งสืบเนื่องจากการล้มเหลวในธุรกิจก่อสร้าง จึงได้ริเริ่มกิจการโรงงานขนมจีนจากเงินลงทุนจำนวน 40,000 บาท โดยได้ต้นแบบจากการไปดูงานที่จังหวัดเชียงราย หลังจากนั้นได้เริ่มดำเนินงานในปี 2542 โดยได้ร่วมกันทำกับสมาชิกในครอบครัวเป็นโรงงานเล็กๆ และมีจุดจำหน่ายสินค้าอยู่ในตลาดบ่อหิน อำเภอดอยสะเก็ด ปัจจุบันสามารถขยายฐานการตลาดจากลูกค้าทั่วไปเป็นลูกค้าที่ต้องส่งสินค้าเป็นประจำทำให้กิจการมีลูกค้าที่แน่นอน ซึ่งมียอดการผลิตต่อวันประมาณ 600 กิโลกรัม หลังจากได้ผลิตขนมจีนมาได้ระยะหนึ่ง ในปี 2546 ก็ได้มีแนวคิดที่จะทำน้ำพริกสำหรับทำน้ำขนมจีน เนื่องจากเห็นว่าสินค้าประเภทนี้เป็นของรับประทานคู่กันกับขนมจีน โดยเริ่มแรกได้ทดลองทำน้ำพริกขนมจีน ที่ใช้ทำเป็นน้ำเงี้ยว โดยจัดทำเป็นถุงเล็ก ๆ สามารถเก็บไว้ได้นานประมาณ 1 เดือน และทำการตั้งชื่อว่า น้ำขนมจีนบวกลาสูตรแม่อำพร ซึ่งมียอดจำหน่ายได้ดีพอสมควร สามารถช่วยเสริมให้กิจการมีรายได้มากขึ้น หลังจากดำเนินงานมาได้ประมาณปี 2546 ก็ได้รับเลือกให้เป็นสินค้า OTOP ระดับ 2 ดาว และได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานการศึกษาออกโรงเรียน (กศน.) ให้ทดลองทำน้ำพริกข้าวซอย รวมทั้งได้พัฒนาสินค้าให้มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและสะดวกต่อการนำไปใช้งาน ปัจจุบันได้ขยายกิจการทำให้สามารถผลิตขนมจีนได้ถึงวันละ 1200 กิโลกรัม เพื่อรองรับกับปริมาณการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันมีพนักงาน 5 คน โดยแบ่งการทำงานเป็นคนทำขนมจีน 4 คน และทำน้ำพริก 1 คน และได้มีการทำแผนการตลาดโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางวิทยุชุมชน ทำให้ปัจจุบันมียอดขายที่ดีขึ้น

แต่เนื่องจากกลุ่มชนมจีนและน้ำพริกได้ตระหนักถึงการทำธุรกิจชุมชนที่อาศัยความช่วยเหลือจากภาครัฐเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้ธุรกิจชุมชนมีความยั่งยืนได้ ถึงแม้ว่าจะมีการช่วยเหลือและส่งเสริมจากภาครัฐในโครงการต่างๆมากมาย เช่น นโยบายการสนับสนุนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product, OTOP) ของรัฐบาลก็ตาม แต่การให้ความช่วยเหลือกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนเป็นไปอย่างไม่ทั่วถึง บางครั้งการให้ความช่วยเหลือก็

ไม่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน รวมทั้งความไม่จริงจังในการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จากเหตุผลดังกล่าว ดังนั้นทางกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน กลุ่มขนมจีนและน้ำพริก ที่ผลิตสินค้าประเภทขนมจีนและน้ำพริก ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจหนึ่งในกลุ่ม ธุรกิจชุมชน ในเขตตำบลหนองแห้ง อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ จึงมีความมุ่งมั่นในพัฒนากลุ่มขนมจีนและน้ำพริกให้สามารถดำเนินธุรกิจให้ยั่งยืนได้ สามารถรักษาตลาดและยอดขาย เพื่อรองรับกับการแข่งขันในด้านต่าง ๆ ของธุรกิจนี้ในอนาคต รวมทั้งสามารถนำธุรกิจของกลุ่มเข้าเชื่อมโยงหาแนวร่วมทางธุรกิจกับกลุ่มธุรกิจชุมชนอื่น ๆ ได้ ซึ่งการศึกษาหาแนวทางการพัฒนาธุรกิจนั้นจะต้องเข้าใจจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคในการทำธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการตลาด การเงิน การผลิต และการบริหารจัดการ รวมทั้งการสร้างแนวร่วมทางธุรกิจ หรือสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกกับกลุ่มธุรกิจชุมชนอื่น ใกล้เคียง ไม่ว่าจะเป็นในเขตตำบลสันป่าเป้า ตำบลหนองแห้ง และตำบลสนทรายหลวง อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีรูปแบบความสัมพันธ์ในลักษณะการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน นอกเหนือจากรูปแบบความสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าวแล้ว กลุ่มธุรกิจชุมชนจะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการทำงานกิจกรรมร่วมกัน ในรูปแบบของการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่สมาชิกในชุมชน ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ล้วนเกิดจากการสร้างสรรค์งานโดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายก่อเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่เต็มไปด้วยคุณค่าทางวัฒนธรรม ศิลปะ และหัตถกรรม รวมทั้งเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

จากเหตุผล ความมุ่งมั่นและแนวคิดเริ่มต้นของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก ในการพยายามศึกษาหาแนวทางการพัฒนากลุ่มขนมจีนและน้ำพริก เพื่อให้มีการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยจึงได้มีความต้องการที่จะร่วมมือกับกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก เพื่อที่จะร่วมศึกษาหาแนวทางการพัฒนากลุ่มขนมจีนและน้ำพริก ให้สามารถดำเนินธุรกิจให้ยั่งยืนได้ สามารถรักษาตลาดและยอดขาย เพื่อรองรับกับการแข่งขันในด้านต่างๆของธุรกิจนี้ในอนาคต รวมทั้งสามารถอยู่ร่วมกับของธุรกิจชุมชนอื่นๆ ในลักษณะพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันได้ โดยลักษณะการทำวิจัยร่วมกันระหว่างอาจารย์ นักศึกษา และกลุ่มธุรกิจชุมชน เพื่อให้ทราบแนวทางการพัฒนาธุรกิจของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก บ้านบวกลา ตำบลหนองแห้ง อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชนตำบลหนองแ่งและบริบทของธุรกิจชุมชน กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ตำบลสันหนองแ่ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน “กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก” ตำบลหนองแ่ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์สำหรับใช้เป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป
2. ได้แนวทางการสร้างและพัฒนา กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก บ้านบวกเปา ตำบลหนองแ่ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
3. ได้รูปแบบและแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนที่สามารถนำไปใช้กับชุมชนอื่น
4. ได้จากกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักวิจัยและชุมชนในตำบลสันป่าเปา ตำบลหนองแ่ง และตำบลสันหลวง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

ขอบเขตเนื้อหา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะทำการศึกษาดังข้อมูลทั่วไปของกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ศึกษาการดำเนินงานและสภาพทางธุรกิจ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนของกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก บ้านบวกเปา ตำบลหนองแ่ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาเฉพาะกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก บ้านบวกเปา ตำบลหนองแ่ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เท่านั้น

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก บ้านบวกลา ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตระยะเวลาการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการวิจัย โดยเริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2548 ถึง มีนาคม 2549 รวมทั้งสิ้นเป็นเวลาประมาณ 8 เดือน

นิยามศัพท์

การศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางพัฒนากลุ่มชนมจีนและน้ำพริก บ้านบวกลา ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีคำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) หมายถึง ความสามารถในการใช้พื้นความรู้ในการสร้างสรรค์งาน เพื่อพัฒนาและดำรงชีวิตของคนในท้องถิ่น

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

ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถหรือคุณสมบัติที่มีอยู่ในตัวของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน กลุ่มผู้เฒ่าคน ในด้านความรู้ความสามารถ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการพัฒนาภาวะผู้นำ และด้านมนุษยสัมพันธ์ที่สามารถแสดงออกให้ปรากฏแก่บุคคลอื่น โดยการพัฒนาการดำเนินงานต่าง ๆ ในการประกอบธุรกิจชุมชนให้ดีขึ้น

บริบท หมายถึง สิ่ง หรือสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ หรือเกิดขึ้นทั้งใน และนอกชุมชน ที่สามารถมีอิทธิพลในเชิงเกื้อหนุน หรือเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจชุมชนบางส่วนหรือทั้งหมดของชุมชน ทั้งจะเป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอด ความเจริญเติบโต หรือผลสำเร็จของชุมชนโดยส่วนรวม

ชุมชน หมายถึง ถิ่นฐานที่อยู่ของกลุ่มคน ถิ่นฐานนี้มีพื้นที่อ้างอิงได้ และกลุ่มคนนี้มี การอยู่อาศัยร่วมกัน มีการทำกิจกรรม เรียนรู้ ติดต่อสื่อสาร ร่วมมือและพึ่งพา อาศัยกัน มีวัฒนธรรม และภูมิปัญญาประจำถิ่น มีจิตวิญญาณและ ความผูกพันอยู่กับ พื้นที่แห่งนั้น อยู่ภายใต้การปกครอง เดียวกัน และมีผลประโยชน์ร่วมกัน ในที่นี้หมายถึง ชุมชนที่อยู่ในเขตพื้นที่บ้านบวกลา ตำบล หนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ตัวสินค้าและกระบวนการทางความคิดรวมถึงการบริการ การ ดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็น ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลาย ในที่นี้หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดย กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก บ้านบวกลา ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

การดำเนินงาน หมายถึง กระบวนการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ของกลุ่มชนมจีนและ น้ำพริก บ้านบวกลา ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งกระบวนการ บริหารจัดการออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการของการมุ่งสู่ เป้าหมายขององค์กร โดยใช้บุคคลและทรัพยากรอื่น ๆ หรือเป็นกระบวนการออกแบบและรักษา สภาพแวดล้อมที่บุคคลทำงานร่วมกันในกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดใน ตลาดเป้าหมาย คือ การสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ได้แก่ แนวคิดส่วน ประสมทางการตลาด (marketing mix) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) การจัด จำหน่าย (place หรือ distribution) และการส่งเสริมการตลาด (promotion) ด้านการผลิต หมายถึง การทำงานตามหน้าที่ในการผลิตสินค้าหรือบริการ ซึ่งองค์กรจะนำไปเสนอขายตามเป้าหมาย และ ด้านการเงินและบัญชี หมายถึง การจัดการการเงินและการบัญชีธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งกระบวนการ บริหารจัดการทั้ง 4 ด้าน เป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ

สภาพทางธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพการดำเนินงานทางธุรกิจโดยใช้หลักการ วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ (SWOT Analysis) ของ “กลุ่มชนมจีน และน้ำพริก บ้านบวกลา ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่”

การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ (SWOT) หมายถึง การ วิเคราะห์สถานการณ์การดำเนินงานเพื่อเป็นเครื่องมือช่วยให้ กลุ่มชนมจีนและน้ำพริกสามารถ (1) กำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน (2) โอกาส และอุปสรรคจาก สภาพแวดล้อมภายนอก

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนากลุ่มชนมจีนและน้ำพริก” บ้านบวกเป่า ตำบลหนองแห่ย์ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย มีหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดการดำเนินงาน
2. การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม
3. แนวคิดการมีส่วนร่วม
4. ความหมายและแนวคิดการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ (SWOT)
5. แนวคิดจิตวิทยาการเรียนรู้และการสอนงาน
6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวความคิดการวิจัย

แนวคิดการดำเนินงาน

แนวคิดการบริหารจัดการ

คำว่า การบริหาร (administration) จะใช้ในการบริหารระดับสูง โดยเน้นที่การกำหนดนโยบายที่สำคัญและการกำหนดแผนของผู้บริหารระดับสูงเป็นคำที่นิยมใช้ในการบริหารรัฐกิจ (public administration) หรือใช้ในหน่วยราชการ และคำว่า ผู้บริหาร (administrator) จะหมายถึงผู้บริหารที่ทำงานอยู่ในองค์การของรัฐ หรือองค์การที่ไม่มุ่งหวังกำไร

คำว่า การจัดการ (management) จะเน้นการปฏิบัติการให้เป็นไปตามนโยบาย (แผนที่วางไว้) ซึ่งนิยมใช้ในการจัดการธุรกิจ (business management) ส่วนคำว่า ผู้จัดการ (manager) จะหมายถึง บุคคลในองค์การซึ่งทำหน้าที่รับผิดชอบต่อกิจกรรมในการบริหารทรัพยากรและกิจการงานอื่น ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ขององค์การ

การบริหารจัดการ (Management) หมายถึง กระบวนการของการมุ่งสู่เป้าหมายขององค์การจากการทำงานร่วมกัน โดยใช้บุคคลและทรัพยากรอื่น ๆ หรือเป็นกระบวนการออกแบบ

และรักษาสภาพแวดล้อมที่บุคคลทำงานร่วมกันในกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กระบวนการบริหารจัดการ (Management process) หมายถึง กระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. การวางแผน (planning) เป็นขั้นตอนในการกำหนดวัตถุประสงค์และพิจารณาถึงวิธีการที่ควรปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น ดังนั้นผู้บริหารจึงต้องตัดสินใจว่าบริษัทมีวัตถุประสงค์อะไรในอนาคต และจะต้องดำเนินการอย่างไรเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์นั้น การวางแผนประกอบด้วย

- 1.1 การดำเนินการตรวจสอบตัวเอง เพื่อกำหนดสถานการณ์ในปัจจุบันขององค์กร
- 1.2 การสำรวจสภาพแวดล้อม
- 1.3 การกำหนดวัตถุประสงค์
- 1.4 การพยากรณ์สถานการณ์ในอนาคต
- 1.5 การกำหนดแนวทางปฏิบัติงานและความจำเป็นในการใช้ทรัพยากร
- 1.6 การประเมินแนวทางปฏิบัติงานที่วางไว้
- 1.7 การทบทวนและปรับแผนเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด
- 1.8 การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการวางแผนเป็นไปอย่างทั่วถึง

2. การจัดองค์กร (organizing) เป็นขั้นตอนในการจัดบุคคลและทรัพยากรที่ใช้ในการทำงาน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายในการทำงานนั้น หรือเป็นการจัดแบ่งงานและจัดสรรทรัพยากรสำหรับงาน 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 การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการจัดองค์การเป็นไปอย่างทั่วถึง
- 2.9 การกำหนดความจำเป็นของทรัพยากรมนุษย์
- 2.10 การสรรหาผู้ปฏิบัติงานที่มีศักยภาพ
- 2.11 การคัดเลือกจากบุคคลที่สรรหามา
- 2.12 การฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต่าง ๆ
- 2.13 การทบทวนและปรับปรุงภาพและปริมาณของทรัพยากรมนุษย์เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่ได้เป็นไปตามที่กำหนด
- 2.14 การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการจัดคนเข้าทำงานเป็นไปอย่างทั่วถึง

3. การนำ (leading) เป็นขั้นตอนในการกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้น และชักนำความพยายามของพนักงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการใช้ความพยายามของผู้จัดการที่จะกระตุ้นให้พนักงานมีศักยภาพในการทำงานสูง ดังนั้น การนำ (leading) จะช่วยให้งานบรรลุผลสำเร็จ เสริมสร้างขวัญและกำลังใจผู้ใต้บังคับบัญชา การนำประกอบด้วย

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

4. การควบคุม (controlling) เป็นการติดตามผลการดำเนินงาน และแก้ไขปรับปรุงในสิ่งที่จำเป็น หรือเป็นขั้นตอนของการวัดผลการดำเนินงาน และดำเนินงานการแก้ไขเพื่อให้บรรลุผลที่ต้องการ การควบคุมประกอบด้วย

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

แนวคิดการตลาด

เครื่องมือทางการตลาดที่ต้องนำมาใช้ร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย คือ การสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ได้แก่ แนวคิด ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) การจัดจำหน่าย (place หรือ distribution) และการส่งเสริมการตลาด (promotion) หรือก็คือ 4 P's ของส่วนประสมการตลาดที่จำต้องนำมาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ส่วนประสมทางการตลาดแต่ละด้านมีความหมายและรายละเอียด ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย สินค้า การบริการ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ลักษณะการออกแบบตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ขนาด การรับประกัน ซึ่งผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่า และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้

2. ราคา (price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน หรือสิ่งที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งบางสิ่ง ประกอบด้วย การกำหนดราคาสินค้า การให้ส่วนลด การให้ส่วนลด และระยะเวลาของการชำระเงิน โดยที่การกำหนดราคาควรจะเป็นที่ยอมรับของลูกค้าโดยต้องคำนึงถึงต้นทุนและราคาของคู่แข่ง

3. การจัดจำหน่าย (place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์

ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันตลาด ส่วนกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด (promotion) “เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ” การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

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

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (personal selling) เป็นกิจกรรมแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล ในกรณีนี้ เป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขาย (หรือ) ผู้ผลิต กับลูกค้าที่คาดหวัง

4.3 การส่งเสริมการขาย (sales promotion) เป็นกิจกรรมส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าวซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้หรือการซื้อ โดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง การส่งเสริมการขายอาจกระตุ้นผู้บริโภค เช่น ลด แลก แจก แถม ฯลฯ กระตุ้นคนกลางและพนักงานขาย เช่น การจัดประชุม และการแข่งขันการขาย

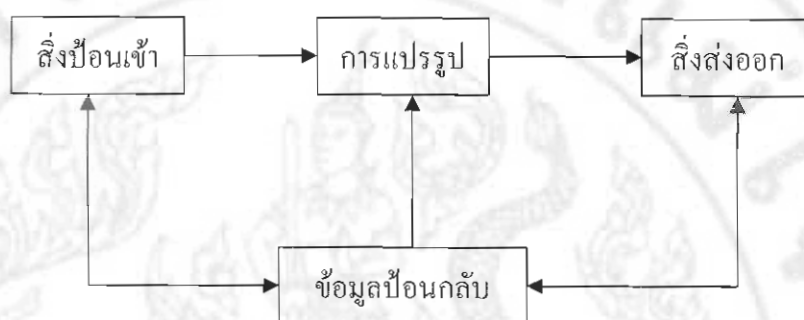
4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (publicity and public relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิด สินค้า หรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน จากองค์การที่ได้รับผลประโยชน์ เช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บุคคล การจัดประชุม สัมมนา แก่สื่อมวลชน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การประชาสัมพันธ์ เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มต่างๆ ได้แก่ ประชาชนทั่วไป ผู้ถือหุ้น หน่วยงานราชการ วิธีการประชาสัมพันธ์ อาจทำได้ เช่น การตีพิมพ์ การให้ข่าวเกี่ยวกับบุคคล ผลิตภัณฑ์ของบริษัท การจัดเหตุการณ์ต่าง ๆ เช่น ประชุม สัมมนา จัดกีฬา หรือเป็นสปอนเซอร์ การให้บริการชุมชน เช่น การบริจาค การสนับสนุนกีฬา การอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

แนวคิดการผลิต

ทฤษฎีด้านการผลิตของ สุปัญญา ไชยชาญ (2540: 2) กล่าวว่าไว้ว่า คำว่า ปฏิบัติการ นั้น พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (2530: 494) ได้อธิบายว่า ถ้าเป็นคำกริยา แปลว่า

ทำงานตามหน้าที่ เพราะฉะนั้น การปฏิบัติการ จึงหมายถึง การทำงานตามหน้าที่นั่นเอง แต่ในเรื่อง การดำเนินธุรกิจแล้วต้องขยายความออกไปอีกว่า การทำงานตามหน้าที่นั้น ต้องเป็นหน้าที่ที่จะต้อง รับผิดชอบในการผลิตสินค้าหรือบริการ ซึ่งองค์กรจะนำไปเสนอขายตามเป้าหมาย

การผลิตสินค้าหรือบริการดังกล่าวนี้ ทำให้การปฏิบัติการในองค์กรเป็นระบบที่มี ลักษณะเฉพาะร่วมกันอยู่อย่างหนึ่ง คือ ต้องแปรรูป (Transform) สิ่งป้อนเข้า (Input) ให้กลายเป็น สิ่งส่งออก (Output) สำหรับนำไปเสนอขายต่อตลาดเป้าหมายต่อไป



ภาพ 2-1 ตัวแบบของกระบวนการการผลิต

ที่มา: สุปัญญา ไชยชาญ (2540: 20)

สิ่งป้อนเข้า หมายถึง ทรัพยากรที่ต้องใช้ในการแปรรูปให้กลายเป็นสิ่งส่งออกซึ่ง โดยทั่วไปจะประกอบด้วย เงินทุน แรงงาน เครื่องจักร ที่ดิน วัตถุดิบ และการจัดการ เป็นต้น

การแปรรูป หมายถึง การทำให้สิ่งป้อนเข้ากลายเป็นสิ่งส่งออก ซึ่งอาจใช้ กระบวนการทางเคมี กระบวนการทางฟิสิกส์ หรือการใช้แรงงานเป็นหลัก สุดแต่ว่าองค์กรนั้น ๆ ผลิตสินค้าหรือบริการ

สิ่งส่งออก หมายถึง สินค้า และหรือบริการตามวัตถุประสงค์ของการปฏิบัติการ ซึ่ง จะต้องให้ได้ลักษณะเฉพาะตรงตามเกณฑ์กำหนด (specification) ด้วยเกณฑ์กำหนดนี้มักจะบังคับ ให้สิ่งส่งออกต้องมีมูลค่าสูงกว่าสิ่งป้อนเข้าบวกต้นทุนในการแปรรูป ซึ่งเขียนเป็นตัวแทน ความสัมพันธ์เชิงคณิตศาสตร์ของสิ่งส่งออก

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

ภาพ 2-2 ตัวแบบความสัมพันธ์เชิงคณิตศาสตร์ของสิ่งส่งออก

ที่มา: สุปัญญา ไชยชาญ (2540:20)

การปฏิบัติการใด ๆ ก็ตามที่ได้ส่งออกเป็นสินค้า การปฏิบัติการนั้น เรียกว่า การปฏิบัติการการผลิต (manufacturing operations) ส่วนการปฏิบัติการใดก็ตามที่ได้ส่งออกเป็นบริการ การปฏิบัติการนั้น เรียกว่า การปฏิบัติการบริการ (service or non manufacturing operations)

สิ่งป้อนเข้าอย่างสำคัญในการปฏิบัติการการผลิตนอกจากจะมีทุน แรงงาน และการบริหารแล้ว ยังมีวัตถุดิบ ซึ่งเป็นสิ่งป้อนเข้าที่มีระดับความเป็นรูปธรรมสูง ทำให้สิ่งส่งออกมีความเป็นรูปธรรมด้วย กรรมวิธีแปรรูปในการปฏิบัติการการผลิตมักอาศัยปฏิกิริยาเคมีหรือฟิสิกส์ เป็นเครื่องมือ 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 โดยการควบคุมการใช้จ่าย และการรับเงินที่เกิดขึ้นจริง คือ ต้องมีการจดบันทึกจัดประเภท และสรุปผล เพื่อให้ทราบผลการดำเนินงานของกิจการ ผลที่ได้จากการบันทึกบัญชีสามารถนำมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิคต่าง ๆ ได้ เช่น อัตราส่วนทางการเงินจะทำให้กิจการทราบปริมาณความสำเร็จของการดำเนินงานที่ผ่านมา โดยผลของความสำเร็จในทางบวกจะถูกนำมาเป็นแบบอย่างของการจัดการการเงินใหม่ต่อไป ส่วนผลในทางลบจะถูกวิเคราะห์สาเหตุ เพื่อหาทางแก้ไขภาวะทางการเงินขององค์กรในปีต่อไปให้ดีขึ้นกว่าปีก่อน

การบัญชีเป็นเรื่องของการจดบันทึกทางการเงินที่กิจการได้ดำเนินการไปในช่วงเวลาที่ผ่านมา ซึ่งจะมีประโยชน์แก่เจ้าของกิจการเอง คือ ทำให้ทราบฐานะการดำเนินงานที่ผ่านมา และสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนทางการเงินสำหรับปีต่อไป นอกจากนี้ ยังใช้เป็นข้อมูลประกอบการขอกู้เงินจากสถาบันการเงินต่าง ๆ ในระบบได้

ถ้าจะให้ความหมายของงานการบัญชีอย่างง่าย ๆ จะได้ว่า งานบัญชี หมายถึง การจดบันทึกการจำแนกประเภท และการสรุปผลข้อมูลทางการเงิน

จากความหมายนี้จะเห็นว่างานการบัญชี แยกได้ 3 งาน คือ การจดบันทึก การจำแนกประเภท และการสรุปผล

ผู้บริหารเงินขนาดย่อมก็ควรจะเรียนรู้การบัญชีและการอ่านงบการเงินให้เป็นเพื่อจะได้สามารถตรวจสอบและประเมินผลพนักงานการบัญชี รวมทั้งใช้ประโยชน์จากงบการเงินของกิจการตนเองได้

ส่วนกิจการขนาดย่อมที่จัดตั้งในรูปเจ้าของคนเดียวซึ่งเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ไม่ใช่รูปนิติบุคคลประเภทบริษัท หรือห้างหุ้นส่วน ซึ่งไม่ต้องจัดการงานบัญชีดังเช่นขั้นตอนที่กล่าวมาแล้ว ก็ควรทำบัญชีเพื่อบันทึกรายละเอียดข้อมูลทางการเงินไว้สำหรับเตือนความทรงจำ และควรเก็บหลักฐานต่าง ๆ ทางการเงินไว้เป็นแฟ้มเรียงลำดับตามวันที่ เพื่อประโยชน์ในการค้นหาขนาดหลักฐานสำคัญต่าง ๆ พวกสินทรัพย์หนี้สิน ควรแยกกันไว้เป็นแฟ้ม แยกแฟ้มกัน เขียนหน้าแฟ้มให้ชัดเจน และควรบันทึกรายละเอียดให้ถูกต้องตลอดเวลา เมื่อมีรายการเพิ่มหรือลดยอด ส่วนรายการประจำวัน ได้แก่ เงินสดรับ เงินสดจ่าย รายได้ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ก็ควรมีสุมุดบันทึก เพื่อไว้ทบทวนความจำ การบันทึกไม่มีหลักเกณฑ์อะไร เป็นการบันทึกเหมือนการเขียนข้อความทั่ว ๆ ไป จัดเป็นการทำบัญชีแบบง่าย ๆ เรียกว่า ระบบการบัญชีเดี่ยว (single entry system) ซึ่งจะช่วยประมาณการฐานะทางการเงินของกิจการได้คร่าว ๆ และช่วยให้ผู้บริหารกิจการทราบฐานะ และทิศทางของกิจการของตนเองได้พอสมควร

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ของ สิทธิณัฐ ประพุทธนิตสาร (สิทธิณัฐ ประพุทธนิตสาร, 2545: 20-54) ซึ่งได้กล่าวถึง ความหมาย การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม คือ กระบวนการที่ผู้คนจำนวนหนึ่งในองค์กรหรือชุมชน เข้ามาร่วมศึกษาปัญหาโดยกระทำร่วมกันกับนักวิจัย ผ่านกระบวนการวิจัยตั้งแต่ต้นจนกระทั่งเสร็จสิ้นการเสนอผลและการอภิปรายผลการวิจัย เป็นการเริ่มต้นของผู้คนที่อยู่กับปัญหา (problems people) ค้นหาปัญหาที่ตนเองมีอยู่ร่วมกันกับนักวิชาการจึงเป็นกระบวนการที่ผู้คนในองค์กรหรือชุมชนมิใช่ผู้ถูกกระทำ แต่เป็นผู้กระทำการที่มีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้นและมีอำนาจร่วมกันในการวิจัย

นอกจากนี้ สตีฟธันฐ ประพุทธนิติสาร ยังได้อ้าง Britha Mikkelsen ในแง่ของการพัฒนาได้ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาแบบเดิมมีปัญหามากมาย จำเป็นต้องปรับวิธีคิดและวิธีปฏิบัติเป็น การพัฒนาแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้ผลของการพัฒนาใกล้เคียงกับสถานการณ์ที่สุด และจะ ก่อให้เกิดการพัฒนาแบบยั่งยืนทำให้การก่อรูปของการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมเกิดมาจาก 2 แนวคิด คือ (1) การเข้ามามีส่วนร่วมของผู้คนในท้องถิ่น (local people) ในการเลือก การออกแบบ การ วางแผน และการสนับสนุนโครงการที่จะมีผลกระทบต่อชุมชน โดยต้องมีความมั่นใจว่าการรับรู้ ของท้องถิ่น ทักษะ คติ คุณค่า และองค์ความรู้ เป็นสิ่งที่นำมาใช้และเป็นไปได้ และ (2) การทำ ความเข้าใจความต่อเนื่องของผลสะท้อน (feedback) ในการบูรณาการกิจกรรมการพัฒนาตามวิธีคิด แบบนี้ หลักการและองค์ประกอบที่สำคัญของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

ประการแรก การมีส่วนร่วม (participation) ของประชาชนเป็นหัวใจสำคัญของทั้ง การพัฒนาและการแสวงหาองค์ความรู้ ตั้งแต่การคิด การวางแผน การปฏิบัติตามแผน การ ประเมินผล และการได้ประโยชน์

ประการที่สอง การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จำเป็นต้องมีการกระทำ เป็น องค์ประกอบที่สำคัญและตรงนี้จึงแตกต่างกับการวิจัยทั่วไปที่สร้างองค์ความรู้ก่อนการ กระทำที่หลัง หรือการกระทำไม่ใช่หน้าที่ของนักวิจัย และทำนองเดียวกันก็แตกต่างจากการพัฒนา ที่มีการกระทำโดยใช้ความรู้ที่พร้อมแล้วไปช่วย การกิจสำคัญของนักพัฒนาคือ ต้องทำให้ได้ความรู้ ที่พร้อมแล้วแต่จะมีปัญหาใช้ได้หรือไม่ มากน้อยเพียงใดนั้น เป็นหน้าที่ของนักวิจัย ความรู้ที่เกิด จากประสบการณ์ในกระบวนการปฏิบัติงานซึ่งก็เป็นองค์ความรู้อีกประเภทหนึ่ง ก็ไม่ใช่หน้าที่ของ นักพัฒนาอีกเช่นกัน เป็นหน้าที่ของนักวิจัยที่จะไปรวบรวมสร้างขึ้นมา ทำให้นักพัฒนาก็มุ่ง ไปแต่ ภาวปฏิบัติในการพัฒนา นักวิจัยก็มุ่งแต่จะสร้างองค์ความรู้ทางทฤษฎี PAR ให้มีความสำคัญกับ กระบวนการ หรือตามที่เรียกกันทั่วไปว่า ถอดประสบการณ์ ซึ่งในตัวของมันเองก็เป็นองค์ความรู้ อีกประเภทหนึ่งที่สำคัญมากเช่นกัน ถ้ามองของการใช้วิธีการคือ ต้องการสร้างศักยภาพให้กับคน ที่อยู่กับปัญหาในชุมชน

ประการที่สาม เป็นเรื่องของกระบวนการเรียนรู้ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ เป็นกระบวนการเรียนรู้จากการทบทวนวรรณกรรม พอจะสังเคราะห์ได้ว่าเป็นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของนักวิชาการ นักพัฒนา และชาวบ้าน ผ่าน การวิเคราะห์ปัญหา การวางแผน การปฏิบัติการ และการติดตามผล ตรงนี้ไม่น่าจะมีปัญหาในเชิง หลักการ แต่สิ่งที่ไม่ชัดเจนที่ยังมีอยู่ 2 จุด คือ จุดแรก จะเริ่มกระบวนการอย่างไร จะดำเนิน กระบวนการอย่างไร จะเชื่อมโยงความรู้ที่ก่อตัวออกมในแต่ละจังหวะของกระบวนการไปสู่การ

ปฏิบัติอย่างไร และย้อนกลับอย่างไรในเชิงรูปธรรมซึ่งจะต้องลงลึกต่อไป และจุดที่ 2 ซึ่งยังไม่มี การแยกแยะทำความเข้าใจให้ถ่องแท้คือ ตัวองค์ความรู้ กับ ชีตความสามารถในการเรียนรู้และ แก้ปัญหาของผู้อยู่กับปัญหา

การพัฒนาชุมชนด้วยกระบวนการ A-I-C มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอน A (Appreciation) ขั้นตอนการสร้างความรู้ความเข้าใจสภาพของหมู่บ้าน และการสร้างภาพหมู่บ้านพัฒนา ซึ่งเป็นการสร้างการรับรู้ การเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนข้อมูล ข้อเท็จจริง มุมมองความเห็นจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล โดยเน้นการยอมรับและความเข้าใจ บุคคลต่าง ๆ ที่อยู่ในกลุ่มเปิดโอกาสให้ทุกคนแสดงความคิดเห็นและรับฟังอย่างเท่าเทียมกันเป็น ประชาธิปไตย จุดเด่นของขั้นตอนนี้คือการสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตร เปิดโอกาสให้แสดงความ คิดเห็นโดยไม่มีการวิพากษ์วิจารณ์ มีการค้นหาศักยภาพของชุมชน และมีการมองถึงการพัฒนาใน ทางบวกมากกว่าการค้นหาปัญหานั้นให้ผู้แทนกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ในหมู่บ้าน มีโอกาสให้ ข้อคิดหลักการ และเหตุผลที่นำไปสู่เป้าหมายของหมู่บ้านพัฒนาที่พึงประสงค์ในอนาคต ซึ่งเป็น การวางแผนทางการพัฒนาที่เน้นความสำเร็จ โดยอาศัยจินตนาการ ผลสัมฤทธิ์ของขั้นตอนนี้คือ การสร้างวิสัยทัศน์ร่วมในการพัฒนาหมู่บ้าน ให้เป็นหมู่บ้านพึงประสงค์ในอนาคตที่ทุกคนสร้าง ผืนร่วมกัน (shared vision) ดังนั้น การระดมความคิดในช่วง Appreciation สามารถแบ่งการประชุม เชิงปฏิบัติการออกเป็นสองภาค คือ ภาคแรก เป็นการวิเคราะห์สภาพของชุมชน/หมู่บ้าน ภาคสอง เป็นการสร้างภาพหมู่บ้านที่พึงปรารถนา เป็นการสร้างจากจินตนาการ

ขั้นตอน I (Influence) ขั้นตอนการสร้างแนวทางพัฒนาหมู่บ้าน คือ การนำความคิด และพลังสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในตัวของแต่ละคนมาช่วยกันกำหนดวิธีการ โครงการ หรือกิจกรรมใน การพัฒนาที่จะช่วยให้บรรลุวิสัยทัศน์ร่วมของหมู่บ้าน ซึ่งหมายถึงภาพของหมู่บ้าน ชุมชนที่พึง ประสงค์หรือจินตนาการไว้ในอนาคต ซึ่งการระดมความคิดในขั้นตอนนี้จะต่อเนื่องจากขั้นตอน A ซึ่งได้มองภาพของชุมชนที่พึงปรารถนาโดยสมาชิกทุกคนร่วมกันคิดวิธีการที่จะบรรลุเป้าหมายที่ เป็นความสำเร็จ การระดมความคิดในขั้นตอนนี้ เปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนได้แสดงความคิดเห็น และกำหนดวิธีการที่จะนำไปสู่ความสำเร็จตามที่ทุกคนคิดอย่างมีส่วนร่วม ในการกำหนดโครงการ และกิจกรรมนี้ เน้นการวิเคราะห์พิจารณา ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการหรือกิจกรรมจำเป็นต้องหา ข้อมูลมาสนับสนุน โดยสมาชิกผู้เข้าร่วมประชุมจะร่วมกันคิดวิเคราะห์ร่วมกันว่าโครงการหรือ กิจกรรมใดบ้างที่มีความเหมาะสม และโครงการหรือกิจกรรมเป็นที่ยอมรับของสมาชิกผู้เข้าร่วม ประชุม และผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชนมากที่สุด โดยวิธีการจะแบ่งได้สองภาคคือ (1) การคิดค้นวิธีการ โครงการหรือกิจกรรมในการพัฒนาหมู่บ้าน (2) การคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญของโครงการ หรือกิจกรรม

ขั้นตอน C (Control) ขั้นตอนในการกำหนดแนวทางในการปฏิบัติ เป็นขั้นตอนที่ต่อเนื่องจากขั้นตอน I โดยนำเอาวิธีการ โครงการหรือกิจกรรมที่ได้ตกลงเป็นที่ยอมรับร่วมกันมา กำหนดเป็นแผนปฏิบัติอย่างละเอียดว่าโครงการหรือกิจกรรมนั้นจะดำเนินการอย่างไร มีหลักการ และเหตุผลอย่างไร มีวิธีการอย่างไรเพื่อที่จะให้สำเร็จตามเป้าหมาย ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจะ ดำเนินที่ไหน เมื่อไหร่ มีเป้าหมายอย่างไร และชุมชนจะได้รับผลประโยชน์อย่างไร การระดม ความคิดขั้นตอนนี้สมาชิกผู้ร่วมประชุมหรือชาวบ้านที่เป็นผู้เกี่ยวข้องโดยตรงที่จะดำเนินงานในการ พัฒนาหมู่บ้านจะเป็นผู้ร่วมกำหนดวางแผนทั้งหมด เป็นการสร้างข้อผูกพันเพื่อให้กลุ่มผู้ร่วม ประชุมและเกี่ยวข้องเกิดการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมอันนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่วางไว้โดยเป็น ความคิดที่มาจากคนในชุมชน และการควบคุม (Control) ของชุมชน

สิทธิรัฐ ประพทนิติสาร (2545: 95-97) ได้กล่าวถึงหลักและขั้นตอนของการศึกษา วิเคราะห์ชุมชนอย่างมีส่วนร่วม ได้ดังนี้

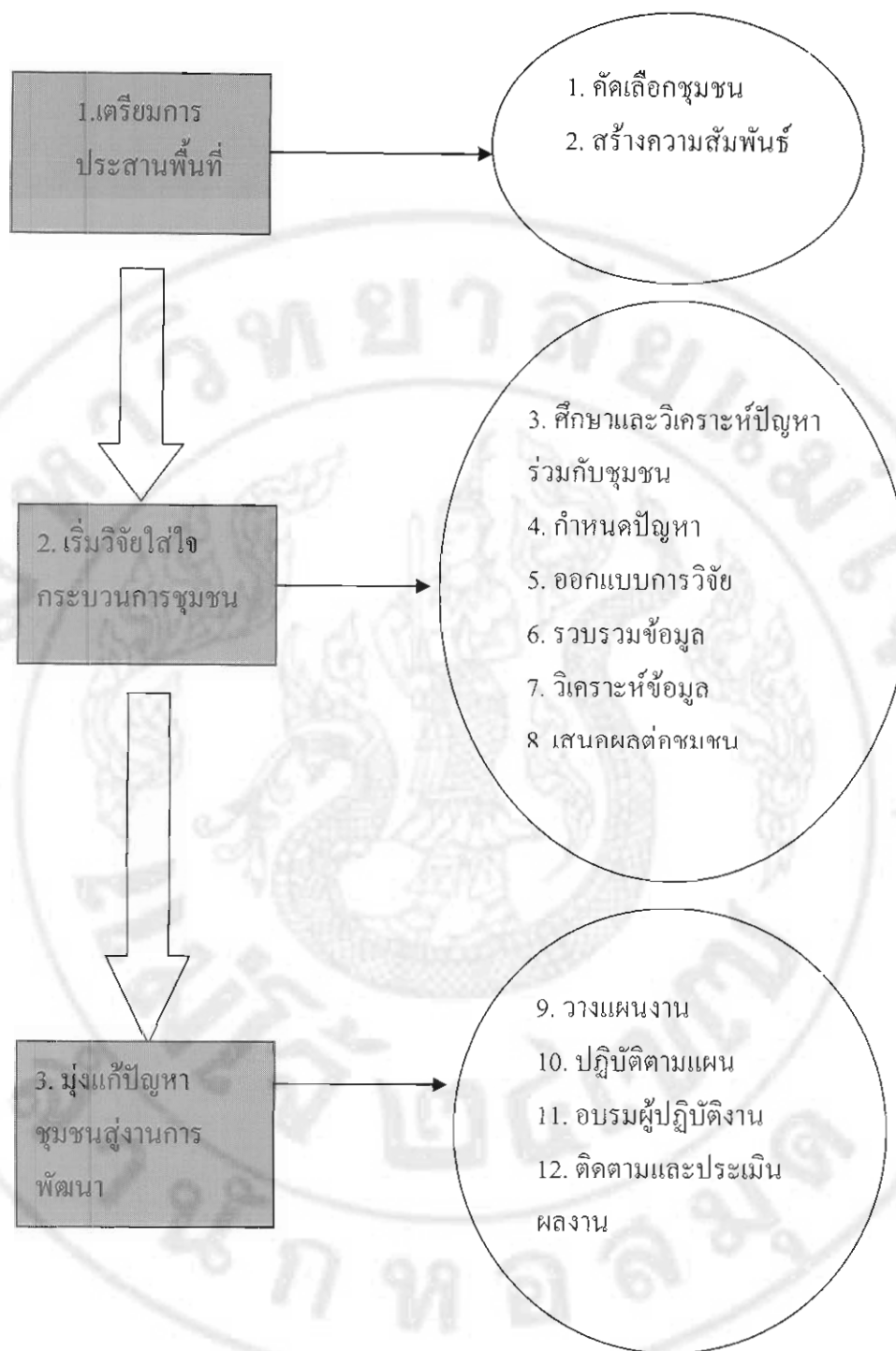
1. การเรียนรู้จากชาวบ้าน ถือว่าชาวบ้านเป็นครูเรียนรู้จากชาวบ้านโดยตรงเกี่ยวกับ สภาพทางกายภาพ ความรู้ด้านเทคนิคและสังคม
2. การเรียนรู้ไม่ยึดรูปแบบตายตัว แต่ปรับให้เข้ากับกระบวนการเรียนรู้ที่กำลัง ดำเนินอยู่
3. ไม่ใช่ตัวเองเป็นเกณฑ์เพื่อลดความผิดพลาดในการเรียนรู้
4. จัดความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายกับประโยชน์ที่ได้จากการเรียนรู้ ไม่ทำอะไรเกิน ความจำเป็น
5. การตรวจสอบความถูกต้อง โดยใช้สิ่งอื่น ๆ ประกอบกันเช่น วิธีการหาข้อมูล ประเภทของข้อมูล ผู้วิจัย สาขาวิชา เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง
6. แสวงหาความแตกต่างหลากหลายมากกว่าการหาค่าเฉลี่ย
7. กระตุ้นให้ชาวบ้านเป็นผู้ทำการศึกษา เป็นกระบวนการที่ชาวบ้านได้เรียนรู้ เรื่องราวที่ทำการศึกษาและมีความรู้สึกเป็นเจ้าของความรู้หรือสิ่งที่ชาวบ้านค้นพบ
8. การแลกเปลี่ยนข้อมูลและแนวคิด ระหว่างชาวบ้านด้วยกันเองและระหว่าง ชาวบ้านกับผู้วิจัยควรมีการแลกเปลี่ยนระหว่างหน่วยงานในเรื่องการอบรมพื้นที่สนามและ ประสบการณ์

ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ชุมชนอย่างมีส่วนร่วม

1. กำหนดประเด็นที่ต้องการศึกษา ผู้วิจัยต้องกำหนดประเด็นปัญหาที่ต้องการศึกษาไว้ก่อนการทำกิจกรรม เพื่อเป็นแนวทางในการตั้งคำถาม ขณะที่ทำกิจกรรมกับกลุ่มเป้าหมาย
2. ปฏิบัติกิจกรรม ควรต้องมีการสร้างความคุ้นเคยโดยวิธีการแนะนำตนเองหรือวิธีการอื่น ๆ ตามความเหมาะสม และชักชวนให้เข้าร่วมกิจกรรม
3. การตรวจสอบข้อมูล สามารถทำได้ทันทีขณะที่กิจกรรมดำเนินอยู่ เพราะในกระบวนการของวิธีนี้ ผู้ให้ข้อมูลจะแสดงความคิดเห็นต่อข้อมูลที่เพื่อนในกลุ่มให้ข้อมูลอยู่ตลอดเวลา ในกรณีที่ผู้ให้ข้อมูลไม่ตรงกันจึงเป็นการตรวจสอบข้อมูลในกลุ่มของผู้ให้ข้อมูลเอง
4. ประเด็นที่ศึกษา ควรเริ่มจากประเด็นที่เป็นรูปธรรม แล้วค่อยเปลี่ยนประเด็นไปเรื่อย ๆ
5. พยายามส่งเสริมให้ชาวบ้านที่มาร่วมกิจกรรมได้อภิปราย ถกเถียง หรือแก้ไขข้อมูลอยู่เรื่อย ๆ เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลอีกวิธีหนึ่ง

ในขณะที่หนังสือชุดวิชาการวิจัยชุมชนอ้างอิงใน อมรวิรัช นาครทรรพ และคณะได้กล่าวถึงขั้นตอน การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมไว้ดังนี้ (ชุดวิชาการวิจัยชุมชน, 2545: 248)

การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ประชาชน หรือสมาชิกของชุมชนกับผู้วิจัย ได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประเมินปัญหาความต้องการของชุมชน ร่วมกันวิเคราะห์และศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหา การสำรวจทรัพยากรทั้งภายในและภายนอกชุมชน เพื่อวางแผนในการแก้ปัญหา ดำเนินการ และประเมินผลในขั้นสุดท้าย โดยกระบวนการนี้ สมาชิกของชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจโดยตลอด ดังนั้นขั้นตอนของการดำเนินงานของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม สามารถสรุปเป็นแผนภาพดังแสดงในภาพ 2-3

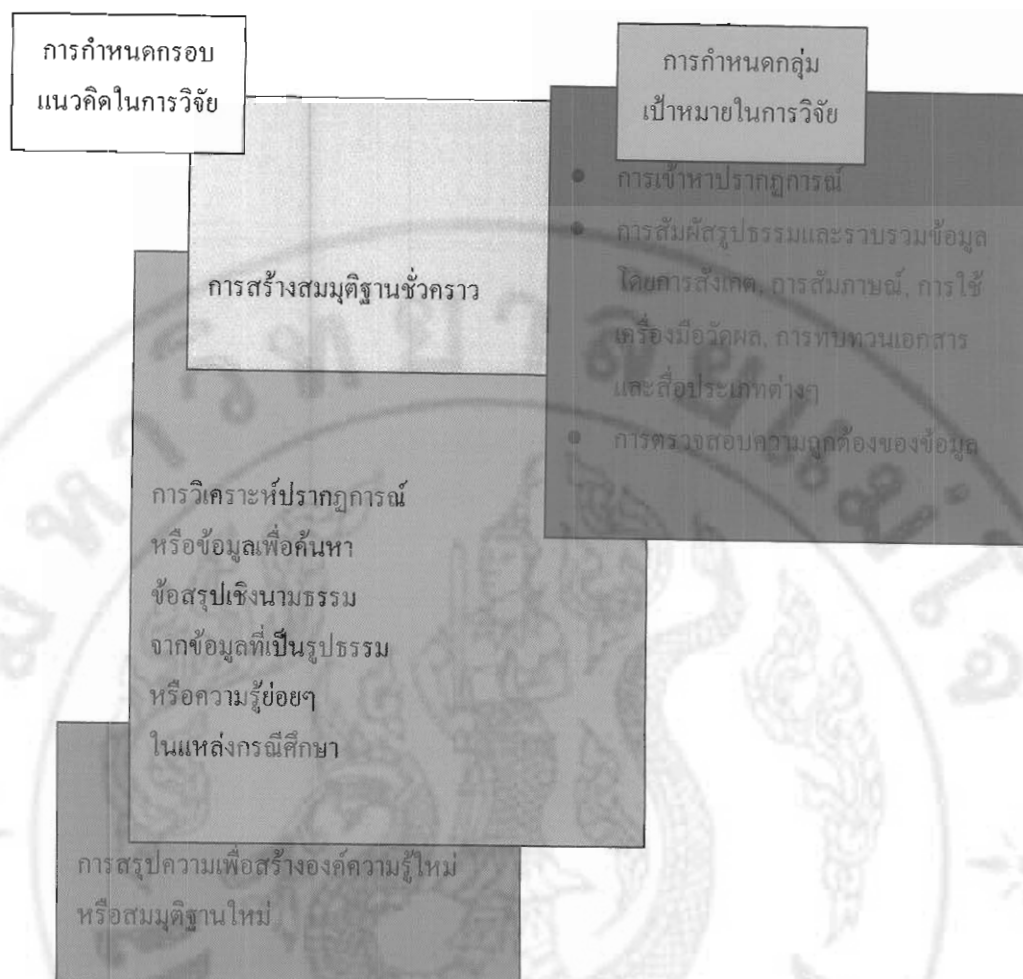


ภาพ 2-3 ขั้นตอนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม

ที่มา: สำนักงานมาตรฐานการศึกษา (2545: 249)

การวิจัยเชิงคุณภาพ

จริยา เสดบุตร (2548: 1-10) ได้กล่าวถึงวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพไว้ดังนี้ วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการดำเนินงานในสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ โดยมีบุคคลที่ทำการวิจัยเป็นเครื่องมือสำคัญในการรวบรวมข้อมูล การดำเนินงานในลักษณะเช่นนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์ทางการศึกษาที่เกิดขึ้นและดำเนินไปตามสภาพความเป็นจริง และสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ จากการรวบรวมหลักฐานและข้อมูลที่ได้จากแหล่งที่ทำการศึกษา ฉะนั้นกระบวนการดำเนินงานส่วนใหญ่จะไม่มีทฤษฎีหรือสมมุติฐานเกี่ยวกับประเด็นที่ทำการศึกษาวางไว้เป็นกรอบอย่างแน่ชัด แต่จะมีการรวบรวมความรู้ที่เป็นพื้นฐานในการศึกษาก่อน เพื่อวางกรอบแนวคิดในการดำเนินงานอย่างหลวม ๆ หรือถ้าหากจะตั้งสมมุติฐานไว้ก่อนก็จะเป็นไปในลักษณะสมมุติฐานชั่วคราว (tentative hypothesis) หรือสมมุติฐานเชิงปฏิบัติ (working hypothesis) ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนได้เมื่อเข้าสู่สนามวิจัยและมีข้อมูลเพิ่มขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นจริงในการสร้างองค์ความรู้จากการวิจัยในสภาพธรรมชาตินั้น นักวิจัยจำเป็นต้องศึกษาปรากฏการณ์อย่างลุ่มลึก คลุกคลีกับสถานการณ์และกับบุคคลที่ทำการศึกษาแบบตัวต่อตัวให้มีความสำคัญกับสภาพแวดล้อม และข้อมูลภาคสนามโดยที่ไม่มีการควบคุมตัวแปรหรือกำหนดมิติของปรากฏการณ์ไว้อย่างตายตัว รวมทั้งต้องมองปรากฏการณ์เป็นภาพรวม (holistic viewpoint) จากหลายแง่มุมลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพเช่นนี้ นักวิชาการบางกลุ่มก็เรียกชื่อว่า การวิจัยที่มีฐานปฏิบัติการในภาคสนาม (field-based research)



ภาพ 2-4 ขั้นตอนของกระบวนการดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพ
ที่มา: จริยา เสดบุตร (2548: 1-10)

แนวคิดการมีส่วนร่วม

ความหมายของการมีส่วนร่วม

เสนห์ จามริก (2537: 31) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริงนั้นคือ การที่ประชาชนมีโอกาสอย่างมีอิสระ ปราศจากการแทรกแซง ครอบงำ บังคับ ให้ได้พัฒนาขีดความสามารถของตนในการจัดแจงใช้ควบคุม ระดมทรัพยากรและปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ประโยชน์เพื่อการดำรงชีพตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกของสังคม เป็นการพัฒนาระบวนการเรียนรู้และภูมิปัญญา ซึ่ง

แสดงออกในรูปของการตัดสินใจที่จะกำหนดวิถีชีวิตของตนอย่างเชื่อมั่น เพื่อเป้าหมายแห่งการพึ่งตนเองได้ในที่สุด

ม.ร.ว. อคิน รพีพัฒน์ (2538: 320) ระบุว่า เป็นการให้ประชาชนเป็นผู้ตัดสินใจปัญหาเป็นผู้ที่ทำทุกอย่างซึ่งไม่ใช่การกำหนดจากภายนอกแล้วให้ประชาชนเข้ามาร่วมในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หากแต่ทุกอย่างจะต้องเป็นเรื่องของประชาชนที่จะคิดขึ้นมา

ไพรัตน์ เดชะรินทร์ (2527: 6) ได้ให้คำอธิบายไว้ หมายถึง กระบวนการที่รัฐบาลทำการส่งเสริม ชักนำ สนับสนุน และสร้างโอกาสให้ประชาชนในชุมชนทั้งในส่วนบุคคล กลุ่มคน ชุมชน สมาคม มูลนิธิ และองค์กรอาสาสมัครต่าง ๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานในเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่องร่วมกัน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์และนโยบายการพัฒนาที่กำหนดไว้

นอกจากนี้ บัณฑิต อ่อนคำ (2536) ได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมไว้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง ลำดับความสำคัญของปัญหา ร่วมดำเนินการแก้ปัญหาของตนเอง เน้นการมีส่วนเกี่ยวข้องอย่างแข็งแกร่งของประชาชน ให้ความสำคัญสร้างสรรค์และความชำนาญของประชาชนแก้ปัญหาร่วมกัน การใช้วิทยาการที่เหมาะสมและการสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2533: 17-18) ได้กล่าวถึงหลักการดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายในการพัฒนาคุณภาพของประชานั้น เป็นที่ยอมรับว่าการดำเนินงานแบบช่วยให้เกิดความคิดเป็นวิธีที่ได้ผล

หลักการดำเนินงานแบบช่วยให้เกิดความคิดนั้น จะต้องให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งถือเสมือนสื่อ หรือเป็นแบบฝึกหัดในการพัฒนาคนให้มีการใช้ความคิด ตัดสินใจ วางแผน และดำเนินการเองอยู่เสมอ นอกจากการใช้หลักการดำเนินงานแบบช่วยให้เกิดความคิดแล้วจะต้องมีหลักการอื่นอีกหลายประการที่ต้องใช้ควบคู่กันไปเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติยิ่งขึ้น เช่น

1. หลักการช่วยตนเอง สนับสนุนให้ประชาชนมีการช่วยเหลือตนเอง โดย
 - 1.1 เริ่มจากภาวะการณ์ที่เป็นอยู่ของประชาชน
 - 1.2 เริ่มจากสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ และจากง่ายไปหายาก
 - 1.3 ไม่รับแรงหาโครงการ แต่ค่อยหาค่อยไป
 - 1.4 พยายามใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้มากที่สุด

2. หลักการให้ประชาชนมีส่วนร่วม กิจกรรมทุกกิจกรรมจะต้องให้ประชาชนได้มีโอกาสคิด ตัดสินใจ วางแผน และดำเนินการด้วยตนเอง หรือตัดสินใจครั้งสุดท้ายต้องเป็นของประชาชน และประชาชนที่เข้าร่วมนั้นจะต้องไม่มีการแบ่งแยก จะเลือกที่รักมักที่ชังไม่ได้

3. หลักประชาธิปไตยในการดำเนินงาน
4. หลักการใช้ประโยชน์จากผู้นำท้องถิ่น
5. หลักความเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่น
6. หลักประเมิณผล มีการประเมินผลตลอดเวลา

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง (2526: 11-13) และ ม.ร.ว. อคิน รพีพัฒน์ (2527: 101) ที่ได้ให้ความเห็นคล้ายคลึงกับ วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2531: 20) ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างแท้จริงควรมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 มีส่วนร่วมในการศึกษาและวิเคราะห์ชุมชนเพื่อนำไปสู่การค้นหาปัญหาและความต้องการแท้จริง (real need) ของชุมชน ตลอดจนการจัดระดับความสำคัญของปัญหาและการคัดเลือกปัญหาที่จะแก้ไขตามลำดับก่อนหลัง

ขั้นตอนที่ 2 มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา เพื่อทราบสาเหตุที่แท้จริงของปัญหานั้น ๆ

ขั้นตอนที่ 3 มีส่วนร่วมในการเลือกวิธีและวางแผนในการแก้ปัญหา การแก้ปัญหาแต่ละอย่างอาจมีมากกว่าหนึ่งวิธี แต่ละวิธีอาจมีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกัน หลังจากทราบข้อดีข้อเสียแล้ว ควรปล่อยให้ชาวบ้านเป็นฝ่ายตัดสินใจว่าจะเลือกวิธีใด

ขั้นตอนที่ 4 มีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามแผน การร่วมลงทุนและลงแรงหรือมีบทบาทหน้าที่อย่างใดอย่างหนึ่ง จะทำให้ชาวบ้านรับรู้จักคิดถึงต้นทุนและผลได้ต่าง ๆ และมีความสนใจระมัดระวังผลประโยชน์ มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ

ขั้นตอนที่ 5 มีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลเพื่อจะได้ทราบถึงความก้าวหน้าและสัมฤทธิ์ผลของการดำเนินกิจกรรมด้านต่าง ๆ

ประโยชน์ของการมีส่วนร่วม

ยงยุทธ บุราสิทธิ์ (2533: 71) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการมีส่วนร่วมที่เกิดกับชุมชนว่า การเข้ามามีส่วนร่วมจะช่วยให้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านดีขึ้น และเสริมสร้างความสามัคคีในหมู่บ้านมากขึ้น ซึ่งเมื่อไรที่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานพัฒนาชุมชนอย่างแท้จริง ย่อมส่งผลต่อความเจริญของหมู่บ้านและของประเทศโดยรวม

สำหรับ บัณฑิต อ่อนด้า (2536: 67) ได้มีสมมุติฐานว่า ถ้าประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ แล้ว ประชาชนย่อมยินดีให้ความร่วมมือหรือมีพันธกรณี (commitment) ในเรื่องนั้น ๆ จะมีผลทำให้กิจกรรมนั้น ๆ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

นอกจากนี้ยังสรุปความสำคัญและประโยชน์ของการมีส่วนร่วมไว้ว่า

1. การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นการให้ความสำคัญแก่การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านคุณภาพ
2. การมีส่วนร่วมของประชาชนทำให้ได้รับรู้ข้อเท็จจริง และความคิดเห็นจากประชาชนในระดับท้องถิ่นโดยตรง ซึ่งนับว่าเป็นประโยชน์และจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนา
3. การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับโอกาส และใช้โอกาสที่ได้รับเข้ามามีส่วนร่วม ตั้งแต่การค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน ร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงาน และร่วมในการติดตามและประเมินผล ซึ่งการเข้าร่วมจะต้องเป็นการเข้าร่วมอย่างมีสำนึก รับผิดชอบ และมีบทบาทเต็มที่ ไม่ใช่เป็นเพียงถูกกำหนดให้

ความหมายและแนวคิด

การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ

ในชุดวิชาการวิจัยชุมชนได้กล่าวถึงความหมายของ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ (SWOT) ไว้ดังนี้ (สำนักงานมาตรฐานการศึกษา, 2545: 139)

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 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ

ในทศวิชาการวิจัยชุมชนได้กล่าวถึงการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ ไว้ดังนี้ (สำนักงานมาตรฐานการศึกษา, 2545: 140)

การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ (SWOT) มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกดังนี้

1. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในหน่วยงาน ซึ่งมีมาตรการ หรือตัวแปรที่สำคัญในการวิเคราะห์ กล่าวคือ

- 1.1 สภาพแวดล้อมภายในหน่วยงาน
 - ด้านทรัพยากร ได้แก่ บุคลากร องค์กรประชาชน งบประมาณ
 - วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ เทคโนโลยี
 - ด้านโครงสร้างนโยบาย ระบบการทำงาน บทบาทหน้าที่
 - ด้านระเบียบข้อกฎหมาย
 - ด้านการสนับสนุนจากภายนอก
- 1.2 ศักยภาพในหน่วยงาน ได้แก่
 - จุดแข็งของหน่วยงาน
 - จุดอ่อนของหน่วยงาน

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อหน่วยงาน มีตัวแปรที่สำคัญในการวิเคราะห์กล่าวคือ

- 2.1 สภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่
 - ด้านสังคม
 - ด้านการเมืองการปกครอง
 - ด้านเศรษฐกิจ
 - ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และเครือข่าย
- 2.2 ผลกระทบต่อหน่วยงาน ได้แก่
 - ด้านเชิงบวก ซึ่งเป็นผู้ทางหรือโอกาสของหน่วยงาน
 - ด้านเชิงลบ ซึ่งเป็นอุปสรรคหรืออันตรายของหน่วยงาน

คุณลักษณะ 7 ประการ ของกระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ

นันทิยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร ได้กล่าวว่า กระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ เป็นเครื่องมือที่มีศักยภาพในการสร้างกลยุทธ์สำหรับองค์กรธุรกิจชุมชนโดยพบคุณลักษณะ 7 ประการของกระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ ดังนี้ (นันทิยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร, 2545: 9-15)

1. การมีส่วนร่วมทุกระดับ ผู้นำหลักเป็นผู้ที่มีอิทธิพลและมีส่วนร่วมสูงสุดในการกำหนดกลยุทธ์ของกลุ่ม ผู้นำหลักจะเป็นผู้คิดริเริ่มค้นหาปัจจัย ตัดสินใจ ตลอดจนสามารถเสนอกลยุทธ์ทางเลือกให้ ผู้นำหลักขององค์กรจะเป็นบุคคลสำคัญที่สุดในการพัฒนากลยุทธ์และการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติส่วนผู้นำระดับรองมีส่วนร่วมระดับกลาง มักเป็นฝ่ายฟังอภิปรายบางจุดที่ตนไม่เห็นด้วย ไม่ใคร่มีความคิดริเริ่ม แต่ร่วมการตัดสินใจและเข้าร่วมตลอดกระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ กระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ ยังเอื้อให้สมาชิกได้ซักถาม เสนอแนะ และมีส่วนร่วมจัดลำดับความสำคัญของกลยุทธ์ ซึ่งโดยปกติแล้วสมาชิกจะไม่มีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินการของกลุ่ม การมีส่วนร่วมดังกล่าวทำให้สมาชิกทราบถึงทิศทางและแผนงานของกลุ่มจึงสรุปได้ว่า กระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ เอื้ออำนวยให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้นำและสมาชิกในการวางแผนกลยุทธ์ คุณค่าของ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ อยู่ที่ตัวกระบวนการซึ่งอำนวยให้เกิดการมีส่วนร่วมจากบุคคลทุกระดับขององค์กร

2. กระบวนการเรียนรู้ กระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ เป็นเวทีการเรียนรู้ระหว่างผู้นำระดับต่างๆ 3 ลักษณะ คือ 1) ผู้นำหลักสามารถถ่ายทอดข้อมูลสู่ผู้นำระดับกลาง 2) ผู้นำระดับกลางได้เรียนรู้ประสบการณ์จากผู้นำหลัก และ 3) ผู้นำทุกระดับได้เรียนรู้ซึ่งกันและกัน

กระบวนการเรียนรู้เกิดจากการที่ผู้เข้าร่วม ต้องคิดอย่างจริงจังต้องเสนอความคิดของตนต่อกลุ่ม ต้องอภิปรายโต้แย้ง แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และที่สำคัญต้องตัดสินใจเลือกทิศทางและกลยุทธ์ของกลุ่มจากขั้นตอนแต่ละขั้นตอนของกระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ เอื้อให้ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้เรื่องหลัก 2 เรื่อง คือ 1) ผู้เข้าร่วมเรียนรู้ของกลุ่มของตนได้กระจ่างขึ้น 2) กระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ ยังเป็นเวทีการเรียนรู้เรื่องการวางแผนแบบทีมและเป็นระบบ ซึ่งเป็นเรื่องใหม่สำหรับ

ผู้เข้าร่วม แต่จากการเข้าร่วมการปฏิบัติจริงทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเรียนรู้วิธีการวางแผน และเมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการผู้เข้าร่วมจะได้แผนกลยุทธ์ที่มาจากโครงสร้างของเขาเอง

3. การใช้เหตุผล กระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ เป็นกระบวนการที่เป็นระบบซึ่งเอื้อให้เกิดการใช้เหตุผลในการคิดและตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ ในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการ ผู้เข้าร่วมต้องใช้ความคิดและอภิปรายถึงเหตุผลต่าง ๆ ในการตัดสินใจ ซึ่งทำให้เกิดความรอบคอบในการกำหนดกลยุทธ์ หลายครั้งที่กลุ่มมีการโต้แย้ง อภิปราย และแบ่งเป็นฝ่ายสนับสนุนฝ่ายค้าน กระทั่งต้องใช้คะแนนเสียงเป็นตัวชี้ขาดการเลือกข้อสรุปหนึ่ง ๆ กระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ จึงเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เหตุผลในการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์

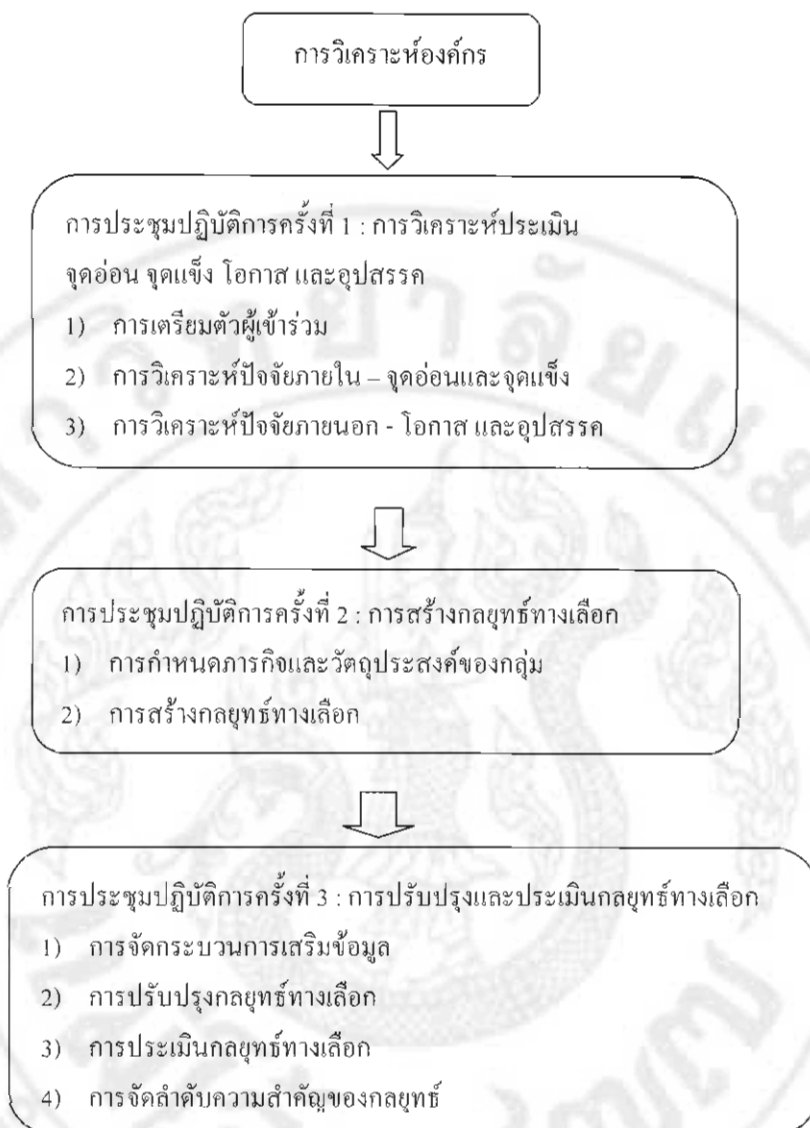
4. การใช้ข้อมูล การใช้ข้อมูลเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในกระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ หรืออาจกล่าวได้ว่า ผู้เข้าร่วมจะต้องใช้ข้อมูลในการวางแผนกลยุทธ์หากผู้เข้าร่วมมีข้อมูลน้อยหรือไม่มี กลยุทธ์ที่ได้จะไม่มีฐานของความจริงของกลุ่ม โอกาสที่จะกำหนดกลยุทธ์ผิดพลาดเป็นไปได้มากข้อมูลที่ใช้ในกระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ มาจาก 3 แหล่ง คือ 1) จากประสบการณ์การทำงานของผู้เข้าร่วม 2) จากผลการศึกษาวิเคราะห์องค์กรและ 3) จากแหล่งข้อมูลภายนอก เช่น วิทยากรที่เชิญมาให้ความรู้และเพิ่มเติมข้อมูลเป็นต้น ข้อมูลที่นำมาใช้ในกระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ นั้น ต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้องโดยข้อมูลจากทั้งสามแหล่งจะตรวจสอบความถูกต้องซึ่งกันและกัน ยิ่งไปกว่านั้นข้อมูลนั้น ๆ ต้องเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อกลุ่มทั้งทางบวกและลบ

5. การกระตุ้นให้คิดและเปิดเผยประเด็นที่ซ่อนเร้น กระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ อำนวยให้เกิดการคิดวิเคราะห์สูงเพราะผู้เข้าร่วมจะเป็นศูนย์กลางของกระบวนการ ผู้เข้าร่วมจะเป็นผู้กระทำการต่าง ๆ ในแต่ละขั้นตอน หากผู้เข้าร่วมทำไม่ได้ในขั้นตอนใดก็ไม่สามารถข้ามไปได้ ดังนั้น กระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ จึงเป็นกระบวนการที่ต้องใช้ความคิด การวิเคราะห์และการอภิปรายโต้เถียงเพื่อบรรลุถึงการตัดสินใจร่วมกัน ด้วยเหตุแห่งการใช้ความคิดและการโต้แย้ง กระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ จึงสร้างสรรค์ให้เกิดการคิด การมองและความเข้าใจแง่มุมใหม่โดยผู้เข้าร่วมอาจจะยังไม่เคยคิดหรือเห็นแง่มุมใหม่นี้มาก่อน ซึ่งก่อให้เกิดการเปิดเผยประเด็นที่ซ่อนเร้นของกลุ่มหรือคลี่คลายสถานการณ์ที่ซับซ้อนให้เห็นชัดเจนขึ้น โดยที่

ไม่ใช่เป็นประเด็นซ่อนเร้นโดยความตั้งใจของบุคคล แต่เป็นประเด็นซ่อนเร้นโดยสถานการณ์ ความชัดเจนดังกล่าวมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ที่ถูกต้องยิ่งขึ้น

6. การเป็นเจ้าของและพันธมิตรสัญญา จากการที่ผู้เข้าร่วมเป็นผู้คิดวิเคราะห์ ใช้เหตุผล อภิปราย แลกเปลี่ยน จนกระทั่งนำไปสู่การตัดสินใจของเขาเองในการกำหนดภารกิจ วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ของกลุ่ม กระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ จึงช่วยสร้างให้ผู้เข้าร่วมเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของแผนงานและเกิดความผูกพันต่อการนำแผนกลยุทธ์สู่ การปฏิบัติ การเป็นเจ้าของที่สังเกตเห็นได้ชัดเจนประการหนึ่งคือ การเอ่ยถึงแผนโดยใช้คำว่า แผนของเรา ของผู้เข้าร่วมอย่างใดก็ได้ การปฏิบัติตามแผนยังต้องขึ้นอยู่กับเงื่อนไข หรือมีตัวแปร บางอย่างที่สามารถเกิดขึ้นได้ในอนาคต ซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถปฏิบัติตามแผนนั้น ๆ ได้ ดังนั้น กระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ จึงควรใช้อย่างต่อเนื่องเป็น ประจำเพื่อให้เกิดการปรับแผนให้ทันต่อสถานการณ์และเงื่อนไขที่เปลี่ยนแปลง

7. การปฏิบัติทันที จากการที่กระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคทางธุรกิจ เปิดเผยให้เห็นจุดอ่อนที่เป็นปัญหาซึ่งผู้เข้าร่วมพิจารณาว่าเป็นปัญหาเร่งด่วนที่ ต้องแก้ไขเมื่อเสร็จสิ้นการวางแผนผู้เข้าร่วมจะลงมือปฏิบัติแก้ไขปัญหานั้น ๆ ทันทีหรือบางครั้ง อาจจะไม่รอจนสิ้นสุดกระบวนการ เขาตัดสินใจแก้ไขปัญหานั้น ๆ เลย จึงอาจกล่าวได้ว่า กระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ ทำให้เกิดผลทางการปฏิบัติ ทันที



ภาพ 2-5 ขั้นตอนกระบวนการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ
ที่มา: นันทิยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร (2545: 16)

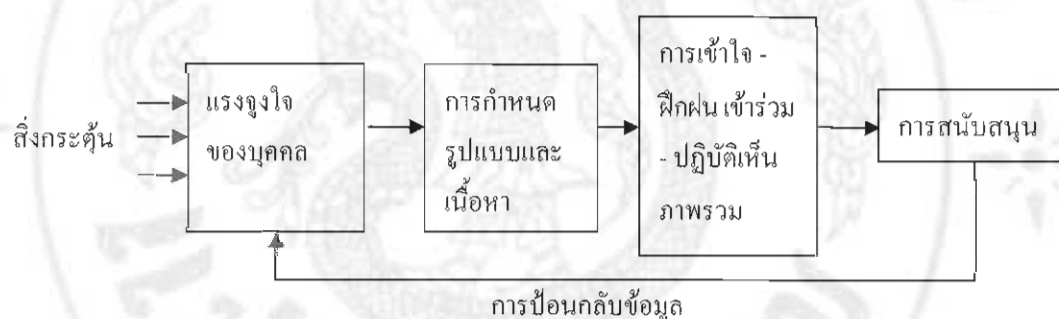
แนวคิดจิตวิทยาการเรียนรู้และการสอนงาน

ทฤษฎีการเรียนรู้ (Learning Theory)

ในทางจิตวิทยากล่าวถึงการเรียนรู้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงการ ได้ตอบหรือพฤติกรรม ของบุคคล โดยอาศัยการฝึกฝนหรือประสบการณ์ของผู้บริหารที่มักจะต้องพบกับปัญหาต่าง ๆ

การเรียนรู้ประกอบด้วย แรงจูงใจ การเกิดความคิดรวบยอดและจินตนาการ การ ฝึกฝน-เข้าร่วมกระบวนการ การสนับสนุน-เสริมแรง และการป้อนข้อมูลกลับ

ภาพ 2-6 จะแสดงให้เห็นถึงกระบวนการหรือระบบวัตถุดิบ-ผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้บริหาร สามารถใช้เป็นขอบเขตในการติดตามตลอดกระบวนการฝึกอบรม



ภาพ 2-6 กระบวนการเรียนรู้

ที่มา: วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2538: 99)

กระบวนการของการเรียนรู้เริ่มต้นที่การจูงใจที่จะเรียน เมื่อกำหนดเนื้อหาซึ่งชี้ให้ ผู้เรียนเห็นการสอน การอ่าน และการสังเกตการณ์แล้ว เขาก็จะมองเห็นถึงเค้าโครงของความรู้ที่ จะได้รับว่า เหมาะสมดีหรือมีจุดอ่อน มีส่วนใดบ้างที่ต้องเพิ่มเติมหรือปรับปรุงเพื่อให้เกิดผลดีที่สุด การเสนอข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้เกิดความเข้าใจหรือเห็นภาพรวม ซึ่งหมายถึงคำอธิบายต่าง ๆ และ ผลที่จะออกมาว่าดีหรือเลว จะมีการรวบรวมข้อเท็จจริงต่าง ๆ ไว้เป็นความเข้าใจของตนเอง เรื่องนี้ แต่ละคนจะทำได้มากน้อยแตกต่างกันไป แต่หน้าที่ของผู้สอนก็คือช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนเข้าใจตาม พื้นฐานของแต่ละคน

หลังจากเข้าใจภาพรวมดีแล้วก็เข้าสู่ขั้นของการฝึกการใช้ ซึ่งจะเป็นงานตามที่คุณเรียนจะทำได้ ณ จุดนี้ต้องมีการสนับสนุนหรือเสริมแรงให้คุณเรียนมั่นใจว่าเขาเรียนรู้ได้ถูกต้อง จนในที่สุดคุณเรียนเกิดความมั่นใจและมีความเต็มใจที่จะป้อนข้อมูลกลับได้ ซึ่งเป็นอีกขั้นตอนหนึ่งที่ช่วยการเรียนรู้ได้

1. การจูงใจ ผู้เรียนที่ไม่ตื่นตัวยอมเรียนรู้ได้น้อย ดังนั้น สิ่งจำเป็นที่ต้องมีคือ ผู้เรียนต้องการที่จะเรียนหรือต้องการที่จะปรับปรุง ยิ่งเขามีความกระตือรือร้นเพียงใด เขาก็จะได้ประโยชน์จากการฝึกอบรมเพียงนั้น แต่ก็ไม่ควรให้มีมากเกินไปเพราะอาจจะเกิดการเรียกร้องมากเกินไปหรือขาดความอดทนที่จะเดินตามกระบวนการ หรือทำให้ตั้งเป้าหมายเกินความสามารถ
2. การกำหนดเนื้อหา-ภาพรวม การมีเครื่องมือและบทเรียนที่ดีในการเรียนรู้เป็นสิ่งจำเป็น การจัดเนื้อหาที่ดีจะช่วยให้คุณเรียนมีแรงบันดาลใจอย่างต่อเนื่อง ในขณะเดียวกันถ้ามีเนื้อหามากเกินกว่าจะเรียนรู้ได้หมด ผู้เรียนก็อาจจะรวมเนื้อหาให้สั้นเข้า อย่างไรก็ตาม การเรียนรู้จำเป็นต้องเรียนรู้ทั้งหมด ถ้าเรียนครึ่ง ๆ กลาง ๆ ก็ถือว่ายังไม่ได้เรียน
3. การฝึกฝน-การเข้าร่วม-การปฏิบัติ การที่คุณเรียนจะเข้าใจเนื้อหาและภาพรวมได้ดีนั้น ต้องมีการฝึกฝนและเข้าร่วมในการทำงาน จึงจะทำให้รู้งาน แต่ก็ยังจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุน การดูแลจากผู้สอน และควรมีการเตรียมพร้อมอย่างเหมาะสม จึงจะไม่เกิดปัญหามาภายหลัง
4. การสนับสนุน-เสริมแรง การเรียนรู้เพื่อเปลี่ยนงานจำเป็นต้องมีการเสริมแรงด้วยการให้กำลังใจหรือให้รางวัลเป็นการให้การสนับสนุนหรือยกย่อง เพื่อบุคคลจะได้พยายามในการเริ่มงานใหม่ เพราะเป้าหมายจะอยู่ที่ความสำเร็จในการทำงานและความก้าวหน้าของบุคคลนั่นเอง นั่นคือ เขาจะสามารถเผชิญปัญหาที่ยากต่าง ๆ ในงาน และแก้ไขให้ผ่านพ้นไปด้วยดี
5. การป้อนข้อมูลกลับ เพื่อให้การเสริมแรงนั้นได้ผล ต้องมีการป้อนกลับเกิดขึ้น การป้อนกลับนี้เป็นการเพิ่มเนื้อหาด้วย ถ้าผู้รับการฝึกอบรมไม่รู้ว่าความสามารถของตนนั้นใกล้เคียงกับมาตรฐานหรือไม่ เขาจะไม่สามารถพัฒนาการทำงานหรือสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้มากขึ้นได้ ผู้บริหารควรให้ความช่วยเหลือและบอกให้พนักงานรู้ว่าเขาได้พัฒนาหรือไม่

หลักสูตรการฝึกอบรม (Training Course)

หลักสูตรการพัฒนาบุคลากรเป็นการสร้างโอกาสให้พนักงานทุกคนเติบโตและมีการปรับปรุง โดยไม่เน้นเพียงแต่การมีทักษะเพื่อทำงานหนึ่ง ๆ เท่านั้น แต่ให้เติบโตขึ้นทั้งงานหรือองค์กรและรวมถึงตัวพนักงานแต่ละคนด้วย

การฝึกอบรมมี 6 ประการด้วยกัน คือ

1. การฝึกอบรมขั้นแนะนำ ช่วยให้พนักงานใหม่คุ้นเคยกับงานที่เขาได้รับการคาดหวังให้ทำ และการทำให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบ กฎเกณฑ์ของบริษัท และสวัสดิการต่าง ๆ
2. หลักสูตรที่สอนเทคนิคใหม่ ๆ เป็นสิ่งจำเป็นเสมอ แม้ว่าจะมีการฝึกขั้นพื้นฐานดีแค่ไหนในทุก ๆ หน่วยงานไม่ว่าจะเป็นการผลิต เลขานุการ งานขายหรือการบริหาร พนักงานต้องฝึกฝนทักษะให้พร้อมอยู่เสมอ (Refresh) ด้วยการเข้าอบรมในเรื่องที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการรับผิดชอบงานหรือเพิ่มความรู้ในเทคนิคใหม่ ๆ การเปลี่ยนแปลงไปที่ละขั้นสามารถทำให้ทักษะหลาย ๆ อย่างเป็นเรื่องธรรมดา จึงต้องมีการติดตามผลของงานและเครื่องมืออย่างต่อเนื่อง
3. การฝึกอบรมเพิ่มเติม มีไว้สำหรับฝึกอบรมพนักงานที่ล้มพื้นฐานของการทำงานหรือพนักงานที่ไม่เคยเรียนรู้งานมาก่อนเลย และมีผลงานที่ได้ต่ำกว่าเกณฑ์สามารถแก้ไขได้ด้วยการฝึกอบรมแบบนี้
4. การฝึกอบรมทางเทคนิค ใช้สำหรับพนักงานที่ต้องสับเปลี่ยนโยกย้ายหน้าที่ เป็นเรื่องสำคัญประการหนึ่งสำหรับองค์กรที่มีความก้าวหน้า การฝึกอบรมเพื่อเตรียมพนักงานนี้จะทำให้ไม่เกิดปัญหาเมื่อพนักงานต้องย้ายไปทำงานใหม่
5. หลักสูตรการฝึกงาน เป็นการจัดให้กับพนักงานที่มีความสามารถอยู่แล้ว เช่น ช่างเครื่อง ช่างพิมพ์ หรือคนงานก่อสร้าง วิธีการที่ใช้คือ ส่งไปเรียนในโรงเรียนฝึกอาชีพ ในกรณีที่องค์กรไม่สามารถจัดการเองได้
6. การฝึกอบรมเพื่อการเลื่อนขั้น ก็คือ หลักสูตรการพัฒนาเพื่อให้พนักงานเข้าใจงานกว้างขึ้น พร้อมทั้งจะรับผิดชอบมากขึ้น และใช้อำนาจตามบทบาทหน้าที่มากขึ้น

การฝึกอบรมพนักงาน (Staff Training)

วิธีการในการฝึกอบรมพนักงานสามารถแยกแยะตามแนวทาง วิธีการ และสถานที่ในการฝึก ดังนี้

1. การฝึกอบรมในห้องเรียน (Classroom) สามารถจัดได้โดยอาศัยโรงเรียนการเรียนทางไปรษณีย์ สมาคมวิชาชีพ หรือสถาบันฝึกอบรม ซึ่งการอบรมแบบนี้สามารถช่วยเสริมการฝึกอบรมระหว่างปฏิบัติงาน
2. การฝึกอบรมระหว่างปฏิบัติงาน (On the Job Training : OJT) เป็นวิธีการที่ใช้กันเป็นส่วนใหญ่ โดยที่ผู้บริหารต้องสละเวลาและความตั้งใจเพื่อพนักงานเป็นพิเศษ และอาจให้

พนักงานที่มีความสามารถเข้ามาช่วยรับผิดชอบพนักงานใหม่ด้วย แต่ต้องแน่ใจว่าเป็นคนที่มีความสามารถจริง ๆ การฝึกอบรมแบบนี้มีผลต่อการฝึกอบรมพนักงานจำนวนมากที่ไม่มีฝีมือหรือไม่เก่งพอ แต่ในกรณีที่มีเวลาจำกัดจริง ๆ ก็อาจใช้วิธีการที่เรียกว่า การสอนงาน

3. การศึกษาต่อเนื่อง (Continual Study) เป็นวิธีการเสริมการเรียนรู้ในระหว่างงานและนอกการปฏิบัติงาน เนื่องจากทักษะบางอย่างไม่อาจเรียนรู้ระหว่างการปฏิบัติงานเท่านั้น อย่างไรก็ตาม จำเป็นต้องจัดชั้นเรียนที่ช่วยให้มีสมาธิเพียงพอด้วย

4. การฝึกอบรมโดยใช้นวัตกรรม (Innovation) เช่น คอมพิวเตอร์ เครื่องฉายภาพ เทปบันทึกเสียง โทรทัศน์ และภาพยนตร์ มีประโยชน์มาก ในขณะที่หนังสือคู่มือจะมีผลสำหรับการป้อนข้อมูลกลับ การมีส่วนร่วม และการทบทวนอุปกรณ์เหล่านี้อาจจัดทำไว้เพื่อให้พนักงานเรียนรู้ด้วยตนเอง ทำให้บริหารมีเวลาว่างแต่ไม่สามารถใช้เพื่อทดแทนการสอนของผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญได้

การเลือกใช้อุปกรณ์ชนิดใดนั้นขึ้นอยู่กับความเหมาะสมต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่ (ด้านการผลิต การขาย การตลาด) ทั้งนี้ขอให้เข้าใจว่า หลักสูตรการฝึกอบรมสามารถปรับให้เหมาะสมกับความต้องการของทั้งพนักงานและองค์กรได้เสมอ

5. การฝึกอบรมระหว่างปฏิบัติงานการฝึกอบรมในงานที่ทำ (OJT) การสอนงานให้พนักงานเป็นความรับผิดชอบหลักของผู้บริหาร จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้บริหารจะต้องรู้จักงานทุก ๆ ส่วน และสามารถนำมาเสนอได้ ในการสอนทักษะหนึ่งควรมีขั้นตอน 4 ขั้นตอนดังนี้

5.1 วางแผนตารางการฝึกอบรมและตั้งเป้าหมายที่คาดหวังให้พนักงานบรรลุด้วยการที่ผู้บริหารเป็นฝ่ายริเริ่มก่อน ทั้งนี้ผู้บริหารและพนักงานจึงจะพยายามทุ่มเทใช้เวลาให้ดีที่สุด ในการวางแผนตารางการฝึกอบรมนี้ผู้บริหารควรวางลำดับเนื้อหาให้ถูกต้องรวมถึงเวลาและจำนวนเวลาที่ควรต้องใช้

5.2 การเตรียมเขียนรายละเอียดของงานให้ชัดเจน เนื่องจากพนักงานอาจจะไม่รู้หรือไม่แน่ใจในรายละเอียดของงานใหม่ซึ่งต่างกับงานที่ทำอยู่แล้ว ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีรายละเอียดของหน้าที่การงาน เพื่อให้มองเห็นจุดประสงค์และสาระสำคัญต่าง ๆ

5.3 จัดหาเครื่องมือที่เหมาะสม ขอให้เข้าใจว่าของจำลองหรือเครื่องมือที่ใช้แทนกันย่อมไม่เหมือนของจริง การได้ใช้เครื่องมือที่เหมาะสมถูกต้องย่อมทำให้ทั้งผู้สอนและผู้เรียนมีความตั้งใจเต็มที่ในการเรียนรู้

5.4 จัดสถานที่ทำงานให้เหมาะสม เพื่อให้ผู้เรียนมีโอกาสปฏิบัติงานด้วยตนเองจะได้ผลดีกว่าการบอกหรือการสาธิต

การสอนงาน (Job Instruction Training : JIT)

การสอนงานนั้นมีการนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายและเป็นสิ่งสำคัญในการฝึกฝนของพนักงาน การสอนงานที่ดีต้องมีขั้นตอนตั้งแต่การเตรียมการจนถึงการติดตามผล ดังนี้

ขั้นเตรียมการ

1. หาจุดให้ได้ว่า ผู้เรียนต้องได้รับการสอนในเรื่องอะไร จึงจะทำให้เรียนรู้และปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปลอดภัย ประหยัด และเฉลี่ยเวลา

2. จัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เหมาะสม
3. จัดหาสถานที่ทำงานที่คาดว่าผู้เรียนจะรู้สึกพอใจ

หลักการพื้นฐาน 4 ขั้นที่ควรดำเนินการแนะนำแก่ผู้เรียน

1. การเตรียมตัวของผู้เรียน
 - 1.1 มีความสบายใจที่จะเรียน
 - 1.2 สำรวจดูว่า เขารู้จักงานมากน้อยแค่ไหน
 - 1.3 ช่วยให้ผู้เรียนสนใจ และอยากเรียนรู้งาน
2. การเสนอเนื้อหา และวิธีการต่าง ๆ
 - 2.1 บอก แนะนำ ชี้แจง และถามคำถามเพื่อให้ผู้เรียนรับความรู้ใหม่ ๆ และการปฏิบัติการ
 - 2.2 สอนช้า ๆ ชัด ๆ ครบถ้วน และค่อยเป็นค่อยไป ให้ได้ทีละเรื่อง
 - 2.3 ตรวจสอบ ถามคำถาม และทบทวน
 - 2.4 ให้แน่ใจว่า ผู้เรียนรู้จริง ๆ
3. ทดสอบความรู้
 - 3.1 ให้ผู้เรียนปฏิบัติงานให้ดู
 - 3.2 ถามคำถาม เพื่อทดสอบรายละเอียดต่าง ๆ (ทำไม อย่างไร เมื่อไร ที่ไหน)
 - 3.3 สังเกตการณ์ปฏิบัติ แก้อุปกรณ์พร้อม และถ้าจำเป็นก็สอนซ้ำ
 - 3.4 ให้มั่นใจว่าผู้เรียนรู้จริง ๆ ทั้งหมด
4. ติดตามผล
 - 4.1 ให้ผู้เรียนปฏิบัติงานด้วยตนเอง
 - 4.2 ตรวจสอบบ่อย ๆ ว่า เขาทำตามทีสอน
 - 4.3 ดูแลอยู่ห่าง ๆ และติดตามผลอย่างใกล้ชิดจนกระทั่งเขาเป็นงานอย่างแน่นอน

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิมล ชีระภาพพันธ์ และนัทธมน ชีระกุล (2543) ได้ศึกษาเรื่องการปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้าน จังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน จากการศึกษาพบว่า ในช่วงที่เศรษฐกิจชะลอตัวติดต่อกันมาตั้งแต่ปี 2540 ทำให้เกิดผลกระทบจาก วิกฤติเศรษฐกิจ โดยเฉพาะปัญหาการว่างงาน และปัญหา การกระจายรายได้ ดังนั้น การพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรพื้นบ้าน จึงเป็นหนทางหนึ่งที่สามารถ แก้ไขหรือบรรเทาปัญหาดังกล่าวได้และยังสอดคล้องกับนโยบายงบประมาณปี 2542 ซึ่งเน้นการจัดสรรทรัพยากร เพื่อก่อให้เกิดการกระจายรายได้ ให้แก่ผู้มีรายได้น้อย ในเขตเมืองและชนบทและผู้ที่ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจ ตลอดจนเน้นการสนับสนุนหน่วยงานในท้องถิ่นในการเพิ่มผลผลิตหรือรายได้ให้แก่ประชาชน ในท้องถิ่นให้มากขึ้น แม้ว่าในอดีตที่ผ่านมาหน่วยงานรัฐและเอกชนได้ให้ความสนใจและการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรพื้นบ้านทั้งในด้านการให้บริการและมาตรการสนับสนุนเสมอมาแต่อุตสาหกรรมเกษตรพื้นบ้านยังคงถูกจัดให้มีมีความสำคัญในระดับที่ไม่สูงนักการดำเนินงานจึงมีความก้าวหน้าเพียงเล็กน้อย และอยู่ในวงจำกัด ไม่สามารถมีบทบาทจริงจังต่อการยกระดับรายได้ และการกระจายรายได้ของภาคการเกษตร หรือชนบทการศึกษาถึงสภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมเกษตรพื้นบ้าน โดย เจาะลึกถึงโครงสร้างการผลิตและการตลาด การจัดการองค์กร รวมถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ของผู้ประกอบการทั้งรายเดี่ยว และรายกลุ่มนับว่าเป็นสิ่งสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งต่อการเพิ่มประสิทธิภาพ ของอุตสาหกรรมเกษตรพื้นบ้าน ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะถูกนำมาใช้เพื่อพัฒนาการผลิต ของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเทคโนโลยีชีวภาพ ที่เหมาะสมเข้ามาช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพการผลิต อีกทั้งยังชี้ให้เห็นถึงลักษณะ การจัด โครงสร้างองค์กรทั้งในการผลิต การตลาด และการเงิน อันจะนำไปสู่แผนการ การปรับปรุง โครงสร้างการผลิต การตลาด และการเงินที่เหมาะสม แนะนำสู่ทาง การขยายตลาด และจัดทำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดเพื่อความสะดวกในการติดต่อซื้อขายระหว่างผู้ผลิต และผู้บริโภค ผู้ผลิตกับนักการตลาด ผู้ผลิตกับสถาบันการเงิน ผู้ผลิตกับผู้เชี่ยวชาญ ด้านเทคโนโลยี การผลิตต่างๆรวมถึงการร่วมมือกับหน่วยงานในภาครัฐเพื่อจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเป็นแนวทาง จัดตั้งสมาคมผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมเกษตรพื้นบ้าน นอกจากจะศึกษาทางด้านผู้ผลิตแล้ว ในการวิจัยนี้ยังได้ทำการศึกษา พฤติกรรม และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปพื้นบ้าน ทั้งนี้เพื่อ เป็นประโยชน์ใน การส่งเสริมทางด้านการตลาดต่อไปการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์สุดท้าย เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพทางด้านการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้าน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่ง

ในการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรพื้นบ้าน อันจะส่งผลต่อเนื่องไปถึงการยกระดับรายได้ การบรรเทาปัญหาการว่างงาน และกระจายรายได้ไปสู่ภาคการเกษตรหรือชนบทของ

ไทยพาร์มโซน (2546) บทความเรื่อง ขนมหิน สมุนไพร ผลิตภัณฑ์เด่นจากกลุ่มแม่บ้านตลาดขวางสามัคคี จังหวัดละเซิงเทรา จากแนวคิดของกลุ่มแม่บ้านตลาดขวางสามัคคี อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดละเซิงเทรา ผลิตภัณฑ์หิน สมุนไพร ด้วยจุดเด่นจากสีต้นของเส้นขนมหิน ที่ทำมาจากสมุนไพรในหมู่บ้าน ไม่ว่าจะเป็น ม่วงอัญชัน เขียวใบเตย ซึ่งแนวคิดในการทำขนมหินสมุนไพร ดังกล่าว เป็นการนำสมุนไพรไทยที่เริ่มเป็นที่นิยมในหมู่ผู้บริโภค และประกอบกับเป็นวัตถุดิบที่มีการปลูกจำนวนมากในหมู่บ้านมาทำขนมหินเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ทำให้ชาวบ้านในหมู่บ้านมีงานทำ และมีรายได้เพิ่มมากขึ้น สำหรับขนมหิน สมุนไพร ของกลุ่มจะมีลักษณะพิเศษกว่าขนมหินตามท้องตลาดทั่วไป คือ เส้นของขนมหินจะมีสีต้นสวยงาม เช่น สีม่วงจาก ดอกอัญชัน สีเขียว จาก ใบเตย และ สีเหลืองหม่น จาก กระชาย ขนมหินของกลุ่มฯ จะเน้นที่ไม่ใส่สารกันบูด และผลิตโดยการนำสมุนไพรมาช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับเส้นขนมหิน และถึงแม้จะต้องขายให้หมดแบบวันต่อวัน แต่ก็สามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่มฯ ได้เป็นอย่างดี โดยปัจจุบันสามารถขายได้ถึง วันละ 3,000 บาท โดยการจำหน่ายขนมหินสมุนไพรของกลุ่มฯ จะจำหน่ายควบคู่กับน้ำยา มีด้วยกัน 4 ชนิด ได้แก่ น้ำยากะทิ น้ำพริก แกงป่า และแกงเขียวหวานไก่ ในราคาชุดละ 20 บาท โดยขนมหินที่เป็นที่นิยมของกลุ่มลูกค้า หากเป็นวัยรุ่นจะนิยมเส้นขนมหินที่ทำจากอัญชัน เนื่องจากมีกลิ่นหอม และสีต้นสวยงาม แต่ถ้าเป็นกลุ่มผู้ใหญ่จะชอบเส้นขนมหินที่ทำจากกระชาย เพราะจะมีกลิ่นฉุน และเป็นสมุนไพรที่ช่วยบำรุงร่างกาย โดยทางกลุ่มหวังว่า ขนมหิน สมุนไพร จะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้นิยมรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพได้เป็นอย่างดี

อรอนงค์ ธรรมกุล (2544) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการบริหารและการจัดการกิจกรรมแปรรูปผลผลิตเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรภาคเหนือตอนล่างที่ประสบความสำเร็จ ผลการศึกษาพบว่า มีการบริหารและการจัดการแบบรวมกิจกรรม คือ ประธานจะเป็นผู้บริหาร และสั่งการให้กรรมการและสมาชิกทำผลิตภัณฑ์ร่วมกัน ไม่มีการแบ่งงานตามความถนัด โดยกรรมการและสมาชิกจะมีหน้าที่จัดทำผลิตภัณฑ์ซึ่งทำร่วมกัน ไม่มีการแบ่งงานตามความถนัด โดยกรรมการและสมาชิกจะมีหน้าที่จัดทำผลิตภัณฑ์ซึ่งทำร่วมกันทุกขั้นตอน และรับค่าจ้างวันละ 70 บาท เป็นค่าตอบแทน เมื่อเสร็จสิ้นการทำงานแล้วประธานจะเป็นผู้จัดจำหน่ายเองทั้งสิ้น ลักษณะนี้พบที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรวมใจพัฒนา อำเภอทรายทองวัฒนา จังหวัดกำแพงเพชร และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร วังปลาสด อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี แต่แตกต่างจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรวมใจ

พัฒนา คือ ประสานร่วมกับกรรมการบางคนเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้มีการบริหารจัดการแบบกระจายกิจกรรม ประสานและกรรมการจะร่วมกันบริหารจัดการในลักษณะที่มีการกระจายให้กลุ่มย่อย 3 กลุ่ม ได้ใช้ประโยชน์จากเงินทุนหมุนเวียนอย่างทั่วถึง และทำกิจกรรมตามที่ตนเองถนัด ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของกลุ่มใหญ่ เพื่อให้มีส่วนร่วมในการจัดสรรผลประโยชน์อย่างลงตัว สำหรับตลาดนั้นกลุ่มย่อยจะให้กลุ่มใหญ่จัดจำหน่ายหรือจัดจำหน่ายเองก็ได้ ซึ่งมีการบริหารจัดการนี้ พบที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองกุลา อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก และพบที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสามัคคีโพธิ์ประทับช้าง อำเภอโพธิ์ประทับช้าง จังหวัดพิจิตร พบว่า มีรูปแบบการบริหารจัดการแบบผสม คือ มีทั้งรวมกิจกรรม และแบบกระจายกิจกรรม กลุ่มใหญ่โดยประธานและกรรมการอีก 4 คน จะเป็นฝ่ายอำนวยความสะดวก โดยการควบคุมกำกับดูแล และอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมให้แก่กลุ่มย่อย ซึ่งกระจายกิจกรรมออกเป็น 5 กลุ่ม ทำตามความสนใจและความถนัด โดยมีหน้าที่ผลิตเพียงอย่างเดียว เพื่อส่งให้กลุ่มใหญ่จัดจำหน่าย โดยฝ่ายตลาด สำหรับศักยภาพและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม พบว่า ยังขาดความพร้อมทางด้านงบประมาณ เพราะยังไม่มีการวางแผนใช้งบประมาณที่เป็นสัดส่วน และการเตรียมแรงงานในการผลิตซึ่งยังไม่ได้อยู่ในรูปแบบกลุ่มอย่างแท้จริง ส่วนมากอยู่ในรูปแบบการจ้างแรงงานในการผลิตซึ่งยังไม่ได้อยู่ในรูปแบบกลุ่มอย่างแท้จริง ส่วนมากอยู่ในรูปแบบการจ้างแรงงานแต่สะท้อนให้เห็นว่า ศักยภาพของกลุ่มอยู่ในระดับที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ในระดับหนึ่ง ส่วนปัญหาและอุปสรรค พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการตลาด เนื่องจากกลุ่มทำผลิตภัณฑ์ซ้ำซ้อน เช่น การทำกล้วยอบเนยหลายกลุ่มใหญ่ หรือหลายกลุ่มย่อย ทำให้ผลิตภัณฑ์ล้นตลาด อีกทั้งยังกดราคารายซึ่งกันและกัน

จิตต์ไธ แก้วบุญเรือง (2546) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง พบว่า ชุมชนในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง ส่วนใหญ่ดำเนินการเป็นกลุ่ม โดยไม่มีการจดทะเบียน และได้ดำเนินงานมาเป็นระยะเวลามากกว่า 5 ปีขึ้นไป ชุมชนส่วนใหญ่มีสมาชิกน้อยกว่า 20 คน ส่วนใหญ่มีเงินทุนเริ่มแรกไม่เกิน 10,000 บาท และมีสัดส่วนของชุมชนหรือผู้ประกอบการที่มีเงินทุนหมุนเวียนมากกว่า 50,000 บาท จำนวนมากที่สุด ด้านการดำเนินงานแต่ละด้านของชุมชนสรุปได้ ดังนี้

ด้านการตลาด ชุมชน หรือผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ ชุมชนหรือผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนงานด้านการตลาด กลุ่มลูกค้าของ

ชุมชนเป็นลูกค้าที่มาจากต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยวมากที่สุด ชุมชนมีการแสดงคุณภาพสินค้าจาก วุฒิบัตรหรือด้วยรางวัลจากการเข้าร่วมแข่งขันในงานต่าง ๆ สินค้าของชุมชนส่วนใหญ่มีตราที่หือ ของตนเองและมีสัดส่วนของชุมชนหรือผู้ประกอบการที่มีการพัฒนารูปแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ อยู่เสมอตามคำสั่งซื้อของลูกค้ามากที่สุด ชุมชนส่วนใหญ่มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นแบบเบื้องต้น หรือธรรมดา ชุมชนใช้วิธีการพยากรณ์ยอดขายจากยอดขายเดิมมากที่สุดและทำการตั้งราคาขายตาม ต้นทุนที่ใช้ในการผลิตและดำเนินงานมากที่สุด ในด้านระดับราคาสินค้า ชุมชนใช้วิธีการตั้งราคา สินค้าเท่ากับผู้ขายรายอื่นมากที่สุด ชุมชนส่วนใหญ่มีพื้นที่ในการจัดจำหน่ายสินค้าอยู่ ภายในประเทศและภายในจังหวัด การจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ส่วนใหญ่ทำการจำหน่ายให้ผู้บริโภค โดยตรงที่ร้านค้าของชุมชนเองและในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ และมีกลุ่มลูกค้าเป็นลูกค้าต่างจังหวัด และนักท่องเที่ยว ในการส่งเสริมการตลาด ชุมชนส่วนใหญ่มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ใน งานแสดงสินค้าต่าง ๆ และทำการส่งเสริมการขายให้แก่ผู้บริโภคและคนกลางด้วยการให้ส่วนลด และแจกฟรีเพื่อการส่งเสริมการขาย

ด้านการผลิต ชุมชนหรือผู้ประกอบการส่วนมากมีการใช้กลยุทธ์การวางแผนกำหนด จำนวนการผลิตเท่ากับจำนวนความต้องการโดยไม่มีการเพิ่มลดจำนวนสมาชิก วัตถุดิบของชุมชน เป็นผลผลิตทางการเกษตรหรือทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนมากที่สุด ชุมชนไม่มีการสำรอง วัตถุดิบไว้รองรับการผลิต วัตถุดิบของชุมชนส่วนใหญ่ทำการจัดซื้อเป็นประจำจากผู้ค้าส่งรายเดิม ภายในท้องถิ่นและมีสัดส่วนของการใช้วิธีการสั่งซื้อทางโทรศัพท์มากที่สุด ชุมชนส่วนใหญ่มีการ จัดแยกหรือตรวจสอบวัตถุดิบชุมชนมีการจัดลำดับขั้นตอนการผลิตและมีการใช้เทคโนโลยีในการ ผลิตสินค้ามากที่สุด ชุมชนส่วนใหญ่มีการควบคุมตรวจสอบคุณภาพสินค้าและทำการจัดการสินค้า สำเร็จรูปด้วยการเปรียบเทียบปริมาณและคุณภาพสินค้ากับเป้าหมายที่กำหนดไว้และชุมชนมีการ จำหน่ายสินค้าที่เสียหายไม่ได้มาตรฐาน ในราคาถูกหรือทิ้งมากที่สุด

ด้านการจัดการและบุคลากร ชุมชนหรือผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนการ ดำเนินงานเป็นแผนรายเดือนตามผลการทำงาน ชุมชนมีการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานเพื่อ ช่วยเหลือสังคมและส่งเสริมอาชีพ ชุมชนส่วนใหญ่มีการจัดแบ่งและมอบหมายฝ่ายงานมุ่งเน้นไปที่ ฝ่ายผลิตและมีสัดส่วนของชุมชน หรือผู้ประกอบการที่มีสายการบังคับบัญชาเป็น 2 ระดับ คือ การบังคับบัญชาในระดับสูงสุด มีหัวหน้าหรือประธานชุมชนเป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุดกับมี ผู้ใต้บังคับบัญชาอีกหนึ่งระดับเป็นกลุ่มสมาชิกในชุมชนมากที่สุด ชุมชนมีการพิจารณาคำตอบแทน สมาชิกตามผลงานในลักษณะอัตราเดียวกันมากที่สุด ชุมชนส่วนใหญ่มีการจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายวัน และไม่มีการจ่ายค่าตอบแทนพิเศษ ชุมชนมีการควบคุมคุณภาพการผลิตสินค้าและมีสัดส่วนของ การใช้คุณภาพเป็นเครื่องมือหรือมาตรฐานในการควบคุมและติดตามงานมากที่สุด ชุมชนส่วนใหญ่

ไม่มีการประเมินผลการทำงานของสมาชิกและไม่มีการใช้ข้อมูลแนวโน้มการดำเนินงานของธุรกิจมาประกอบการตัดสินใจ ในด้านบุคลากร ชุมชนส่วนใหญ่มีสมาชิกเพียงพอและมีนโยบายเปิดรับสมาชิกตลอดเวลา ชุมชนมีการกำหนดความสามารถและประสบการณ์เป็นคุณสมบัติของสมาชิกใหม่และมีการจูงใจสมาชิกด้วยการจัดการอบรมการทำงานให้แก่สมาชิกมากที่สุด

ด้านการเงินและบัญชี ชุมชนหรือผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของเงินทุนมาจากหน่วยงานรัฐบาลและจากการเข้าร่วมลงทุนของสมาชิก ชุมชนมีปัจจัยอัตราดอกเบี้ยและวงเงินกู้ยืมเป็นปัจจัยที่ใช้พิจารณาจัดหาเงินทุนมากที่สุด ชุมชนส่วนใหญ่ไม่มีการวางแผนการใช้จ่ายเงินล่วงหน้าและมีสัดส่วนของชุมชนที่มีการวางแผนการจ่ายเงินเพื่อการผลิตสินค้ามากที่สุด ชุมชนมีสมาชิกเป็นผู้จัดทำบัญชีหรือรายงานทางการเงินและบัญชีกำไรขาดทุนเป็นบัญชีที่ชุมชนจัดทำมากที่สุด ชุมชนส่วนใหญ่มีการจ่ายชำระค่าวัตถุดิบเป็นเงินสดและไม่มีหนี้ค้างชำระ สัดส่วนของหนี้ค้างชำระของชุมชนที่มี เป็นหนี้ทั้งสองประเภทคือ หนี้ระยะสั้น และหนี้ระยะยาว ชุมชนไม่มีหนี้สูญและทำการเจรจากับลูกหนี้ที่เป็นหนี้สงสัยจะสูญมากที่สุด ชุมชนส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อเดือนเป็นค่าวัตถุดิบมากเป็นอันดับหนึ่ง และมีสัดส่วนของการจัดสรรกำไรให้แก่สมาชิกมากกว่าจัดสรรเป็นกำไรสะสมมากที่สุด

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานพบว่า ชุมชนหรือผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีปัญหาค่าใช้จ่ายทางการตลาด ไม่สามารถจัดทำกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดได้ ปัญหาการผลิตอันเนื่องจากการที่วัตถุดิบมีราคาแพงสูงเป็นผลให้ต้นทุนการผลิตสินค้าของชุมชนสูงด้วย ปัญหาการขาดการวางแผนการดำเนินงานของสมาชิกในชุมชนและปัญหาการขาดความรู้ความสามารถในการประสานงานในชุมชนและปัญหาการขาดเงินทุนในการดำเนินงาน และการขาดความรู้ ความเข้าใจในการจัดทำรายงานทางการเงินให้ครบทุกประเภท

อภิชาติ พันธเสน และคณะ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง การประเมินปัญหาและความต้องการของธุรกิจชุมชน พบว่า ปัจจัยสำคัญสำหรับการก่อตั้งกลุ่ม คือ การมีทุนทางสังคม ความอยู่รอดของธุรกิจขึ้นอยู่กับความสามารถในการเลือกสินค้าที่ผลิต การวางแผนการผลิต ความสามารถบริหารจัดการสมาชิก ส่วนการพัฒนาชุมชนขึ้นอยู่กับการมีเครือข่ายสนับสนุนด้านวัตถุดิบ ตลาด และการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยเอื้อที่สำคัญยิ่งต่อความอยู่รอดและการพัฒนาธุรกิจชุมชน ด้านการจัดสวัสดิการชุมชนจะมีมากน้อยเพียงใดมิได้ขึ้นอยู่กับรายได้ของธุรกิจชุมชนแต่ขึ้นอยู่กับความผูกพันของธุรกิจที่มีต่อชุมชน

บทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนกลุ่มธุรกิจที่ก่อตั้งแล้วให้เข้มแข็งยังไม่ชัดเจน ภาครัฐมีส่วนช่วยในการเกิดกลุ่มแต่ยังไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของรัฐกับความเข้มแข็งของ

กลุ่มธุรกิจชุมชน ความสัมพันธ์กับธุรกิจเอกชนยังอยู่บนพื้นฐานความไม่เท่าเทียมกันในการทำธุรกิจร่วมกัน เป็นผลให้ภาคธุรกิจเอกชนไม่ได้รับความไว้วางใจจากธุรกิจชุมชน เนื่องจากความไม่เท่าเทียมกันของการทำงานในลักษณะเป็นภาคี

ปัญหาของกลุ่มธุรกิจชุมชน ซึ่งเป็นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง แต่กลุ่มดังกล่าวยังประสบปัญหา เรียงลำดับความสำคัญคือ

1. ปัญหาในการบริหารการเงิน ได้แก่ การขาดเงินทุนหมุนเวียน เป็นปัญหาที่พบมากที่สุด โดยเฉพาะกลุ่มที่พึ่งพาวัตถุดิบจากภายนอกและการทำบัญชีเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับสรุปรายงานรับจ่าย และเพื่อการตรวจสอบของสมาชิกและหน่วยงานที่สนับสนุนมากกว่าจะเป็นการทำบัญชีเพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผนการดำเนินงาน
2. ปัญหาในด้านการตลาด ได้แก่ ขาดตลาดรับซื้อประจำ ขาดบุคลากรที่มีทักษะด้านการตลาด และขาดข้อมูลด้านการตลาด
3. ปัญหาด้านการผลิต ได้แก่ เทคนิคการผลิตยังไม่เหมาะสม วัตถุดิบในชุมชนขาดแคลนคุณภาพและมาตรฐานของวัตถุดิบหลัก และข้อมูลความต้องการของตลาดไม่ได้ถูกถ่ายทอดให้แก่ฝ่ายการผลิต
4. ปัญหาด้านการบริหารสมาชิก ได้แก่ สมาชิกขาดความสามัคคี ขาดความรับผิดชอบ ขาดความไม่ไว้วางใจต่อผู้นำกลุ่ม ระบบสื่อสารในกลุ่มอาจไม่ดีพอ ปัญหาการสร้างและพัฒนาผู้นำกลุ่ม ขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะในบางตำแหน่งหน้าที่ และปัญหาความขัดแย้งระหว่างชุมชนที่เกิดจากการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าคล้ายคลึงกัน

กลุ่มธุรกิจชุมชนมีความต้องการดังต่อไปนี้

1. การปรับปรุงเทคนิคการผลิต โดยการไปศึกษาดูงาน หรือปรึกษาผู้มีความรู้
2. พัฒนาคุณภาพสินค้าและบรรจุภัณฑ์
3. ความช่วยเหลือหรือสามารถกู้ยืมเงินซื้อเครื่องมือเครื่องจักรที่เหมาะสม
4. ปรับปรุงสถานที่ให้เหมาะสมกับการแปรรูปสินค้าอาหาร เช่น มีโรงเรือนที่สะอาดถูกสุขอนามัย
5. หาดตลาดเพิ่มขึ้น
6. การพัฒนาผู้นำกลุ่ม
7. การพัฒนาทักษะความสามารถของบุคลากรเฉพาะทาง เช่น ฝ่ายการเงิน การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์

จากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นแนวทางในการศึกษาตามวัตถุประสงค์การศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ การศึกษาถึงบริบทชุมชน บริบทธุรกิจชุมชน และการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานโดยการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มธุรกิจชุมชนกลุ่มชนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกเปา นอกจากนี้งานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยถึงรูปแบบธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ รวมทั้งองค์ประกอบที่ทำให้ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จ ซึ่งจะเป็นแนวทางในการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชน กลุ่มชนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกเปา ซึ่งจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนากลุ่มชนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกเปา ให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป



กรอบแนวความคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้นำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) ไว้ดังนี้



ภาพ 2-7 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษา เรื่อง แนวทางการพัฒนากลุ่มชนมจีนและน้ำพริก เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งเน้นวิเคราะห์การดำเนินงาน สภาพทางธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินงานกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก โดยมีระเบียบวิธีการวิจัยดังรายละเอียด ต่อไปนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก บ้านเลขที่ 127 หมู่ 3 บ้านบวกลา ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ประชากร

ประชากรที่จะทำการศึกษา คือ กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก บ้านเลขที่ 127 หมู่ 3 บ้านบวกลา ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 7 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาโดยใช้วิธีดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

1. จัดทำเวทีชาวบ้านเพื่อประชุมและชี้แจงทำความเข้าใจในการทำงานร่วมกันระหว่างนักวิจัยกับกลุ่มธุรกิจชุมชน
2. ทีมวิจัยเก็บข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับบริบทชุมชน โดยเก็บจากข้อมูลทุติยภูมิและใช้วิธีการสำรวจ การสังเกต และการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย เพื่อเก็บข้อมูลบริบทชุมชนเพิ่มเติม
3. ทีมวิจัยจัดทำสัมมนากลุ่มย่อยกลุ่มกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก เพื่อร่วมกันประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ซึ่งจะทำให้ทราบถึงศักยภาพในการดำเนินงานของธุรกิจกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ ทั้งจากหน่วยงานของภาครัฐบาลและเอกชน ได้แก่ พัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ พัฒนาชุมชนอำเภอสันทราย เว็บไซต์ www.Thaitambon.com ตลอดจนเอกสาร วารสาร รายงานการวิจัย และบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นการรวบรวมโดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) จากการจัดเวทีชาวบ้าน การสำรวจ การสังเกต และการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ (qualitative method) โดยได้ทำการวิเคราะห์และการสรุปข้อมูลไปพร้อม ๆ กับการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ ตามสภาพแวดล้อม ตามความเป็นจริงที่เกิดขึ้น จากการดำเนินงานโดยใช้การวิเคราะห์ตามกระบวนการบริหารด้านต่าง ๆ และวิเคราะห์สภาพทางธุรกิจของ กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ซึ่งประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ จุดแข็ง (strengths) จุดอ่อน (weaknesses) โอกาส (opportunities) และอุปสรรค (threats) ทางธุรกิจของกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ และรายงานผลการวิจัยในรูปของการบรรยายเชิงพรรณนา

ระยะเวลาการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการวิจัย โดยเริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2548 ถึง มีนาคม 2549 รวมทั้งสิ้นเป็นเวลาประมาณ 8 เดือน

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาขนมจีนและน้ำพริกของชุมชน ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทชุมชนตำบลหนองแห้ง บริบทธุรกิจชุมชนกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก และศึกษาถึงศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชนกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกโดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงาน สภาพทางธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินงานของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก โดยสามารถเสนอผลการวิจัยดังต่อไปนี้

บริบทชุมชนตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ประวัติความเป็นมา

ตำบลหนองแห้ง เป็นตำบลในเขตการปกครองของอำเภอสันทราย ซึ่งประกอบด้วย 11 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 1 บ้านหนองแห้ง หมู่ที่ 2 บ้านร้องเม็ง หมู่ที่ 3 บ้านบวกลา หมู่ที่ 4 บ้านทุ่งข้าวตอก หมู่ที่ 5 บ้านหนองบัว หมู่ที่ 6 บ้านดงเจริญชัย หมู่ที่ 7 บ้านคอย หมู่ที่ 8 บ้านทุ่งข้าวตอก หมู่ที่ 9 บ้านแม่ฮักพัฒนา หมู่ที่ 10 บ้านพระบาทดินนก และ หมู่ที่ 11 บ้านแม่ฮักเฉลิมพระเกียรติ

สภาพทั่วไปของตำบล

พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบเชิงเขา

อาณาเขตตำบล

ทิศเหนือ	ติดต่อ	ตำบลหลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่
ทิศใต้	ติดต่อ	ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
ทิศตะวันออก	ติดต่อ	ตำบลหลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่
ทิศตะวันตก	ติดต่อ	ตำบลเมืองเส้น อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่



ภาพ 4-1 แสดงแผนที่ของตำบลหนองแห่ย์ จังหวัดเชียงใหม่
ที่มา: ไทยตำบล คอท คอม (2548)

ตาราง 4-1 จำนวนประชากรของตำบล ในอำเภอสันทราย

หมู่ที่	บ้าน	จำนวนประชากร			ครัวเรือน
		ชาย	หญิง	รวม	
1	หนองแห่ย์	167	180	374	96
2	ร้องเม็ง	177	191	368	110
3	บวกเปา	288	335	623	208
4	ทุ่งข้าวตอก	213	229	442	133
5	หนองบัว	142	148	290	107
6	ดงเจริญชัย	311	295	606	203
7	คอย	168	150	318	101
8	ทุ่งข้าวตอกใหม่	259	283	542	200
9	แม่ฮักพัฒนา	406	385	791	241
10	พระบาทดินนก	119	114	233	60
11	แม่ฮักพัฒนาเฉลิมพระเกียรติ	269	266	535	167
รวม		2,519	2,576	5,095	1,616

ข้อมูลอาชีพของตำบล

เกษตรกรรม	ประมาณ 75%
รับจ้างทั่วไป	ประมาณ 20%
ค้าขายและอื่น ๆ	ประมาณ 5%

หน่วยธุรกิจในเขต องค์การบริหารส่วนตำบล

1. ปั่นน้ำมันและก๊าซ 11 แห่ง
(ป้อนน้ำมันหลอด หมู่ที่ 1 = 1 หมู่ที่ 2 = 1 หมู่ที่ 4 = 1
หมู่ที่ 6 = 1 หมู่ที่ 9 = 2 หมู่ที่ 10 = 1
หมู่ที่ 11 = 1)
2. โรงสี 4 แห่ง
(หมู่ที่ 3 = 1 หมู่ที่ 4 = 2 หมู่ที่ 7 = 1)

สภาพทางสังคม ประเพณีและวัฒนธรรม

แหล่งความรู้และสถาบันการศึกษา

โรงเรียนประถมศึกษา	3 แห่ง (หมู่ที่ 3 6 และ 11)
โรงเรียนมัธยมศึกษา	2 แห่ง (หมู่ที่ 3 และ 11)
โรงเรียนอาชีวศึกษา	- แห่ง
โรงเรียน/สถาบันชั้นสูง	- แห่ง
พิพิธภัณฑ์วัดร้องเม็ง	1 แห่ง (หมู่ที่ 2)
ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนตำบลหนองแห้ง	1 แห่ง (หมู่ที่ 8)
ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อการเกษตร	1 แห่ง (หมู่ที่ 4)
ศูนย์เด็กเล็ก	2 แห่ง (หมู่ที่ 4 และ 11)
ที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้าน	11 แห่ง (หมู่ที่ 1 - 11)

สถาบันและองค์กรทางศาสนา

วัด/สำนักสงฆ์	8	แห่ง (หมู่ที่ 1 2 3 4 5 6 10 และ 11)
ศาลาปฏิบัติธรรม	1	แห่ง (หมู่ที่ 8)

การสาธารณสุข

สถานีอนามัยประจำตำบล / หมู่บ้าน	2	แห่ง (หมู่ที่ 2 และ 11)
คลินิก	2	แห่ง (หมู่ที่ 7 และ 8)
สถานบำบัดรักษาผู้ป่วยเอดส์	1	แห่ง
ร้านขายยาแผนโบราณ	7	แห่ง

การบริการพื้นฐานการคมนาคม

ถนนคอนกรีต	จำนวน 33 สาย	ระยะทาง 14,697.00 เมตร
ถนนลาดยาง	จำนวน 15 สาย	ระยะทาง 17,799.50 เมตร
ถนนลูกรัง/ดิน	จำนวน 82 สาย	ระยะทาง 46,197.75 เมตร

การบริการพื้นฐานการโทรคมนาคม

ที่ทำการไปรษณีย์โทรเลข	-	แห่ง
ตู้โทรศัพท์สาธารณะ	15	ตู้
(หมู่ที่ 2 = 2 ตู้	หมู่ที่ 3 = 1 ตู้	หมู่ที่ 4 = 4 ตู้
หมู่ที่ 6 = 2 ตู้	หมู่ที่ 7 = 2 ตู้	หมู่ที่ 8 = 1 ตู้
หมู่ที่ 9 = 1 ตู้	หมู่ที่ 10 = 1 ตู้	หมู่ที่ 11 = 1 ตู้)

การบริการพื้นฐานการไฟฟ้า

ไฟฟ้าเข้าถึง จำนวน 11 หมู่บ้าน และจำนวนประชากรที่ใช้ไฟฟ้า 1,323 ครัวเรือน

แหล่งทรัพยากรธรรมชาติ,แหล่งน้ำธรรมชาติและแหล่งน้ำที่สร้างขึ้น

ลำน้ำธรรมชาติเป็นลำห้วย	8 สาย	บึง หนอง และอื่นๆ	9 แห่ง
ฝาย			20 แห่ง
บ่อน้ำตื้น			407 แห่ง
บ่อบาดาล			32 แห่ง
การประปา			14 แห่ง (หมู่ที่ 2 – 11)
พื้นที่ป่าไม้ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในหมู่ที่ 9 หมู่ที่ 10 และ 11			
หนองเก็บน้ำ	หมู่ที่ 1 5 8 9 10 และ 11		

กลุ่มมวลชนจัดตั้งในชุมชน

ลูกเสือชาวบ้าน	3	รุ่น	250	คน
ไทยอาสาป้องกันชาติ	1	รุ่น	120	คน
กองหนุนเพื่อความมั่นคงของชาติ	1	รุ่น	50	คน
อปพร.	2	รุ่น	32	คน
กลุ่มอาสาพลึงแผ่นดิน	1	รุ่น	110	คน

บริบทชุมชนหมู่บ้านบ้านบวกเปา

ประวัติความเป็นมาของหมู่บ้านบวกเปา

การศึกษาประวัติความเป็นมาของหมู่บ้านบวกเปา หมู่ที่ 3 ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เดิมที่มาของชื่อหมู่บ้าน มีตำนานเล่าว่า เมื่อประมาณหลายร้อยปีมาแล้ว ในหมู่บ้านมีบวก หมายถึง หนองน้ำ และ เปา หมายถึง ชื่อต้นไม้ใหญ่ ที่ต้นเปา เป็นไม้ยืนต้นในหมู่บ้านซึ่งมีมากในสมัยก่อน เป็นที่มาของชื่อหมู่บ้านรวมกันแล้วเป็นชื่อ หมู่บ้าน คือบ้านบวกเปา ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2464 ได้มีการตั้งโรงเรียนขึ้นชื่อโรงเรียนบวกเปาวิทยาคาร และชาวบ้านได้ร่วมกันบริจาคปัจจัยต่าง ๆ สร้างพระวิหารขึ้นใหม่เมื่อปี พ.ศ. 2477 ภายในวัดบวกเปา เมื่อมีหมู่บ้านแล้วก็ได้มีการแต่งตั้งผู้ใหญ่ขึ้นเป็นครั้งแรก โดยมีผู้ใหญ่บ้านคนแรก ชื่อ นายดี ศรีมา คนที่สองชื่อ นายคำดี สวัสดิ์ คนที่สามชื่อ นายแพง ศรีวิชัย คนปัจจุบันชื่อ นายปวัฒน์ ขำนาญ

สภาพทั่วไปของชุมชนหมู่บ้านบ้านบวกลา

โดยสภาพทางภูมิศาสตร์สมัยก่อนเริ่มก่อตั้งหมู่บ้าน สภาพทางภูมิศาสตร์ของบ้านบวกลา สมัยเริ่มตั้งหมู่บ้าน มีสภาพเป็นที่ราบ เป็นป่ามีหนองน้ำ มีบึง มีต้นไม้จำนวนมาก มีต้นไม้หลายชนิด เช่น ต้นเปา ต้นกล้วย ต้นหมาก ต้นแห้ง ต้นกุ่ม ไม้ไผ่ ต้นมะพร้าว มีน้ำและดินที่อุดมสมบูรณ์ โดยที่วิถีการผลิตในหมู่บ้านบวกลาส่วนใหญ่ประชากรในหมู่บ้านบวกลา เมื่อสมัยเริ่มก่อตั้งหมู่บ้านครั้งแรก ประกอบอาชีพทางการเกษตรเป็นหลัก ได้แก่ ทำนา ทำสวน ทำไร่ และเลี้ยงสัตว์ เนื่องจากพื้นดินมีความอุดมสมบูรณ์ให้ผลผลิตสูง ประกอบกับขณะนั้นประชาชนยังไม่ให้ความสนใจกับอาชีพค้าขาย และอาชีพรับจ้างมากนัก และส่วนใหญ่ใช้วิธีแลกเปลี่ยนสิ่งของต่อสิ่งของและช่วยเหลือด้านแรงงานซึ่งกันและกัน หรือที่เรียกว่า การลงแขก มากกว่าการซื้อและการจ้างแรงงาน

สภาพสังคม วัฒนธรรม ประเพณี การเมือง การปกครองของท้องถิ่น

ความสัมพันธ์ภายในชุมชน การศึกษาความสัมพันธ์ภายในหมู่บ้านบวกลา หมู่ที่ 3 ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในอดีตมีลักษณะของครอบครัวเป็นครอบครัวขยาย ลักษณะการตั้งบ้านเรือนจะขยายไปตามถนนหลักภายในหมู่บ้าน มีการไปมาหาสู่ระหว่างเครือญาติและเพื่อนบ้านใกล้ชิดอยู่เสมอ อีกทั้งมีการนับถือในระบบอาวุโส มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ปัจจุบันส่วนมากครอบครัวเป็นครอบครัวเดี่ยว การช่วยเหลือซึ่งกันและกันมีแต่ในหมู่เครือญาติที่น้องเท่านั้น สำหรับการสงเคราะห์และช่วยเหลือแก่เด็ก ผู้พิการ และคนชราผ่านทางหน่วยงานราชการต่าง ๆ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแห้ง (อบต.) ประชาสงเคราะห์อำเภอ ประชาสงเคราะห์จังหวัด เป็นต้น ในส่วนของ ลักษณะการเมืองของท้องถิ่น สภาพตำบลหนองแห้งได้ยกฐานะขึ้นเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลหนองแห้ง เมื่อปี พ.ศ. 2540 ต่อมาได้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล โดยมีสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลได้ 2 คน

บริบทธุรกิจชุมชนกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

บริบทธุรกิจชุมชนกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก

กลุ่มขนมจีนและน้ำพริก ตั้งอยู่ ณ บ้านเลขที่ 127 หมู่ 3 บ้านบวกเปา ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดย คุณเทอดศักดิ์ แสงพระเวส เป็นผู้ริเริ่มก่อตั้ง โดยสืบเนื่องจากการล้มเหลวในธุรกิจก่อสร้างจึงได้ริเริ่มกิจการโรงงานขนมจีนจากเงินลงทุนจำนวน 40,000 บาท โดยได้ต้นแบบจากการไปดูงานที่จังหวัดเชียงราย หลังจากนั้นได้เริ่มดำเนินงานในปี 2542 โดยได้ร่วมกันทำกับสมาชิกในครอบครัวเป็นโรงงานเล็กๆ และมีจุดจำหน่ายสินค้าอยู่ในตลาดบ่อหิน อำเภอดอยสะเก็ด

ต่อมาคุณเทอดศักดิ์ได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ถึงการรวมกลุ่มซึ่งจะทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินงานของกิจการและการขอสิทธิประโยชน์หรือความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของรัฐ องค์กร และกลุ่มชาวบ้านได้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ในลักษณะเครือข่ายชุมชน การแนะนำอบรมจากหน่วยงานของรัฐและการกู้ยืมเพื่อลงทุน เป็นต้น ดังนั้น จึงได้ริเริ่มใช้ชาวบ้านมารวมกลุ่มกันขึ้น โดยรวมตัวเป็นกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก ในตอนแรกนั้นเริ่มจากการชักชวนชาวบ้านในหมู่บ้านที่รู้จักคุ้นเคยกัน ซึ่งแต่เดิมจะมีอาชีพทำการเกษตรแต่เพียงอย่างเดียว ซึ่งรายได้ไม่สามารถที่จะรองรับกับรายจ่ายที่ประสบอยู่ทุกวันได้ เนื่องจากพืชผลทางการเกษตร เป็นรายได้ที่ไม่แน่นอน รายได้แต่ละปีไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้อีกหลายประการ ทำให้แต่ละครอบครัวต้องหารายได้มาจุนเจือครอบครัวให้ได้มากขึ้นกว่าเดิม โดยบุคคลที่ชักชวนมารวมกลุ่มนั้นจะเข้ามาเป็นหุ้นส่วนในการดำเนินงานกิจการทั้งในด้านเงินทุนและแรงงาน ซึ่งจะเป็นในรูปแบบแรงงานนั้นจะเข้าช่วยในการผลิตและร่วมตัดสินใจในการดำเนินงาน ส่วนทางด้านเงินทุนคุณเทอดศักดิ์ จะเป็นหุ้นส่วนใหญ่ ปัจจุบันกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกมีสมาชิกทั้งหมด 6 คน ในการดำเนินกิจการและทำการจดทะเบียนเป็นรัฐวิสาหกิจชุมชนชื่อ กลุ่มทำขนมจีน บ้านบวกเปา

จากการดำเนินงานดังกล่าวทำให้สามารถขยายฐานการตลาดจากลูกค้าทั่วไปเป็นลูกค้าที่ต้องส่งสินค้าเป็นประจำทำให้กิจการมีลูกค้าที่แน่นอน ซึ่งมียอดการผลิตต่อวันประมาณ 600 กิโลกรัม หลังจากได้ผลิตขนมจีนมาได้ระยะหนึ่ง ในปี 2546 ก็ได้มีแนวคิดที่จะทำน้ำพริกสำหรับทำน้ำขนมจีน เนื่องจากเห็นว่าสินค้าประเภทนี้เป็นของรับประทานคู่กันกับขนมจีน โดยเริ่มแรกได้ทดลองทำน้ำพริกขนมจีน ที่ใช้ทำเป็นน้ำเงี้ยว โดยจัดทำเป็นถุงเล็กๆ สามารถเก็บไว้

ได้นานประมาณ 1 เดือนและทำการตั้งชื่อว่า น้ำขมจีนบวกเป่าสูตรแม่อำพร ซึ่งมียอดขาย
ได้ดีพอสมควร สามารถช่วยเสริมให้กิจการมีรายได้มากขึ้น หลังจากดำเนินงานมาได้ประมาณปี
2547 ก็ได้รับเลือกให้เป็นสินค้า OTOP ระดับ 2 ดาว และได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงาน
การศึกษานอกโรงเรียน (กศน.) ให้ทดลองทำน้ำพริกข้าวซอย รวมทั้งได้พัฒนาสินค้าให้มีบรรจุ
ภัณฑ์ที่สวยงามและสะดวกต่อการนำไปใช้บริโภค

แต่เนื่องจากกลุ่มชนจีนและน้ำพริกได้ตระหนักถึงการทำธุรกิจชุมชนที่อาศัยความ
ช่วยเหลือจากภาครัฐเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้ธุรกิจชุมชนมีความยั่งยืนได้ ถึงแม้ว่าจะมี
การช่วยเหลือและส่งเสริมจากภาครัฐในโครงการต่าง ๆ มากมาย เช่น นโยบายการสนับสนุน
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product, OTOP) ของรัฐบาลก็ตาม แต่การ
ให้ความช่วยเหลือกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนเป็นไปอย่างไม่ทั่วถึง บางครั้งการให้ความ
ช่วยเหลือก็ไม่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน รวมทั้งความไม่จริงจังในการ
สนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จากเหตุผลดังกล่าว ดังนั้นทาง
กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน กลุ่มชนจีนและน้ำพริก ที่ผลิตสินค้าประเภทขนมจีนและ
น้ำพริก ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจหนึ่งในกลุ่ม ธุรกิจชุมชน ในเขตตำบลหนองแห่ย์ อำเภอสันทราย
จังหวัดเชียงใหม่ จึงมีความมุ่งมั่นในพัฒนากลุ่มชนจีนและน้ำพริกให้สามารถดำเนินธุรกิจให้
ยั่งยืนได้ สามารถรักษาสถาและยอดขาย เพื่อรองรับกับการแข่งขันในด้านต่างๆ ของธุรกิจนี้ใน
อนาคต รวมทั้งสามารถนำธุรกิจของกลุ่มเข้าเชื่อมโยงหาแนวร่วมทางธุรกิจกับกลุ่มธุรกิจชุมชน
อื่น ๆ ได้ ซึ่งการศึกษาหาแนวทางการพัฒนาธุรกิจนั้นจะต้องเข้าใจจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และ
อุปสรรคในการทำธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการตลาด การเงิน การผลิต และการบริหารจัดการ
รวมทั้งการสร้างแนวร่วมทางธุรกิจ หรือสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชนจีนและน้ำพริกกับ
กลุ่มธุรกิจชุมชนอื่นใกล้เคียง ไม่ว่าจะเป็นในเขตตำบลสันป่าเป้า ตำบลหนองแห่ย์และตำบล
สันทรายหลวง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีรูปแบบความสัมพันธ์ในลักษณะการพึ่งพา
อาศัยซึ่งกันและนอกเหนือจากรูปแบบความสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าวแล้ว กลุ่มธุรกิจชุมชน
จะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการทำกิจกรรมร่วมกันในรูปแบบของการถ่ายทอด
ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่สมาชิกในชุมชน ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวล้วนเกิดจากการสร้างสรรค์งาน
โดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายก่อเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่เต็มไปด้วยคุณค่าทาง
วัฒนธรรม ศิลปะ และหัตถกรรม รวมทั้งเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

สภาพการดำเนินงานปัจจุบัน ของกลุ่มธุรกิจชุมชนกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก

ด้านการบริหารจัดการ

ลักษณะการก่อตั้งกลุ่มนั้นเป็นเริ่มจากผู้นำกลุ่มดำเนินการอยู่ก่อนแล้วแต่เนื่องจากแนวคิดในการดำเนินการของเจ้าของธุรกิจต้องการแนวร่วมในการดำเนินงานในลักษณะการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินงานของกิจการและการขอสิทธิประโยชน์หรือความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของรัฐ องค์กร และกลุ่มชาวบ้านได้ในรูปแบบต่างๆ เช่น ในลักษณะเครือข่ายชุมชน การแนะนำอบรมจากหน่วยงานของรัฐและการกู้ยืมเพื่อลงทุน ตลอดจนต้องการเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกในชุมชน ดังนั้น จากการศึกษาจะเห็นว่าการบริหารจัดการจะเป็นแบบครอบครัวโดยที่ผู้นำกลุ่มคือคุณเทอดศักดิ์ จะเป็นผู้ดูแลการจัดการทั้งหมดและมีสมาชิกกลุ่มเหลือในการสนับสนุนด้านความคิด ข้อเสนอแนะ และพนักงานจะเป็นแรงงานในด้านการผลิต

การวางแผนงาน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก มีรูปแบบของการวางแผน ดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vision) กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ยังไม่ได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ในแผนอย่างชัดเจน แต่จะกำหนดในรูปแบบของแนวความคิดที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น การวางรูปแบบบรรจุภัณฑ์ การปรับปรุงพื้นที่ของโรงงาน และการผลิตสินค้าอื่น ๆ ที่มีการผลิตโดยเป็นส่วนประกอบอาหารเพื่อใช้เป็นสินค้าเสริมรายได้ รวมทั้งมีแนวคิดที่จะทำสินค้าให้มีคุณภาพตามมาตรฐานสากลภายใต้แนวการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถทำให้ผู้บริโภคยอมรับและมอบความไว้วางใจด้านคุณภาพและคุณประโยชน์

ด้านการกิจ (Missions) กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ยังไม่ได้กำหนดภารกิจไว้ในแผนอย่างชัดเจน แต่มีแนวคิดที่จะทำให้ชนมจีนสามารถขยายตลาดให้มากขึ้นเช่น ตลาดต่างอำเภอรอบนอกของจังหวัดเชียงใหม่และตลาดในต่างจังหวัด โดยใช้ระบบตัวแทนกระจายสินค้า นอกจากนี้ ในส่วนของน้ำพริกชนมจีนและน้ำพริกแกงพื้นเมืองสูตรแม่อำพร จะทำการพัฒนาให้มีรสชาติอร่อย มีความแตกต่างจากคู่แข่ง สดวกในการนำมาปรุงอาหาร ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังห้างสรรพสินค้าและตลาดใหญ่ ๆ ชั้นนำทั่วประเทศ

ด้านวัตถุประสงค์ (objectives) และ เป้าหมาย (goals) กลุ่มขนมจีนและน้ำพริก มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินงานไว้หลายด้าน โดยเน้นในเรื่องของการรวมกลุ่มกัน เพื่อหาแนวทางในการที่เพิ่มศักยภาพในการการผลิต เช่นการหาแหล่งทุนเพื่อซื้ออุปกรณ์ที่ช่วยในการผลิตที่สะดวกและรวดเร็วขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้สามารถผลิตได้มากทำให้สามารถขยายตลาดให้ได้มากขึ้นด้วย ทางกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกยังต้องการ เป็นผู้นำในการทำขนมจีนและน้ำพริกถึงสำเร็จรูปสำหรับน้ำพริกขนมจีนและน้ำพริกแกงพื้นเมืองถึงสำเร็จรูป มีภาพลักษณ์ (Brand Image) ที่เด่นชัด รสชาติเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทุกกลุ่ม และสามารถนำขนมจีนและมีน้ำพริกขนมจีนพื้นเมืองสูตรแม่อำพร วางขายในทุกพื้นที่

ด้านกลยุทธ์ (strategies) ทางกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกกำหนดกลยุทธ์หลายรูปแบบ เพื่อให้การทำขนมจีนและน้ำพริกถึงสำเร็จรูปสำหรับน้ำพริกขนมจีนและน้ำพริกแกงพื้นเมืองถึงสำเร็จรูป มีภาพลักษณ์ (Brand Image) ที่เด่นชัด รสชาติเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทุกกลุ่ม และสามารถขยายฐานการตลาดได้มากขึ้น โดยทางผู้นำกลุ่มเป็นผู้กำหนดนโยบายและวิธีดำเนินงาน เช่น การขายสินค้าเป็นระบบเงินเชื่อ การจัดส่งสินค้าให้ใช้ระบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสะอาดและการใช้มาตรฐานรับรองจากหน่วยงานต่างๆด้านอาหารเพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ ในมาตรฐานสินค้า ตลอดจนการใช้หลักของการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและซื่อสัตย์ ตรงเวลากับลูกค้า (Customer relationship)

ด้านกระบวนการ (procedures) กลุ่มขนมจีนและน้ำพริก ในส่วนของสมาชิกกลุ่มไม่มีการจัดแสดงขั้นตอนของกระบวนการการทำงานไว้อย่างชัดเจน การกำหนดหน้าที่รับผิดชอบของจะขึ้นอยู่กับกรมอบหมายงานจากผู้นำกลุ่ม ซึ่งเป็นในลักษณะของความร่วมมือเป็นหลัก โดยในส่วนของกรผลิต สมาชิกจะรับข้อมูลจากคุณเทอดศักดิ์ ซึ่งเป็นผู้นำกลุ่ม โดยจะเป็นผู้แจ้งไปยังสมาชิกเพื่อขอให้มาช่วยในการผลิต ซึ่งจะเป็นในกรณีที่มีการผลิตสินค้าเป็นจำนวนมากเกินกำลังแรงงานในที่มืออยู่ ส่วนในด้านกรตลาดและการบริหาร สมาชิกจะได้รับแจ้งจากทางผู้นำกลุ่มให้มาร่วมประชุมปรึกษาหารือกันเพื่อกำหนดแนวทางในการหาตลาด การฝึกอบรม และการแจ้งผลการดำเนินงานของกลุ่ม ซึ่งการดำเนินงานและรูปแบบของการประชุมจะเป็นลักษณะที่ไม่เป็นทางการนัก เนื่องจากว่าสมาชิกเป็นคนในท้องถิ่นเดียวกัน การพบกัน พูดคุย ปรึกษากัน ก็ทำได้ง่าย และการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นไปตามความสมัครใจของสมาชิก ผลประโยชน์ตอบแทนแก่สมาชิกจะได้รับเมื่อเข้ามาทำงานหรือร่วมกิจกรรมซึ่งจะเป็นค่าตอบแทนรายวันหรือตามสัดส่วนการทำงาน สำหรับในส่วนของพนักงานแรงงานจะมีการจัดขั้นตอนของกระบวนการทำงานไว้อย่างชัดเจนโดยผู้นำกลุ่มจะทำ การแบ่งงานให้พนักงานในส่วนต่างๆเพื่อดูแลขั้นตอนการผลิต ซึ่ง ปัจจุบันมีจำนวนคนงานประจำ 5 คน โดยแบ่งการทำงานเป็นคนทำขนมจีน 4 คน และทำ

น้ำพริก 1 คน และถ้าหากในช่วงที่มีความต้องการสินค้าในปริมาณมากก็จะมีกลุ่มสมาชิกเข้ามาช่วยในการผลิต ส่วนการคัดเลือกวัตถุดิบในการผลิต เช่น แป้งที่ใช้ทำขนมจีนและพริกนั้น ทางผู้นำกลุ่มจะเป็นผู้ดูแลเอง

ด้านกฎระเบียบ (Rules and Regulations) กลุ่มขนมจีนและน้ำพริก ดำเนินงานโดยไม่มีการกำหนดหลักเกณฑ์ กฎระเบียบ ของกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นในด้านการอรรถประโยชน์ของสมาชิก เวลาในการปฏิบัติงาน การเข้าออกในช่วงเวลาทำงาน การขาดลา ฯลฯ เนื่องจากสมาชิกจะได้รับรายได้ก็ต่อเมื่อเข้าร่วมทำงานในด้านการผลิตและจัดจำหน่ายเป็นหลัก

จึงพอสรุปได้ว่าทางกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก มีรูปแบบของการวางแผนการปฏิบัติงานที่ไม่สมบูรณ์นัก เนื่องจากไม่มีการกำหนดภารกิจ วิสัยทัศน์ และเป้าหมายของกิจการอย่างชัดเจน เป็นแต่เพียงแนวคิดไม่ได้กำหนดออกมาเป็นรูปแบบและแผนงานอย่างแท้จริงเพื่อให้ใช้ในการปฏิบัติได้ รวมถึงการตั้งกฎระเบียบการปฏิบัติงานที่เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อกำหนดเป็นเงื่อนไขหรือแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันอย่างชัดเจนและการรับผิดชอบงานทั้งหมดนั้นทางผู้นำกลุ่มไม่ได้กระจายงานให้สมาชิกเป็นผู้ดำเนินการและรับผิดชอบเพื่อให้การดำเนินธุรกิจอยู่ได้บนพื้นฐานของรูปแบบกิจการที่เป็นลักษณะการรวมกลุ่มแต่จะมีลักษณะที่ผู้นำกลุ่มจะเป็นแกนหลักของกิจการ จึงทำให้การดำเนินธุรกิจอาจจะยุ่งยากถ้าหากผู้นำกลุ่มไม่สามารถทำงานได้หรือติดภาระ ภารกิจอื่น

การปฏิบัติตามแผนงาน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มขนมจีนและน้ำพริกไม่ได้มีการปฏิบัติตามแผน เนื่องจากการดำเนินงานของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกไม่ได้มีการวางแผนงานเป็นรูปแบบ และการดำเนินงานของกลุ่มเป็นไปในลักษณะที่ผู้นำกลุ่มต้องการแนวร่วมในการดำเนินงานในลักษณะการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินงานของกิจการและการขอสิทธิประโยชน์หรือความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของรัฐ องค์กร และกลุ่มชาวบ้านได้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ในลักษณะเครือข่ายชุมชน การแนะนำอบรมจากหน่วยงานของรัฐ และการกู้ยืมเพื่อลงทุน ตลอดจนต้องการเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกในชุมชน ดังนั้น แผนงานต่าง ๆ จึงเป็นการกำหนดโดยผู้นำกลุ่มที่ใช้กับพนักงานเป็นส่วนใหญ่ เช่น แผนการกำหนดกำลังการผลิต การวางแผนงานด้านการเก็บวัตถุดิบ และการวางแผนการตลาด การจัดส่งสินค้า เป็นต้น

การประเมินผล

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มขนมจีนและน้ำพริก ไม่มีระบบการประเมินผลการดำเนินงาน เนื่องจากการดำเนินงานของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก เป็นการดำเนินงานแบบง่าย ๆ ตามแนวคิด

การดำเนินงานของผู้นำกลุ่ม ซึ่งไม่ต้องการให้เกิดความยุ่งยากในการดำเนินงานและใช้ผลกำไรจากการดำเนินงานเป็นตัวชี้วัด เช่น ถ้ามีเงินได้จากการขายมากก็ถือว่าการดำเนินงานเป็นไปในแนวทางที่ดี

การจัดองค์กร

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก มีการจัดองค์กรแบบเป็นทางการ เนื่องจากกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก เป็นกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นในรูปแบบรัฐวิสาหกิจชุมชนมีสมาชิกทั้งสิ้นทั้งหมด 7 คน เป็นการรวมตัวกันโดยชักชวนของผู้นำกลุ่มซึ่งจะเป็นชาวบ้านในหมู่บ้านที่รู้จักคุ้นเคยกัน โดยบุคคลที่ชักชวนมารวมกลุ่มนั้นจะเข้ามาเป็นหุ้นส่วนในการดำเนินงานกิจการ ซึ่งจะเป็นในรูปแบบแรงงานนั้นจะเข้าช่วยในการผลิตและร่วมตัดสินใจในการดำเนินงานความสมัครใจของสมาชิกกลุ่ม และพนักงานที่เป็นแรงงานในการผลิตจำนวน 5 คน ที่ได้รับการคัดเลือกมาจากผู้นำกลุ่มซึ่งเป็นพนักงานประจำที่ได้รับเงินค่าจ้างเป็นเงินเดือน

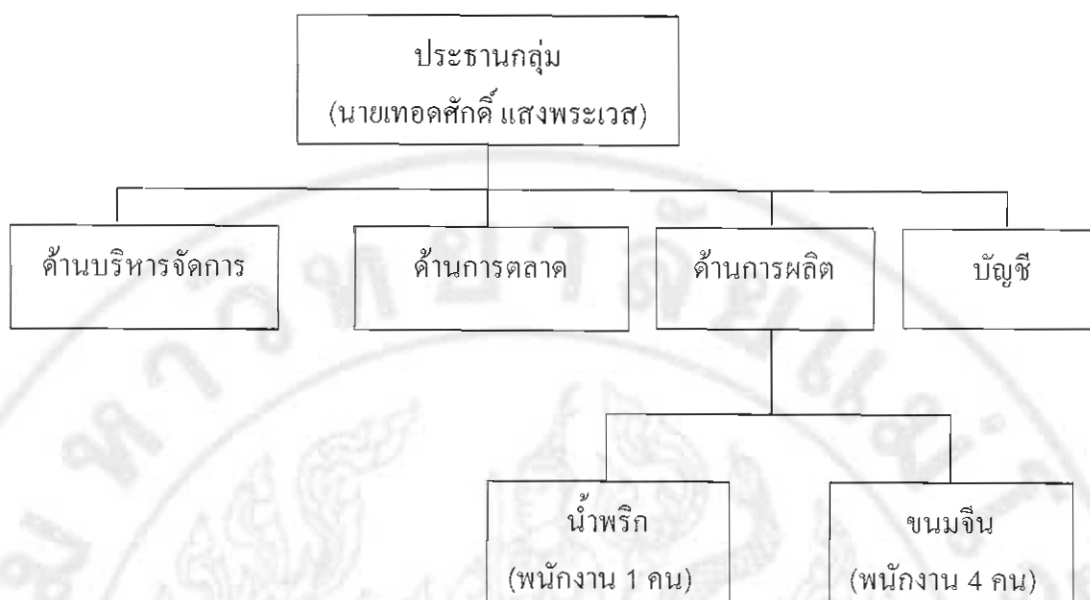
โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างขององค์กรสามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบ คือ

1. รูปแบบของกลุ่มชนมจีนและน้ำพริกที่จดทะเบียนในรูปรัฐวิสาหกิจชุมชนมีสมาชิกทั้งหมด 7 คน ในการดำเนินกิจการประกอบด้วย

นายเทอดศักดิ์ แสงพระเวส	ประธานกลุ่ม
นางธิดา ชำนาญ	รองประธานกลุ่ม
นางมาลี สอาดล้วน	เลขา
นางมณี บุญเลิศ	เหรัญญิก
นางอุบล ลาวิชัย	สมาชิก
นางผัด วิริยา	สมาชิก
นางสาวฟองจันทร์ ชำนาญ	สมาชิก

2. รูปแบบของโครงสร้างขององค์กรตามผังการทำงานโดยทุกส่วนจะดูแลโดยคุณเทอดศักดิ์และพนักงานประจำ จำนวน 5 คน และมีสมาชิกกลุ่มมาช่วยในบางครั้งในกรณีต้องการเร่งการผลิต



ภาพ 4-2 โครงสร้างขององค์กรตามผังการทำงานของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก

การจัดการทรัพยากรบุคคล

การสรรหา (Recruitment) กลุ่มขนมจีนและน้ำพริก มีการสรรหาบุคลากรและแรงงาน โดยแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ แรงงานจากในท้องถิ่น โดยจะเป็นการนำสมาชิกกลุ่มมาทำการฝึกอบรมในกระบวนการผลิตเพื่อเป็นแรงงานในกรณีที่ต้องการเร่งกระบวนการผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และแรงงานอีกรูปแบบหนึ่งเป็นแรงงานนอกท้องถิ่น ซึ่งจะเป็นพนักงานประจำโดยการสรรหาจะเน้นพนักงานที่มีความอดทนและขยันเนื่องจากกระบวนการผลิตนั้นต้องทำงานอยู่ตลอดเวลาตามความต้องการของลูกค้า โดยส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานต่างด้าวจากประเทศพม่า เนื่องจากค่าแรงถูกและมีความขยันอดทนและสามารถสอนงานได้ง่าย

การคัดเลือกสมาชิก กลุ่ม ขนมจีนและน้ำพริก ไม่ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกสมาชิกเข้าสู่กลุ่ม การเข้ามาของสมาชิกจะเป็นในรูปแบบความสมัครใจ ส่วนใหญ่จะเป็นบุคคลที่คุ้นเคยรู้จักกันในหมู่บ้าน โดยการคัดเลือกสมาชิกของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก นั้น จะเข้ามาเป็นหุ้นส่วนในการดำเนินงานกิจการทั้งในด้านแรงงาน โดยจะเข้าช่วยในการผลิตและร่วมตัดสินใจในการดำเนินงานและการพัฒนาธุรกิจ

การฝึกอบรม (Training) กลุ่มขนมจีนและน้ำพริกมีการฝึกอบรมการปฏิบัติงานให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน การฝึกอบรมส่วนใหญ่ของกลุ่ม ผู้นำกลุ่มจะเป็นผู้ดูแลและในการฝึกอบรมทั้งหมดจะ

เป็นการปฏิบัติงานจะใช้วิธีที่พูดคุยกันแบบไม่เป็นทางการ จะเป็นการฝึกปฏิบัติงานในส่วนของการผลิตการทำขนมจีนและน้ำพริก ซึ่งจะมีการสอนงานโดยให้ทดลองทำจริง (On the Job Training) โดยจะเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมอุปกรณ์ไปจนถึงขั้นตอนการผลิตอย่างละเอียดหลังจากที่เข้าใจแล้วทางผู้นำกลุ่มโดยคุณเทอดศักดิ์ ก็จะปล่อยให้ทำงานโดยอิสระและมีการกำกับดูแลเป็นบางครั้ง เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดเนื่องจากความประมาทในการทำงานกับอุปกรณ์

แรงจูงใจ (Motivation) สามารถแบ่งเป็นสองส่วนเนื่องจากลักษณะของกลุ่มมีทั้งบุคคลที่เป็นสมาชิกกลุ่มและพนักงานประจำคือ ส่วนแรกจะเป็นการสร้างแรงจูงใจภายในกลุ่มสมาชิก กลุ่มขนมจีนและน้ำพริกจะมีการทำงานโดย สมาชิกจะรับข้อมูลจากคุณเทอดศักดิ์ ซึ่งเป็นผู้นำกลุ่ม โดยจะเป็นผู้แจ้งไปยังสมาชิกเพื่อขอให้มาช่วยในการผลิต ซึ่งจะเป็นในกรณีที่มีการผลิตสินค้าเป็นจำนวนมากเกินกำลังแรงงานในที่มืออยู่ ส่วนในด้านการตลาดและการบริหาร สมาชิกจะได้รับแจ้งจากทางผู้นำกลุ่มให้มาร่วมประชุมปรึกษาหารือกันเพื่อกำหนดแนวทางในการหาตลาด การฝึกอบรม และการแจ้งผลการดำเนินงานของกลุ่ม ซึ่งการดำเนินงานและรูปแบบของการประชุมจะเป็นลักษณะที่ไม่เป็นทางการนัก เนื่องจากว่าสมาชิกเป็นคนในท้องถิ่นเดียวกัน การพบกัน พูดคุย ปรึกษากัน ก็ทำได้ง่าย และการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นไปตามความสมัครใจของสมาชิก ผลประโยชน์ตอบแทนแก่สมาชิกจะได้รับเมื่อเข้ามาทำงานหรือร่วมกิจกรรมซึ่งจะเป็นค่าตอบแทนรายวันหรือตามสัดส่วนการทำงาน และการเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่ม ผู้นำกลุ่มจะให้อิสระการร่วมทำงานโดนทุกคนสามารถทำงานประจำอยู่ได้ตามปกติ ส่วนที่สองจะเป็นการสร้างแรงจูงใจในกลุ่มพนักงาน เนื่องจากพนักงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานต่างด้าว ดังนั้นทางกลุ่มขนมจีนโดยผู้นำกลุ่มจะดูแลในด้านความเป็นอยู่ทั้งที่พัก อาหาร และสวัสดิการด้านพื้นฐานทั้งหมดรวมทั้งให้เงินเดือนโดยแบ่งเป็นงวด ๆ และในกรณีฉุกเฉิน เช่น ต้องการเดินทางกลับบ้าน เจ็บป่วย เป็นต้น ซึ่งการดูแลพนักงานจะเป็นแบบครอบครัว โดยถือว่าพนักงานทุกคนเป็นสมาชิกในครอบครัวทำให้เกิดความผูกพันซึ่งกันและกัน และความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน

การรักษาไว้ (Retention) กลุ่มขนมจีนและน้ำพริก ไม่ได้กำหนดแนวทางการรักษาไว้ซึ่งสมาชิก และผู้ปฏิบัติงานของกลุ่มไว้เป็นลายลักษณ์อักษร โดยกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก ถือว่าสมาชิกและผู้ปฏิบัติงานทุกคนเข้ามาด้วยความสมัครใจ และเนื่องแนวความคิดในการรวมกลุ่มเกิดขึ้นจากผู้นำกลุ่มถึงเห็นถึงประโยชน์ถึงการรวมกลุ่มซึ่งจะทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินงานของกิจการและการขอสิทธิประโยชน์หรือความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของรัฐ องค์กร และกลุ่มชาวบ้านได้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ในลักษณะเครือข่ายชุมชน การแนะนำอบรมจากหน่วยงานของรัฐ และการกู้ยืมเพื่อลงทุน เป็นต้น ดังนั้น แนวทางการทางการรักษาไว้ซึ่งสมาชิก และผู้ปฏิบัติงานของกลุ่มจึงเป็นไปตามค่าตอบแทนในรูปตัว

เงินจากการร่วมกิจกรรมทำงานและความเป็นหุ้นส่วนในด้านจิตใจเช่น ลักษณะเกิดความเอื้อเพื่อต่อกันและกันภายในกลุ่ม การช่วยเหลือในกิจการต่าง ๆ ของสมาชิก และการได้แบ่งปันด้านความคิดในการประกอบอาชีพ

ในด้านระบบการบริหารจัดการของกลุ่มชนมจีนและน้ำพริกจะเห็นว่าการดำเนินงานด้านระบบบริหารทั้งหมดยังเป็นลักษณะคล้ายกับการดำเนินงานธุรกิจแบบครอบครัวเหมือนเดิม แต่มีการรวมกลุ่มในลักษณะการช่วยซึ่งกันและกัน ดังนั้นการบริหารจึงดำเนินได้ภายใต้การนำของผู้นำกลุ่มและครอบครัวเป็นผู้กำหนดแนวทางหลักและในการดูแลพนักงานก็จะดูแลในลักษณะเหมือนเป็นคนครอบครัวเดียวกัน ตลอดจนการทำงานของกลุ่มจะอาศัยความสามารถของคุณเทอดศักดิ์ ที่ยึดหลักการทำงานคือ ความซื่อสัตย์ ความตรงต่อเวลา และเป็นบุคคลที่มีวิสัยทัศน์ในการดำเนินกิจการและรอบรู้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งเป็นผู้มีประสบการณ์ทำงานหลายด้าน และเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์เยี่ยม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญอย่างมากทำให้การดำเนินงานที่เป็นรูปแบบทั้งในลักษณะคุณภาพสินค้าและการบริการของกิจการ

การบริหารจัดการด้านการผลิต

กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก มีการบริหารจัดการด้านการผลิตดังนี้

ทำเลที่ตั้ง ตั้งอยู่ ณ บ้านเลขที่ 127 หมู่ 3 บ้านบวกเป่า ตำบลหนองแห่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นทั้งสถานที่ผลิต และสถานที่จำหน่ายโดยจะเป็นบ้านของผู้นำกลุ่มคือคุณเทอดศักดิ์



ภาพ 4-3 แสดงทำเลที่ตั้งของกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก



ภาพ 4-4 แสดงภายในโรงงานผลิต ขนมนมจิ้น



ภาพ 4-5 แสดงภายในสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มขนมนมจิ้นและน้ำพริก

กลุ่มขนมนมจิ้นและน้ำพริกเป็นกลุ่มที่ดำเนินกิจการที่ทำการผลิตสินค้าอยู่ 2 ประเภท คือ ขนมนมจิ้นและน้ำพริกที่ใช้เป็นน้ำขนมนมจิ้น ซึ่งทั้งสองผลิตภัณฑ์สามารถใช้รับประทานร่วมกัน แต่กระบวนการผลิตต่างกัน ดังนั้น การบริหารจัดการด้านการผลิตจึงต่างกัน จึงสามารถแยกการผลิตเป็นส่วนของการผลิตขนมนมจิ้นและการผลิตน้ำพริก

การผลิตขนมจีน ปัจจุบันการผลิตมีแรงงานอยู่ 4 คน ไม่ได้แบ่งงานตามหน้าที่แต่จะทำงานในลักษณะช่วยกันทำงานทุกคนสามารถทำงานทดแทนกันได้ กระบวนการผลิตแสดงดังภาพ 4-6 โดยที่กระบวนการจะเริ่มจากนำแป้งที่ทำเก็บไว้มาทำการต้มในน้ำเดือดประมาณ 45 นาที ซึ่งที่โรงงานจะมีเตาต้มอยู่ 1 เตา โดยจะสามารถต้มได้ประมาณ ครั้งละ 4-6 ถัง ๆ ละ 10 กิโลกรัม หลังจากนั้นนำแป้งที่ต้มแล้วมาใส่ในเครื่องผสมซึ่งทางโรงงานจะมีอยู่ 2 เครื่อง เครื่องหนึ่งสามารถผสมและตีแป้งได้ 80 กิโลกรัม ระยะเวลาในการตีแป้งจะใช้เวลา 45 นาที ถึง 1 ชั่วโมง จากนั้นนำมาเข้าเครื่องทำเป็นเส้นโดยจะเป็นหัวรีดให้เป็นเส้นแล้วแช่ลงในน้ำร้อนจะมีอยู่ 2 เครื่อง ขั้นตอนสุดท้ายจะนำขนมจีนมาทำการล้างน้ำสะอาดแล้วบรรจุลงถาดเพื่อเตรียมจัดส่งให้กับลูกค้า

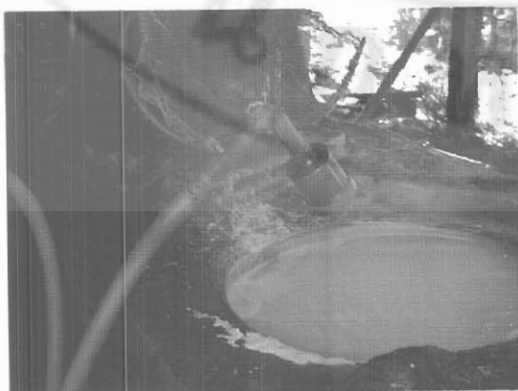


ภาพ 4-6 กระบวนการผลิตขนมจีน

กระบวนการทั้งหมดได้ถูกวางแผนและกำหนดการทำงานโดยใช้ประสบการณ์ของคุณเทอดศักดิ์ ซึ่งแบ่งเป็นการพิจารณาการสั่งซื้อวัตถุดิบจะใช้ปริมาณการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า ส่วนทางด้านแรงงานจะไม่ได้มีการวางแผนมากนักเนื่องมีการจ้างแรงงานประจำซึ่งจะรับผิดชอบค่าอาหารและที่พักให้ ปัจจุบันมีพนักงานอยู่ 5 คน แต่ถ้าช่วงที่มีปริมาณการสั่งซื้อมาก ๆ จะมีสมาชิกกลุ่มเข้ามาช่วยในการผลิต



ภาพ 4-7 กระบวนการผลิตขนมจีนบริเวณการผลิตในส่วนของการนวดและกรองแป้ง



ภาพ 4-8 กระบวนการผลิตขนมจีนบริเวณการผลิตในส่วนของการขึ้นรูปเป็นขนมจีนให้เป็นเส้น



ภาพ 4-9 กระบวนการผลิตขนมจีนในการจัดเก็บขนมจีนเพื่อรอการจำหน่าย

การคัดเลือกปัจจัยการผลิตของการผลิตขนมจีน คือ วัสดุที่นำมาเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการทำขนมจีนคือแป้ง ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่เป็นสูตรพิเศษโดยใช้อยู่ 4 ชนิด ประกอบด้วยแป้งสดและแป้งหมักโดยจะมีขายอยู่ที่จังหวัดเชียงราย ซึ่งคุณเทอดศักดิ์ ผู้นำกลุ่มจะรับผิดชอบในการจัดหา โดยจะเป็นเจ้าประจำที่ติดต่อซื้อขายกันมาตั้งแต่เริ่มดำเนินกิจการ ลักษณะของแป้งแต่ละชนิดก็จะเป็นสูตรเฉพาะ ถ้าเกิดรายใดรายหนึ่งเลิกผลิตหรือผลิตให้ไม่ทันจะทำให้ทางกลุ่มต้องทำการใช้ส่วนผสมของแป้งแบบที่แตกต่างไปจากเดิม แต่ก็จะมีสูตรในการผสมแป้งที่ทดแทนสูตรเดิมได้ ทางกลุ่มจะมีการซื้อวัตถุดิบเก็บไว้พอประมาณตามการคาดการณ์จากประสบการณ์ของผู้ในกลุ่ม

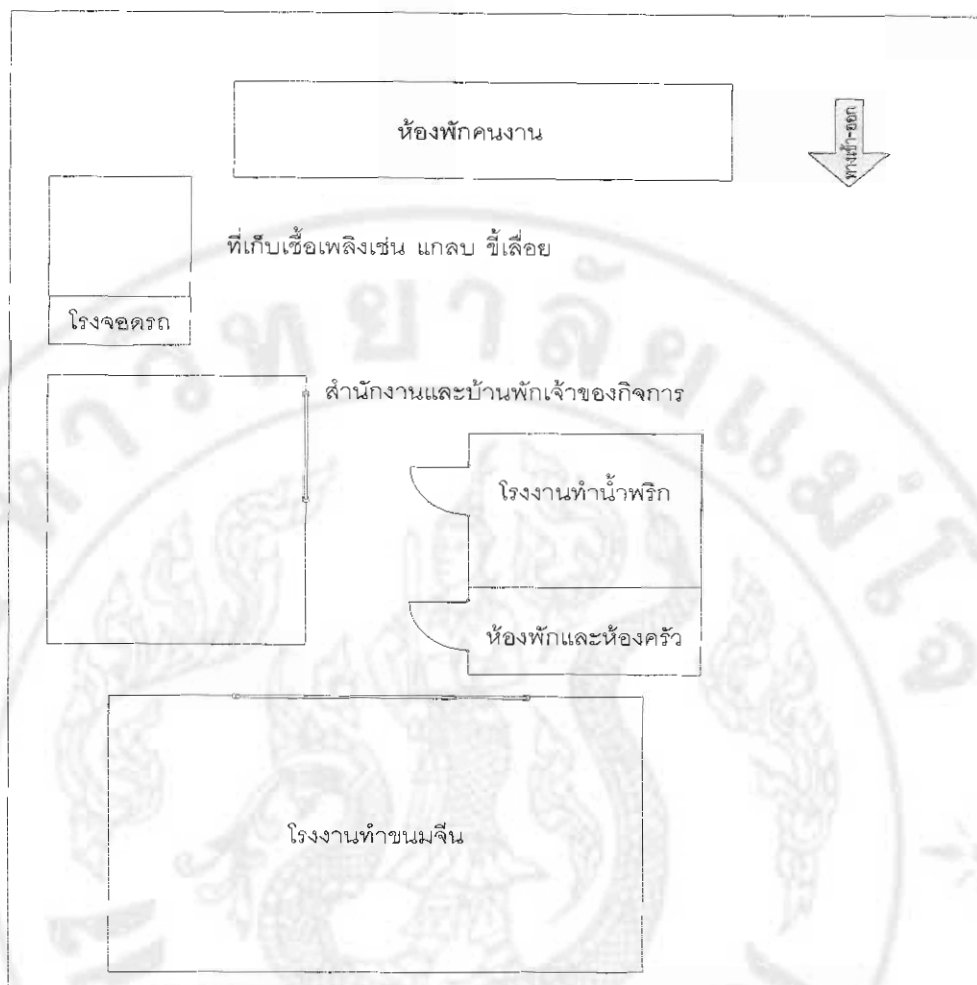
ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของกลุ่ม ที่เป็นค่าใช้จ่ายผันแปร ก็ได้แก่ ค่าแรง ค่าวัตถุดิบ ส่วนค่าใช้จ่ายคงที่ ได้แก่ ค่าไฟ ค่าน้ำ โดยจะคิดเป็นค่าใช้จ่ายประจำเดือน



ภาพ 4-10 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

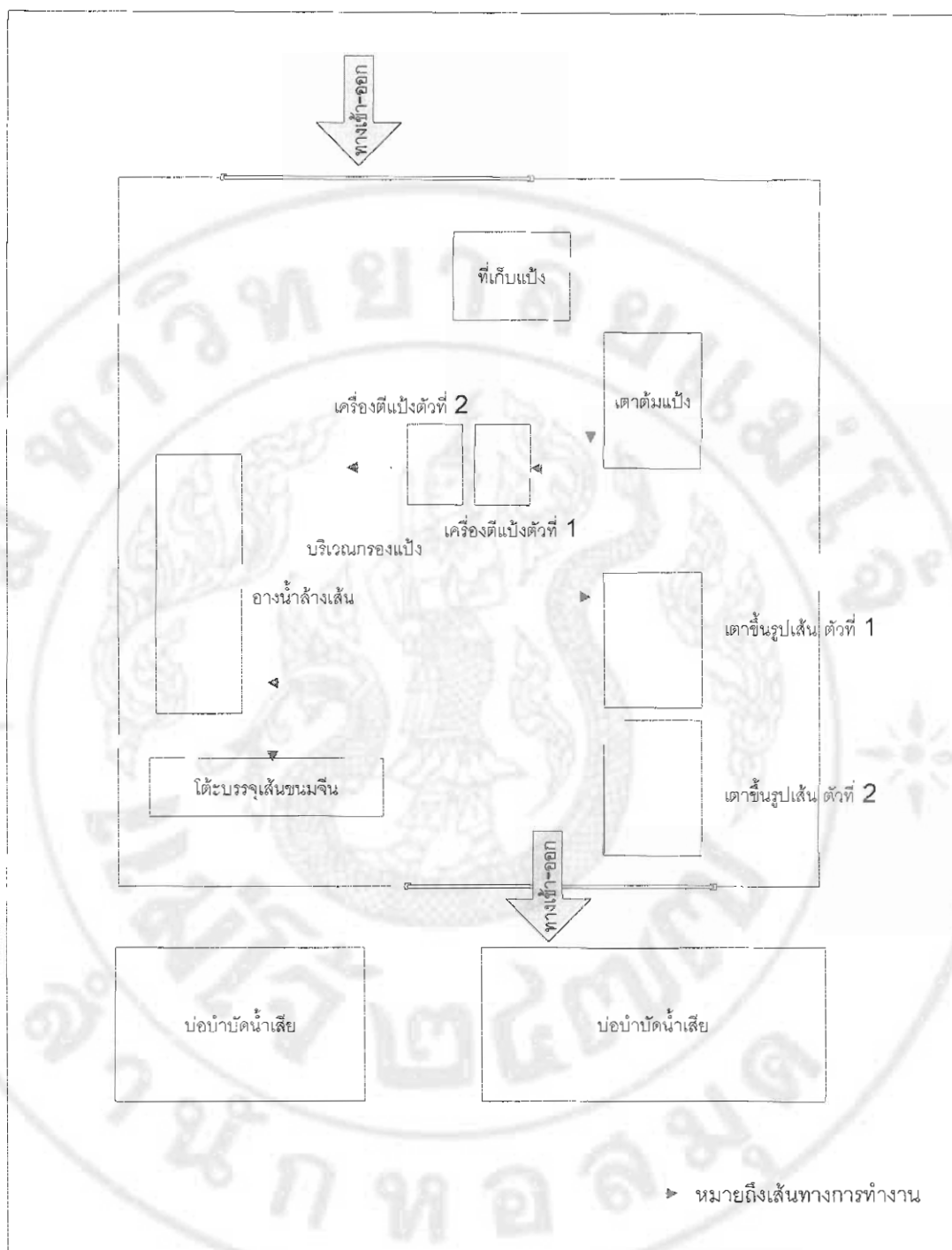
การบริหารด้านคุณภาพการผลิตขนมจีน ทางกลุ่มจะเน้นเรื่องความสะอาดของขั้นตอนการผลิต โดยทางคุณเทอดศักดิ์ได้ไปดูโรงงานผลิตขนมจีนในที่ต่าง ๆ เช่น บ้านห้วยน้ำรินแม่ริม ซึ่งเป็นแหล่งผลิตขนมจีนรายใหญ่ในเชียงใหม่ ซึ่งจากการเปรียบเทียบขั้นตอนการผลิตต่าง ๆ โรงงานผลิตขนมจีนของกลุ่มจะดีกว่า ปัจจุบันทางกลุ่มยังจะมีแนวทางที่จะปรับปรุงโรงงานอีกหลาย ๆ ด้าน เช่น การปรับปรุงพื้นโรงงานโดยจะทำการปูกระเบื้อง การดูแลในส่วนของบ่อน้ำบาดน้ำเสียก่อนที่จะปล่อยลงคลอง การปรับปรุงเตาต้มน้ำในมีคุณภาพสูงขึ้น การจัดบันทึกวิธีการทำขนมจีนเพื่อเป็นแนวทางการทำงานของพนักงาน

การวางแผนโรงงานการผลิตขนมจีน เนื่องจากปัจจุบันการดำเนินของกลุ่มเป็นธุรกิจที่ไม่ใหญ่มากนัก และขาดแหล่งทุนในการผลิต จึงมีการวางแผนตามวัสดุอุปกรณ์ที่มีในท้องถิ่นมีการออกแบบตามประสบการณ์ของผู้ในกลุ่มซึ่งอุปกรณ์บางตัวก็ออกแบบขึ้นมาเองโดยใช้วัสดุที่มีใช้ทั่วไป เช่น หัวรีดแป้งที่ทำให้เป็นเส้น ปัจจุบันใช้สถานที่บ้านผู้นำกลุ่มคือคุณเทอดศักดิ์เป็นโรงงานผลิตซึ่งจะแบ่งเนื้อที่เป็น 4 ส่วนใหญ่ ๆ โดยแสดงในภาพ 4-11 ประกอบด้วย ห้องพักคนงาน สำนักงานและบ้านพักเจ้าของกิจการ โรงงานทำน้ำพริก และโรงงานทำขนมจีน



ภาพ 4-11 แสดงผังโรงงานของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกลา

การวางผังของโรงงานทำขนมจีน ทำการออกแบบโดยคุณเทอดศักดิ์ผู้นำกลุ่มซึ่งจะใช้หลักการตามประสบการณ์ที่ได้ไปดูงานโรงงานขนมจีนตามี่ต่าง ๆ เช่น โรงงานที่จังหวัดเชียงราย นำมาประยุกต์เข้ากับวัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ในท้องถิ่นและมีการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา ปัจจุบันเป็นแบบตามแสดงดังภาพ 4-12 โดยคาดว่าถ้ามีทุนมากขึ้นก็จะมีการปรับปรุงอีกหลายอย่าง เช่น การปรับปรุงพื้นของโรงงาน



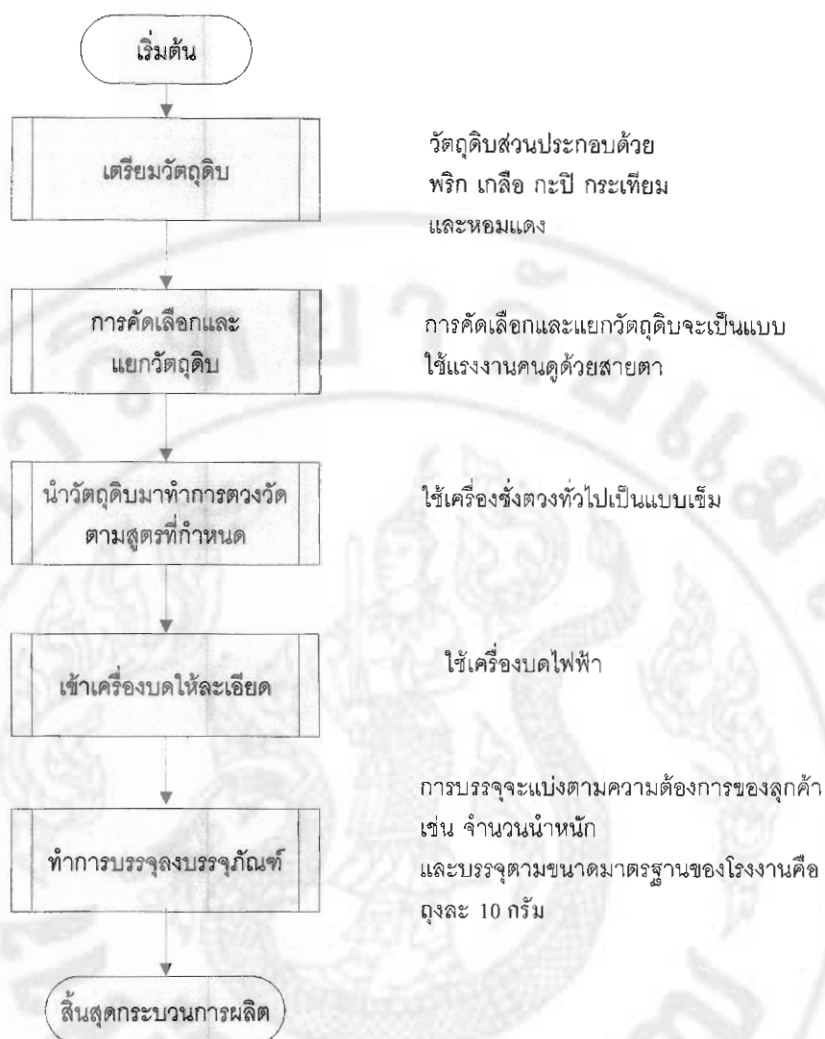
ภาพ 4-12 แสดงผังและลำดับการไหลของงานในโรงงานขนมจีน

การบริหารสินค้าคงคลังของการผลิตขนมจีน กลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกราใช้วิธีการประมาณการผลิตการจากยอดการสั่งซื้อ ที่มีลักษณะการผลิตแบบ ทันเวลาพอดี (Just in time) คือเมื่อทราบปริมาณการสั่งซื้อจึงจะเริ่มการผลิตดังนั้นจึงไม่สิ้นค้าคงคลังมากนัก ซึ่งที่ต้องใช้วิธีนี้เนื่องจากขนมจีนไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน และลูกค้ามีจะต้องการขนมจีนที่สดออกจากขั้นตอนการผลิตใหม่ ๆ และไม่ข้ามคืนจึงต้องทำการผลิตและจำหน่ายในวันเดียวกัน รวมทั้งผู้ผลิตไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บขนมจีน

การกำจัดของเสียในการบวนการผลิตของการผลิตขนมจีน ในการผลิตขนมจีนของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกราของเสียที่ใช้ในการผลิตสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. น้ำที่ใช้ในกระบวนการต้มและกระบวนการการล้างขนมจีนซึ่งหลังจากการใช้แล้วจะมีกลิ่นและมีส่วนผสมของแป้งที่หลุดมาจากการต้ม ในส่วนนี้ทางกลุ่มได้ใช้กระบวนการบำบัดก่อนที่จะปล่อยลงสู่พื้นที่ธรรมชาติคือให้น้ำที่ใช้แล้วนั้นไหลลงสู่บ่อน้ำที่ขุดเตรียมไว้ ทิ้งไว้ให้ตกตะกอน หลังจากนั้นก็ปล่อยลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติและบางส่วนก็นำไปใช้ในการเกษตรภายในโรงงาน
2. ขี้เถ้าซึ่งเป็นวัสดุที่เกิดจากการนำขี้เถ้าหรือแกลบที่เหลือจากการใช้เป็นเชื้อไฟในการต้มน้ำ ทางเราก็นำมาเป็นปุ๋ยที่ใช้ในการเกษตร และแจกจ่ายให้ชาวบ้านใกล้เคียง

การผลิตน้ำพริก การผลิตจะใช้แรงงานในการทำงานตามขั้นตอนตามภาพ 4-13 จำนวน 1 คน เนื่องจากปัจจุบันยังสามารถรองรับกับความต้องการของลูกค้าได้ แต่ถ้าปริมาณความต้องการมากขึ้นก็จะใช้แรงงานจากโรงงานขนมจีนและสมาชิกกลุ่มเข้ามาช่วย ส่วนขั้นตอนการผลิตทั้งหมดส่วนใหญ่จะใช้อุปกรณ์แบบกึ่งอัตโนมัติจะต้องมีคนคอยควบคุมอยู่ตลอดเวลา เช่น ในขั้นตอนการบดจะต้องใช้แรงงานในการป้อนวัตถุดิบ เป็นต้น



ภาพ 4-13 แสดงกระบวนการผลิตน้ำพริก



ภาพ 4-14 เครื่องบดและผสมน้ำพริก



ภาพ 4-15 การบรรจุน้ำพริก

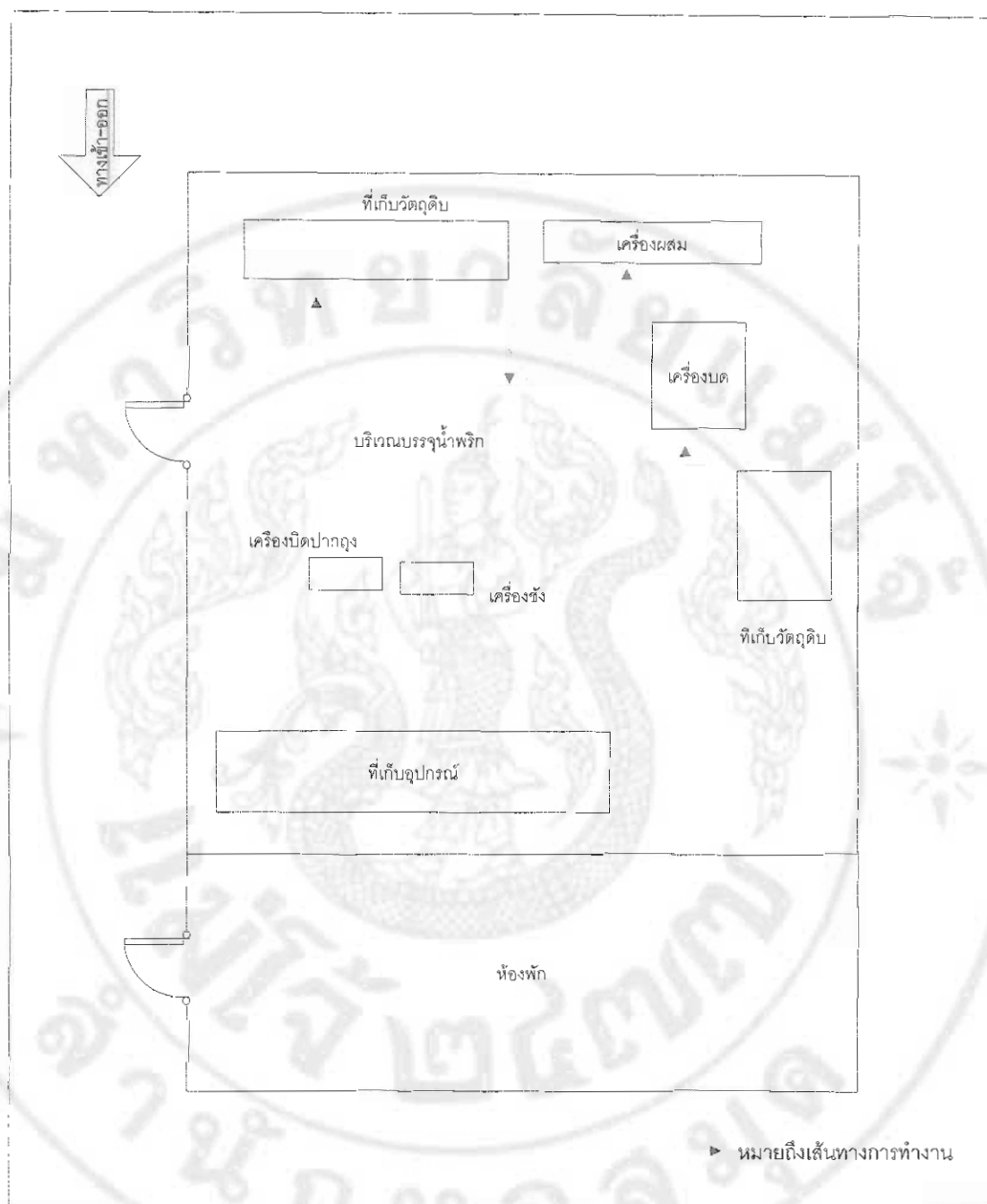
การคัดเลือกปัจจัยการผลิตของการผลิตน้ำพริก คือ วัสดุที่นำมาเป็นวัตถุดิบ เช่น พริก หอม กระเทียม เกลือ และกะปิ จะทำการซื้อมาจากตลาดเมืองใหม่ ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ซึ่งคุณเทอดศักดิ์ ผู้นำกลุ่มจะรับผิดชอบในการจัดหาและคัดเลือก โดยสามารถเลือกติดต่อซื้อขายวัตถุดิบตามร้านทั่วไปในตลาดเมืองใหม่ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนราคาของวัตถุดิบจะขึ้นลงตามฤดูกาล ซึ่งจะควบคุมไม่ได้ ดังนั้น จึงเป็นต้นทุนที่มีการผันแปรตามฤดูกาลและไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน เพราะวัตถุดิบจะไม่สด และยังเกิดเชื้อราถ้าจัดเก็บไม่ดี ทางกลุ่มจะมีการซื้อวัตถุดิบเก็บไว้พอประมาณตามการคาดการณ์จากประสบการณ์ของผู้ในกลุ่ม โดยจะใช้ให้พอดีกับปริมาณการสั่งซื้อเนื่องจากทางโรงงานมีแหล่งจำหน่ายสินค้าส่งประจำค่อนข้างแน่นอน ดังนั้น จึงสามารถคาดการณ์จำนวนวัตถุดิบได้



ภาพ 4-16 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

การบริหารด้านคุณภาพของการผลิตน้ำพริก ทางกลุ่มจะเน้นเรื่องความสะอาดของขั้นตอนการผลิต โดยโรงงานผลิตน้ำพริกจะทำเป็นแบบโล่งโปร่งและมีมุ้งลวดป้องกันแมลง พนักงานที่ทำการผลิตจะต้องทำความสะอาดและใส่ถุงมือในการทำงาน ทำให้กลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกเปาได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ปัจจุบันทางกลุ่มยังจะมีแนวทางที่จะปรับปรุงโรงงานอีกหลาย ๆ ด้าน เช่น การซื้อเครื่องปั่นพริกและอุปกรณ์บรรจุน้ำพริกที่มีคุณภาพสูงขึ้น การจดบันทึกวิธีการทำขนมน้ำพริกเพื่อเป็นแนวทางการทำงานของพนักงาน

การวางแผนการผลิตของการผลิตน้ำพริก เนื่องจากปัจจุบันการดำเนินของกลุ่มเป็นธุรกิจที่ไม่ใหญ่มากนักและขาดแหล่งทุนในการผลิต การวางแผนของโรงงานทำน้ำพริก ทำการออกแบบโดยคุณเทอดศักดิ์ ผู้นำกลุ่มซึ่งจะใช้หลักการตามประสบการณ์และความสะดวกในการทำงานเป็นหลักอุปกรณ์ทุกตัวสามารถเคลื่อนย้ายได้ตามความต้องการของผู้ผลิต ปัจจุบันเป็นแบบตามแสดงดังภาพ 4-17 โดยคาดว่าถ้ามีทุนมากขึ้นก็จะมีปรับปรุงอีกหลายอย่าง เช่น การปรับปรุงเครื่องมือในการบดพริก เครื่องบรรจุน้ำพริก เป็นต้น



ภาพ 4-17 แสดงผังและลำดับการไหลของงานในโรงงานน้ำพริก



ภาพ 4-18 บริเวณที่ใช้ในการผลิต



ภาพ 4-19 บริเวณที่ใช้ในจัดเก็บอุปกรณ์

การบริหารสินค้าคงคลังของการผลิตน้ำพริก กลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกรา ใช้วิธีการประมาณการผลิตการจากยอดการสั่งซื้อ ที่มีลักษณะการผลิตแบบ ทันเวลาพอดี (Just in time) คือเมื่อทราบปริมาณการสั่งซื้อจึงจะเริ่มการผลิตดังนั้นจึงไม่สินค้าคงคลังมากนัก แต่การผลิตน้ำพริกจะมีบางส่วนทำการผลิตเพื่อเก็บเป็นสินค้าคงคลังไว้เนื่องจากสามารถเก็บไว้ได้นาน เพื่อนำไว้ในกรณีแนะนำสินค้า และเมื่อลูกค้ามีความต้องการเป็นจำนวนมากก็สามารถนำมาจำหน่ายได้ทันที

การบริหารจัดการด้านการตลาด

การวางแผนการตลาด

การแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation) กลุ่มขนมจีนและน้ำพริก ได้ใช้หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดตามปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ ใช้หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด โดยยึดเกณฑ์ การกำหนดพื้นที่กระจายสินค้าตามบริเวณในจังหวัด เชียงใหม่ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นประเภทอาหารที่ไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน และมีข้อจำกัดด้านการขนส่งผลิตภัณฑ์ให้ไปสู่ลูกค้า โดยเฉพาะขนมจีน ดังนั้น จึงแบ่งกลุ่มลูกค้าให้เป็นไปตามพื้นที่ใกล้แหล่งผลิตและตามตลาดใหญ่ ๆ

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ใช้หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดโดยยึดเกณฑ์ เพศ วัย รายได้ ทัศนคติ และลักษณะการดำเนินชีวิต เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าพื้นบ้านที่นิยมรับประทานเฉพาะกลุ่ม โดยเฉพาะเขตจังหวัดทางภาคเหนือของประเทศ

การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market targeting)

1. กลุ่มลูกค้าชายส่ง เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีร้านขายขนมจีนประจำตามตลาดต่าง ๆ ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ โดยจะนำไปขายต่อให้ผู้บริโภคอีกทีหนึ่ง ซึ่งทางกลุ่มจะจำหน่ายในราคาส่งแล้วแต่ตกลงกันระหว่างตัวแทนกลุ่ม คือคุณเทอดศักดิ์กับลูกค้า ซึ่งทางกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกราได้กำหนดเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก เนื่องจากเป็นตลาดที่แน่นอนและสามารถกำหนดกำลังการผลิตได้ กลุ่มลูกค้าดังกล่าวประกอบด้วย ร้านขายขนมจีนประจำตามตลาดต่าง ๆ ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ตลาดสมเพชร ตลาดหนองหอย ตลาดสันทราย ตลาดสามแยก ตลาดป่าเหมือด ตลาดแม่ใจ และตลาดสันป่าข่อย

ปัจจุบันมีคู่แข่งมากขึ้น และปริมาณผู้บริโภคขนมจีนและน้ำพริก มีจำนวนไม่แน่นอน ทำให้เริ่มทางกลุ่มเริ่มหาตลาดเป้าหมายมากขึ้น เช่น ตลาดในจังหวัดใกล้เคียงเช่น ลำปาง ลำพูน และแพร่ เป็นต้น

2. กลุ่มลูกค้าขายปลีกโดยจะเป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่นำไปบริโภคโดยตรง ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าในท้องถิ่นซึ่งจะจำหน่ายในราคาตามท้องตลาด กลุ่มลูกค้าดังกล่าว ยกตัวอย่างเช่นลูกค้าที่ต้องการขนมจีนและน้ำพริกทำเป็นอาหารเลี้ยงตามงานบุญ ประเพณีต่าง ๆ ซึ่งจะซื้อในจำนวนมาก แต่จะมีไม่บ่อยนักหรือลูกค้าที่ต้องการซื้อทำเป็นอาหารภายในครอบครัว

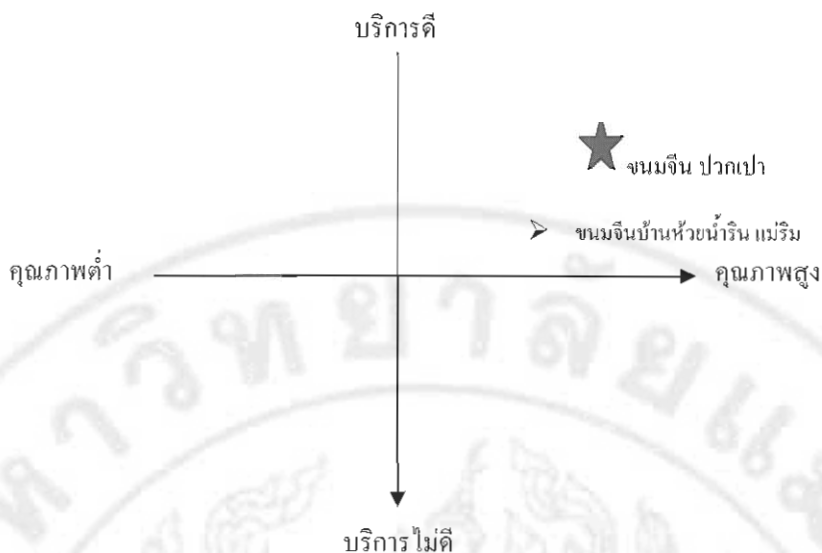
สภาพการแข่งขันทางการตลาดของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกลา

1. ผลิตภัณฑ์ประเภทขนมจีน ปัจจุบันคู่แข่งกันในตลาดค่อนข้างรุนแรงเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และส่วนใหญ่มีแหล่งกระจายสินค้าอยู่ตลาดเดียวกันคือตลาดในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจากการบอกเล่าของคุณเทอดศักดิ์ ได้ให้ข้อมูลว่าเคยถูกผู้ทำร้ายในเรื่องการแย่งลูกค้าในช่วงเริ่มต้นกิจการ ปัจจุบันคู่แข่งหลัก ๆ คือ ขนมจีนบ้านห้วยน้ำริน ซึ่งเป็นแหล่งผลิตรายใหญ่ และผลิตอยู่ในอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนคู่แข่งรายอื่นเป็นผู้ผลิตรายย่อยส่วนใหญ่จะจำกัดอยู่ในแหล่งชุมชนต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่

2. ผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริกขนมจีนและน้ำพริกแกง ปัจจุบันคู่แข่งกันในตลาดไม่รุนแรงนัก แต่ก็มีคู่แข่งหลัก ๆ คือ วนันต์ และน้ำพริกขนมจีนน้ำเงี้ยวเชียงราย น้ำพริกขนมจีนและน้ำพริกแกงพื้นเมืองกิ่งสำเร็จรูปสูตรแม่อำพร ยังถือว่าเป็นผู้นำตลาดอยู่ มุ่งเน้นรสชาติที่อร่อยกว่าคู่แข่ง มีบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่า และคุณภาพเหนือกว่าเป็นการสร้างความแตกต่าง ที่เป็นจุดเด่นที่มีความชัดเจนจากคู่แข่งรายอื่น ๆ

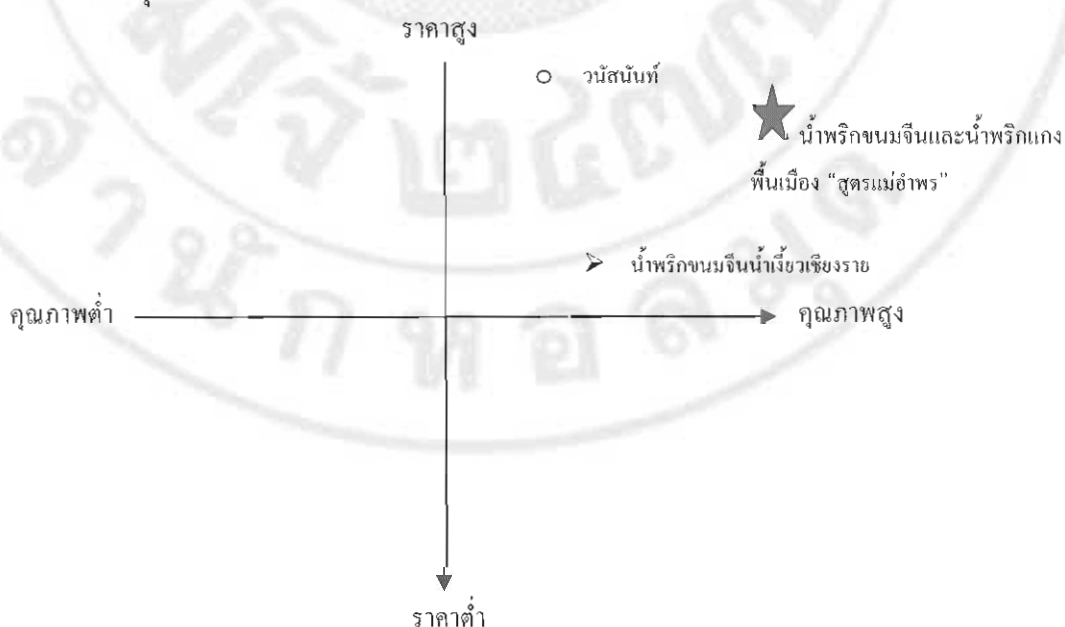
การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด (Market positioning) เนื่องจากกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก มีผลิตภัณฑ์อยู่สองชนิดคือ ขนมจีนและน้ำพริกขนมจีน และน้ำพริกแกง จึงสามารถกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ประเภทขนมจีน ทางกลุ่มได้ทำการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มลูกค้าขายส่งซึ่งเป็นลูกค้าที่มีร้านขายขนมจีนประจำตามตลาดต่าง ๆ ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ โดยทางกลุ่มจะเน้นการบริการส่งสินค้าตามวันเวลาและสถานที่ที่ลูกค้ากำหนดอย่างรวดเร็ว ตรงเวลา และมีสินค้าส่งให้ได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลาถ้าลูกค้าต้องการ รวมทั้งมีการประกันคุณภาพสินค้า คือจะรับคืนสินค้าทันทีที่สินค้ามีตำหนิ หรือมีกลิ่นเน่าเสีย



ภาพ 4-20 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ขนมจีนบ้านบวกเปา

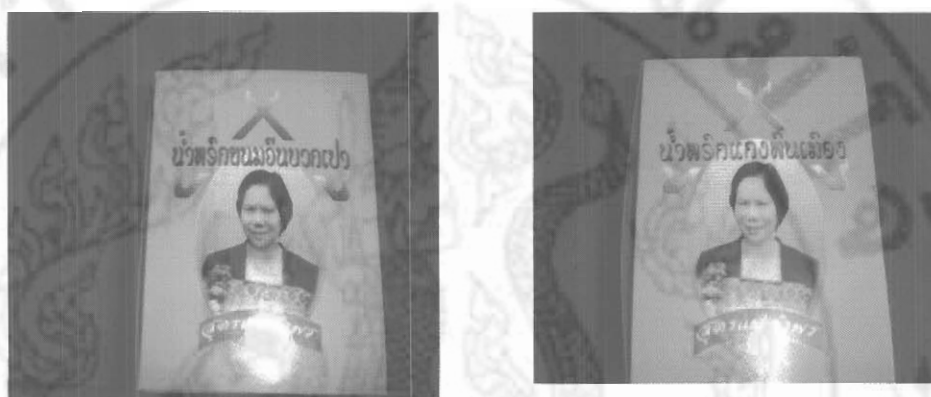
2. ผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริกขนมจีนและน้ำพริกแกง ทางกลุ่มได้ทำการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับครอบครัว เน้นในการปรุงอาหารที่ง่ายขึ้น ประหยัดเวลาในการทำเครื่องแกง โดยทางด้านคุณภาพจะเน้นที่บรรจุภัณฑ์ที่มีความสะอาดและสามารถเก็บรักษาน้ำพริกไว้ได้นาน ส่วนเรื่องทางด้านราคาจะอยู่ในระดับปานกลางเนื่องจากต้องการให้สอดคล้องกับราคาขนมจีน เพราะขายควบคู่กันกับขนมจีนซึ่งมีราคาไม่สูงมากและกลุ่มลูกค้าจะเป็นกลุ่มเดียวกัน



ภาพ 4-21. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์น้ำพริกขนมจีนและน้ำพริกแกง

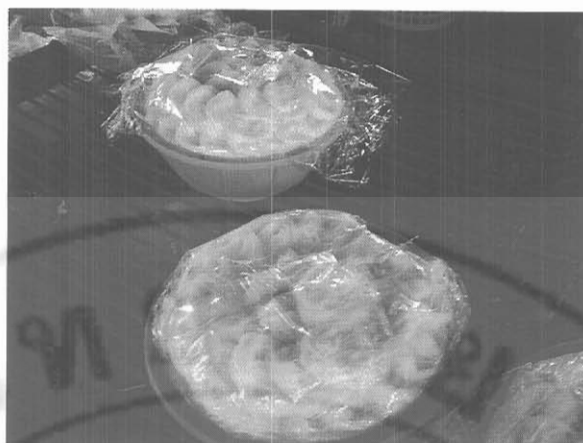
ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือ ผลิตภัณฑ์ขนมจีนและน้ำพริกขนมจีน ปัจจุบันทางกลุ่มได้เน้นพัฒนา น้ำพริกขนมจีนและน้ำพริกแกงพื้นเมืองสูตรแม่อำพร เป็นหลัก และรองลงไปขนมจีนเนื่องจากทางกลุ่มมีแนวคิดว่าการเติบโตในสินค้าชนิดนี้จะมีมากกว่าขนมจีน จึงมีการพัฒนาเป็นตราสินค้า (Brand) คือ น้ำพริกขนมจีนและน้ำพริกแกงพื้นเมืองสูตรแม่อำพร เป็นรูปภาพแม่อำพรพร้อมทั้งชื่อสินค้าและรูปของแม่อำพรดังภาพ 4-22



ภาพ 4-22 แสดงตราสินค้า (Brand) น้ำพริกขนมจีนและน้ำพริกแกงพื้นเมือง สูตรแม่อำพร

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าทางกลุ่มจะแยกประเภทได้หลายลักษณะ เช่น สินค้าประเภทขนมจีนจะบรรจุถุงขายเป็นกิโลกรัมสำหรับรายย่อย ถ้าเป็นรายใหญ่จะใส่ตะกร้าส่วนมีหลายขนาดตามการสั่งซื้อของลูกค้า แสดงดังภาพ 4-23 หรือถ้าสินค้าประเภทเป็นน้ำพริกจะบรรจุ ถุงขนาดเล็กประมาณ 7 กรัม หรือใช้กล่องใหญ่ขนาดบรรจุ 10 ถุงขนาด 7 กรัม และถุงขนาดบรรจุ 1 กิโลกรัม แสดงดังภาพ 4-24

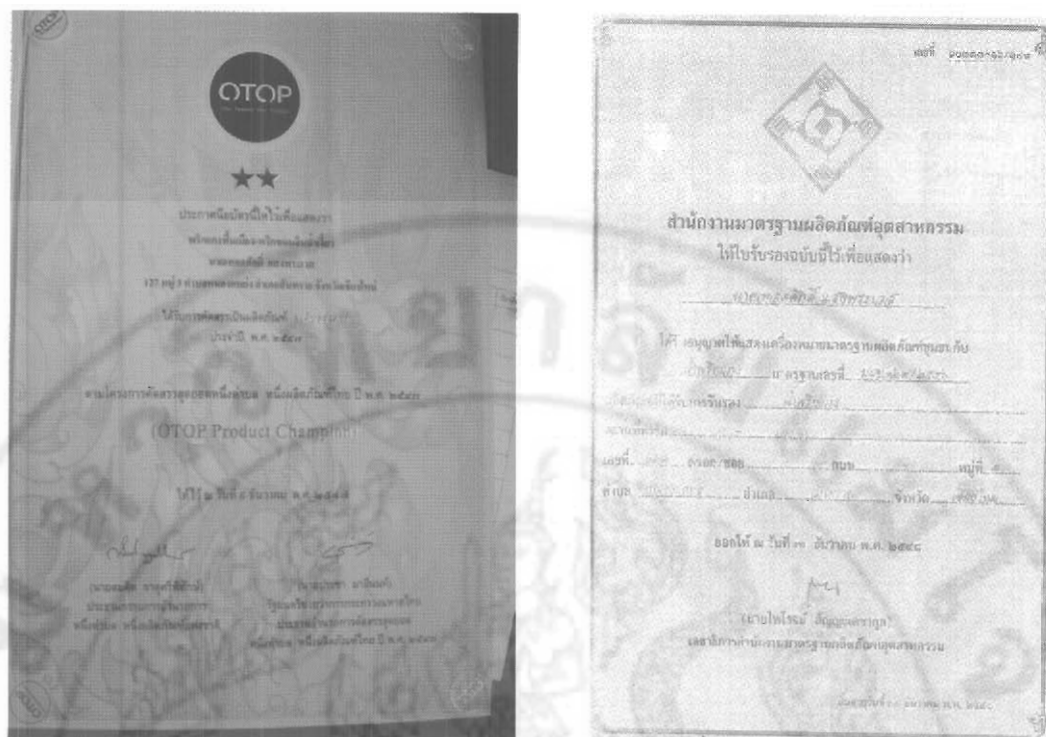


ภาพ 4-23 แสดงการบรรจุสินค้าประเภทขนมจีน



ภาพ 4-24 แสดงการบรรจุสินค้าประเภทน้ำพริก

คุณภาพของผลิตภัณฑ์ กลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกเปา ได้นำผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริก เข้าประกวดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ระดับประเทศซึ่งเป็นผลงานได้รับรางวัล OTOF ระดับ 2 ดาว ปัจจุบันผลิตภัณฑ์น้ำพริกยังได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มผช.) และเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับมากขึ้นทางกลุ่มก็กำลังมีแผนงานที่จะขอการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรมและยาจากกระทรวงสาธารณสุข (อย.) ซึ่งจากรางวัลและผลงานที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานต่างๆทำให้ยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับจากลูกค้ามากขึ้น



ภาพ 4-25 แสดงการผลงานของกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก

ด้านราคา (Price) มีการกำหนดราคาแบบผสมผสานและพอเพียงที่ลูกค้าสามารถซื้อได้ และกลุ่มสามารถดำเนินธุรกิจได้ ดังนั้น รูปแบบการกำหนดราคาจะคิดจากราคาตามตลาดทั่วไป การกำหนดราคาตามลูกค้า และกำหนดราคาตามต้นทุนบวกค่าขนส่ง ค่าแรงของเราบวกกำไร คือ ราคาของสินค้าจะถูกกำหนดตามคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคสามารถยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ แต่จะไม่สูงหรือต่ำมากจนเกินไปกว่าคู่แข่งมากจนเกินไปในตลาด โดยราคาจะอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเทียบกับราคาในตลาดสดในจังหวัดเชียงใหม่ หรือเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ในด้านวัตถุดิบในการผลิต รสชาติ และการบริการ ส่วนการกำหนดรูปแบบราคาสินค้าจะมีหลายราคา เช่น ถ้าเป็นน้ำพริกจะคิดตามบรรจุภัณฑ์ คือ ขนาด 70 กรัม ราคา 4 บาท ขนาด 1 กิโลกรัม ราคา 40 บาท ส่วนขนมจีนราคา กิโลกรัมละ 10 บาท โดยสินค้าทั้งสองชนิดจะลดราคาให้ถ้ามีการสั่งซื้อในปริมาณมาก ๆ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ในส่วนของการกระจายสินค้า กลุ่มชนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกเปา มีกลยุทธ์ในการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย โดยใช้ความชำนาญของผู้นำกลุ่มคือคุณเทอดศักดิ์ ในการจัดจำหน่ายเพราะเป็นคนในพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีมนุษยสัมพันธ์ดีและที่คุ้นเคย ประกอบกับทำการจัดส่งผลิตภัณฑ์เองมีความใกล้ชิดสนิทสนมกับลูกค้าเป็นอย่างดี

ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและผลิตภัณฑ์สามารถติดตลาดได้อย่างรวดเร็วเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง โดยจะมีศูนย์รวมกระจายสินค้าในเชียงใหม่ดังต่อไปนี้ คือ ตลาดสามแยกสันทราย ตลาดสันทราย ตลาดภูคอย ตลาดแม่ใจ ตลาดป่าเหมือด ตลาดสมเพ็ช ตลาดธานีท์ ตลาดหนองหอย ตลาดสันป่าข่อย ตลาดคอยสะเกิด ตลาดแม่คือ ร้านของชำ ไร่ห้วยทั่วไป และที่ อำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่ เพื่อสร้างการรับรู้ในสินค้า (Brand Awareness) และเกิดความสนใจในตัวสินค้าทั้งที่เป็นขนมจีนและตราน้ำพริกขนมจีน ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายสามารถแบ่งเป็น 3 แบบ คือ

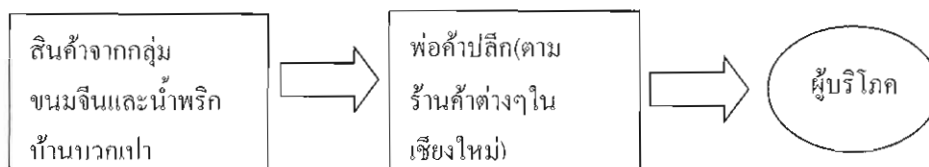
แบบที่ 1 ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ A เป็นการจำหน่ายสินค้าแบบทางตรง โดยที่ผู้บริโภคกับทางกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกติดต่อซื้อขายกันโดยตรง มีลักษณะเป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่นำไปบริโภคโดยตรง ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าในท้องถิ่นซึ่งจะจำหน่ายในราคาตามท้องตลาด กลุ่มลูกค้าดังกล่าว ยกตัวอย่างเช่น ลูกค้าที่ต้องการขนมจีนและน้ำพริก ทำเป็นอาหารเลี้ยงตามงานบุญ ประเพณี ต่าง ๆ ซึ่งจะซื้อในจำนวนมาก แต่จะมีไม่บ่อยนักหรือลูกค้าที่ต้องการซื้อทำเป็นอาหารภายในครอบครัว รวมทั้งลูกค้าที่นำขนมจีนและน้ำพริกไปแปรรูปเป็นอาหารขายตามชุมชนต่าง ๆ ซึ่งช่องทางการจำหน่ายนี้คิดเป็นร้อยละ 10 ของยอดขาย



แบบที่ 1 ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ A

ภาพ 4-26 แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ A ของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกเปา

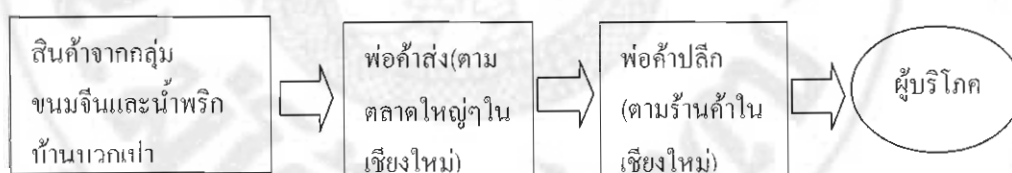
แบบที่ 2 ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ B เป็นการจำหน่ายสินค้าผ่านพ่อค้าปลีกซึ่งจะเป็นในลักษณะจะเป็นการนำไปวางขายในตลาดเล็ก ๆ ตามชุมชนต่าง ๆ เช่น ตลาดในหมู่บ้านต่าง ๆ ในเขตอำเภอสันทราย หรือตลาดในชุมชนเมืองในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ รวมทั้งร้านขายของสดทั่วไปในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่และอำเภอใกล้เคียง ซึ่งช่องทางการจำหน่ายนี้คิดเป็นร้อยละ 30 ของยอดขาย



แบบที่ 2 ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ B

ภาพ 4-27 แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ B ของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านววกเปา

แบบที่ 3 ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ C เป็นการจำหน่ายสินค้าผ่านพ่อค้าส่งตามตลาดใหญ่ๆ ในเชียงใหม่ แล้วจะมีพ่อค้าปลีกเข้ามารับซื้อเพื่อไปจำหน่ายในผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง ซึ่งช่องทางดังกล่าวทางกลุ่มขนมจีนจะนำสินค้าไปส่งเป็นประจำ ส่วนใหญ่อยู่ตามตลาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ตลาดสมเพชร ตลาดหนองหอย ตลาดสันทราย ตลาดสามแยก ตลาดป่าเหมือด ตลาดแม่โจ้ และตลาดสันป่าข่อย ซึ่งช่องทางการจำหน่ายนี้คิดเป็นร้อยละ 60 ของยอดขาย



แบบที่ 3 ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ C

ภาพ 4-28 แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ C ของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านววกเปา

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เพื่อเป็นการเสริมภาพลักษณ์ที่ดีในตัวสินค้าให้เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคเพื่อเป็นการย้ำเตือนความจำในตราสินค้าให้แก่ผู้บริโภค ทางกลุ่มได้ใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดหลายๆ ด้าน ดังนี้

1. การโฆษณา (Advertising) ในรูปแบบการเสนอขายสินค้า บริการโดยการใช้สื่อผ่านทางวิทยุชุมชน และใช้วิธีโฆษณาผ่านตราสัญลักษณ์ลงตัวบรรจุภัณฑ์ในสินค้าประเภทน้ำพริก มีโดยใส่บริเวณถุงและกล่องบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักตัวสินค้ามากขึ้น ทำให้ปัจจุบันมี

ยอดขายที่ดีขึ้น แต่ก็ทำให้ประสบปัญหาในเรื่องจากค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและต้นทุนในการผลิตมากขึ้น

2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) โดยการที่ผู้นำกลุ่มจะทำการติดต่อกับลูกค้าโดยใช้ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือ เนื่องจากมีความคุ้นเคยกันเป็นอย่างดีกับคนในพื้นที่และได้อาศัยอยู่ในท้องถิ่นเป็นเวลานานหลายปี แต่ปัจจุบันทางกลุ่มมีความต้องการขยายตลาดจึงต้องการให้มีพนักงานขายให้มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันมีผู้นำกลุ่มดำเนินงานอยู่คนเดียวซึ่งแนวทางดังกล่าวยังไม่สามารถทำได้เนื่องจากขาดเงินทุนและไม่มีข้อมูลเพียงพอในการคัดสรรบุคลากรด้านนี้

3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ทางกลุ่มได้ทำการให้เครดิตกับลูกค้าที่เป็นเจ้าประจำ มีการประกันคุณภาพของสินค้าคือถ้าเสียจะทำการรับคืน ทำให้เกิดความประทับใจในการบริการของกลุ่มมากขึ้น

จากแผนงานต่าง ๆ ในธุรกิจทางกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกเปาคาดว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จ (Key Success Factor) เป็นผลยอดขายดีขึ้นตามลำดับ คือ

1. รสชาติอร่อย ด้วยสูตรเฉพาะที่มีคุณภาพ
2. มีความสะอาด ปลอดภัย และสะดวกในการใช้งาน
3. บรรจุภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลายขนาดง่ายต่อการเลือกใช้ตามปริมาณที่ต้องการ
4. มีการควบคุมคุณภาพ
5. สะดวกในการซื้อ ตั้งอยู่ใกล้กลุ่มเป้าหมาย
6. มีบริการส่งถึงที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างทั่วถึง

วิธีการแสวงหาลูกค้า

น้ำพริกขนมจีนและน้ำพริกแกงพื้นเมืองสูตรแม่อำพร ดำเนินกิจการโดย คุณเทอดศักดิ์ แสงพระเวช เริ่มกิจการโรงงานขนมจีนในปี 2542 โดยได้ร่วมกันทำกับสมาชิกในครอบครัวเป็นโรงงานเล็ก ๆ และมีจุดจำหน่ายสินค้าอยู่ในตลาดบ่อหิน อำเภอคอยเก็ด และทำการขยายฐานการตลาดเป็นลูกค้าตามตลาดใหญ่ ๆ ในตัวเมืองจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ตลาดสมเพชร ตลาดหนองหอย ตลาดสันทรายในอำเภอสันทราย ตลาดสามแยกในอำเภอสันทราย ตลาดป่าเหมือดในอำเภอสันทราย และตลาดแม่ใจ จากนั้นก็ได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้าทำให้กลายเป็นลูกค้าที่ต้องส่งสินค้าเป็นประจำทำให้กิจการมีลูกค้าที่แน่นอน ซึ่งมียอดการผลิตต่อวันประมาณ 600 กิโลกรัม หลังจากได้ผลิตขนมจีนมาได้ระยะหนึ่ง ในปี 2546 ก็ได้มีแนวคิดที่จะทำน้ำพริกสำหรับทำน้ำขนมจีน เนื่องจากเห็นว่าสินค้าประเภทนี้เป็นของรับประทานคู่กันกับขนมจีน โดยเริ่มแรกได้

ทดลองทำน้ำพริกขมิ้น ที่ใช้ทำเป็นน้ำเงี้ยว โดยจัดทำเป็นถุงเล็ก ๆ สามารถเก็บไว้ได้นานประมาณ 1 เดือน และทำการตั้งชื่อว่า น้ำขมิ้นบวกราษฎร์แม่อำพร ซึ่งมียอดขายได้ดีพอสมควร สามารถช่วยเสริมให้กิจการมีรายได้มากขึ้น หลังจากดำเนินงานมาได้ประมาณปี 2546 ก็ได้รับเลือกให้เป็นสินค้า OTOP ระดับ 2 ดาว รวมทั้งได้พัฒนาสินค้าให้มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม และสะดวกต่อการนำไปใช้งาน ปัจจุบันได้ขยายกิจการโดยเฉพาะ ตลาดผลิตภัณฑ์น้ำพริกขมิ้น และน้ำพริกแกงพื้นเมือง มีช่องทางในการเจริญเติบโตได้สูงเพราะมีการแข่งขันที่ไม่รุนแรงมาก กิจการได้ทำการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับครอบครัว โดยใช้ฐานลูกค้าเดียวกับขมิ้น

วิธีการรักษาลูกค้า

กลุ่มขมิ้นและน้ำพริก มีวิธีการรักษาลูกค้า โดยเน้นด้านการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดเพื่อให้ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด เช่น รสชาติไม่เปลี่ยน ความสดใหม่ของสินค้าอยู่ตลอดเวลา ตลอดจนมีการปรับปรุงคุณภาพสินค้าจนได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม รวมทั้งเน้นด้านการบริการ เช่น มีความซื่อสัตย์และส่งของตรงเวลาในการส่งสินค้าให้ลูกค้า ตลอดจนการใช้ความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ามีการไปมาหาสู่กันตลอดเวลา ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ และผลิตภัณฑ์สามารถติดตลาดได้อย่างรวดเร็วเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

การบริหารจัดการด้านการเงิน และบัญชี

แหล่งที่มาของเงินทุน

สำหรับแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินงานจะใช้เงินทุนของผู้นำกลุ่มและกู้จากธนาคารเพื่อการเกษตร โดยใช้เครดิตของผู้นำกลุ่ม ทางสมาชิกในปัจจุบันยังไม่ได้มีส่วนร่วมในด้านการเงิน แต่ในอนาคตทางผู้นำกลุ่มและสมาชิกจะได้หาแนวทางเพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมมากขึ้นหากมีความจำเป็นต้องขยายกิจการ เพื่อให้การเข้าหาแหล่งเงินทุนในลักษณะของกลุ่มเพื่อง่ายต่อการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ด้านการบัญชี

กลุ่มขมิ้นและน้ำพริก มีการบริหารจัดการด้านการเงินโดยคุณเทอดศักดิ์ ผู้นำกลุ่ม ซึ่งจะเป็นการลงบัญชีในส่วนของรายรับ รายจ่ายทั้งหมดของธุรกิจ ส่วนการลงบันทึกบัญชีรายรับ-รายจ่ายมีการบันทึกไว้ในสมุดส่วนตัวโดยแสดงเป็นลายลักษณ์อักษร แต่เป็นลักษณะของการ

บันทึกที่ง่าย ๆ ไม่ได้ถูกต้องตามหลักของการบันทึกบัญชี เป็นเพียงการจดบันทึกเพื่อใช้ในการรับรู้ราคาของวัสดุ วัตถุดิบและค่าใช้จ่ายประจำวัน และไม่ได้นำมาวิเคราะห์ใช้ในงานกิจการอย่างจริงจัง เนื่องจากทางกลุ่มไม่มีความรู้ในเรื่องของหลักการทำบัญชี จากการเก็บข้อมูลในปัจจุบันในด้านการเงินหลังจากได้จดทะเบียนธุรกิจเป็นรัฐวิสาหกิจชุมชนในปี 2548 ทางกลุ่มได้ขอการสนับสนุนเงินทุนในการซื้อเครื่องโม่พริกเพื่อทำพริกป่นก็มีการแต่งตั้งสมาชิกคือ นางมณี นุญเลิศ เป็นเหรัญญิก แต่ก็ยังไม่ได้กำหนดแนวทางการทำงานด้านบัญชี โดยทางกลุ่มคาดว่าจะได้ดำเนินการหลังจากได้เงินสนับสนุนซื้อเครื่องโม่พริกมาแล้วคงจะได้กำหนดกฎเกณฑ์ในการทำงานอีกครั้ง

การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของกลุ่มชนมจินและน้ำพริก

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของกลุ่มชนมจินและน้ำพริก เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชนชนมจินและน้ำพริก มีผลดังนี้

การวิเคราะห์ จุดแข็ง

ด้านการผลิต

1. ผู้ประกอบการมีความชำนาญในการทำธุรกิจเข้าใจในขั้นตอนการผลิต สินค้าและการดำเนินงานเป็นอย่างดี
2. กลุ่มมีความคิดริเริ่มในการพัฒนา ออกแบบสินค้าใหม่ๆ เพื่อให้เกิดสินค้าที่มีความหลากหลายและต่อยอดของสินค้าเดิมเช่นการต่อยอดสินค้าประเภทชนมจินเป็นน้ำพริกที่ใช้รับประทานคู่กับชนมจิน
3. มีกำลังการผลิตเพียงพอต่อปริมาณการขายเนื่องจากอุปกรณ์และเครื่องมือรวมทั้งคนงาน ได้ถูกวางแผนเพื่อการขยายตลาดไว้อยู่แล้ว
4. ทางกลุ่มได้รับรางวัล OTOP ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในตัวสินค้าของกลุ่ม
5. ใช้วัตถุดิบที่สดใหม่ สะอาดและได้รับการคัดเลือกจากประสบการณ์ของผู้นำกลุ่มที่มีความรู้ทางด้านนี้โดยเฉพาะ
6. ใช้วัตถุดิบในการผลิตส่วนใหญ่ในท้องถิ่นทำให้ลดปัญหาเรื่องการขาดแคลนวัตถุดิบและการจัดเก็บได้ง่าย

7. ผลิตภัณฑ์ทั้งสองชนิดมีเอกลักษณ์ของรสชาติที่ถูกคำส่วนใหญ่พึงพอใจ เช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทขนมจีนมีรสชาติอร่อยที่เป็นสูตรเฉพาะที่ได้รับการปรุงแต่งสูตรมานาน ซึ่งเป็นการผสมผสาน สูตรจากทางภาคเหนือและอีสานเข้าด้วยกันจึงมีรสชาติไม่เหมือนที่อื่น ๆ ส่วนผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริกก็จะเป็นสูตรเฉพาะที่คิดค้นขึ้นมาโดยนำภูมิปัญญาในท้องถิ่นมา ผสมผสานกับการค้นคว้าและทดลอง ของผู้นำกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกเป็นเวลาหลายปี ทำให้เป็นที่ ยอมรับของลูกค้า

ด้านการบริหารจัดการ

1. กลุ่มขนมจีนและน้ำพริกได้จัดทะเบียนในรูปรัฐวิสาหกิจชุมชนทำให้การรับรอง จากส่วนราชการทำให้ได้รับการอบรมและดูงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการในด้าน ต่าง ๆ
2. กลุ่มขนมจีนและน้ำพริกได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากกระทรวง อุตสาหกรรมทำให้สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค
3. มีการบริหารงานแบบครอบครัวทำให้นักงานกับนายจ้างมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และมีความจงรักภักดีต่อที่ทำงาน
4. มีการจัดตั้งเป็นกลุ่มธุรกิจทำให้สามารถช่วยเหลือในการตัดสินใจในการ ดำเนินงาน
5. มีการเชื่อมโยงเครือข่ายไปกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ ในชุมชนทำให้เพิ่มศักยภาพในการ ดำเนินงานมากขึ้น

ด้านการตลาด

1. สินค้ามีตราสัญลักษณ์ (Brand) และบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ซึ่งรายอื่นไม่มี
2. มีการส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอเช่นการ โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ รวมทั้งมีการ ส่งเสริมการขายโดยให้มีส่วนลดในกรณีที่ลูกค้าซื้อในปริมาณมาก ๆ
3. ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งมีการรับประกันสินค้าคือ ถ้าสินค้าขาดคุณภาพจะรับคืนสินค้าทันที
4. บรรจุภัณฑ์ง่ายต่อใช้งาน มีให้เลือกหลายขนาดบรรจุง่ายต่อการเลือกใช้ให้เหมาะ กับการปริมาณการบริโภค
5. ความสัมพันธ์ของผู้นำกลุ่มกับชาวบ้านเป็นลักษณะของการเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดการรักดีต่อตัวผลิตภัณฑ์

6. มีบริการส่งสินค้าที่ประทับใจ ไม่เสียค่าจัดส่ง

การวิเคราะห์ จุดอ่อน

ด้านการผลิต

1. ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้การรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานด้านอาหาร
2. ที่ตั้งของโรงงานคับแคบ ขาดการจัดเก็บและการวางผังตามแบบมาตรฐานการผลิต
3. สินค้าจะมีการเปลี่ยนสีเมื่อเก็บไว้นาน ๆ ทำให้ลูกค้าไม่แน่ใจในคุณภาพ
4. ไม่มีการระบุวันผลิตและวันหมดอายุอย่างชัดเจนทำให้ลูกค้าไม่กล้าซื้อ
5. ขาดการบันทึกขั้นตอนการผลิต และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต

ด้านการบริหารจัดการ

1. ขาดการจัดสรรด้านวางแผนพัฒนาบุคคล บุคลากรด้านการตลาดที่จะมาช่วยขยายตลาดให้กับธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันให้ผู้นำกลุ่มเป็นผู้หาตลาดคนเดียว
2. ไม่มีการประเมินผลการปฏิบัติงานให้เป็นลายลักษณ์อักษร
3. ไม่มีการตั้งกฎระเบียบข้อบังคับการปฏิบัติงาน
4. การประสานงานในกลุ่มไม่สม่ำเสมอและรูปแบบที่ชัดเจนเนื่องจากการจัดตั้งกลุ่มเป็นในลักษณะเพื่อขอรับความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ

ด้านการตลาด

1. มีพนักงานขายน้อย(ปัจจุบันมีผู้นำกลุ่มคนเดียว)ทำให้มีช่องทางในการจำหน่ายสินค้าน้อยไม่สามารถกระจายสินค้าได้มากขึ้น
2. ไม่มีการบรรจุภัณฑ์ที่ดีสำหรับสินค้าที่เป็นขนมจีน
3. ไม่มีการจัดเส้นทางในการส่งสินค้าทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

ด้านบัญชี

1. ขาดการวางแผนด้านการเงินเนื่องจากไม่มีความรู้ในการการจดบันทึกข้อมูลในการใช้จ่ายตามหลักการบัญชี และการวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีเพื่อใช้สำหรับวางแผนธุรกิจ
2. ขาดแหล่งทุนในการนำมาขยายและพัฒนากิจการเช่น เงินทุนที่จะใช้ในการซื้อเครื่องจักรที่สามารถพัฒนาธุรกิจ

การวิเคราะห์ โอกาส

1. แนวโน้มความต้องการของลูกค้านักท่องเที่ยวมีปริมาณความต้องการมากขึ้นเนื่องจากเป็นสินค้า ประเภทอาหารซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต
2. ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีและความคุ้นเคยต่อผลิตภัณฑ์เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน
3. พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันต้องการความสะดวกสบายมากขึ้นแม้จะต้องจ่ายเงินเพิ่มขึ้นก็ตาม โดยเฉพาะการมีสังคมเมืองเพิ่มมากขึ้น ความเร่งรีบทางด้านเวลา และความต้องการความสะดวกสบายและความรวดเร็วด้านการประกอบอาหาร
4. รัฐบาลและหน่วยงานในท้องถิ่นสนับสนุนธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) และสินค้า OTOP ส่งผลให้ธุรกิจได้รับการสนับสนุนในด้านต่างๆ มากขึ้น เช่น ช่วยหาตลาด การสนับสนุนความรู้การบริหารจัดการ การบัญชี และเทคโนโลยีใหม่ รวมทั้งมีแนวโน้ม โอกาสพัฒนาศักยภาพด้านการผลิต และการตลาดเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชน
5. การเปิดตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยและเชียงใหม่มากขึ้นทำให้มีโอกาสเปิดตัวผลิตภัณฑ์ให้นักท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มยอดขายและขยายตลาดมากขึ้น
6. การขยายตัวของสื่อสารมวลชนมากขึ้น เช่น อินเทอร์เน็ต (Internet) สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ทำให้เพิ่มช่องทางในการขยายตลาดและโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้ามากขึ้น

การวิเคราะห์ อุปสรรค

1. เกิดการแข่งขันในธุรกิจมากขึ้นเนื่องจากผลิตภัณฑ์ ขนมหินและน้ำพริกของผู้ผลิตรายอื่นอีกหลายรายในจังหวัดต่างๆ รวมทั้งมีสินค้าทดแทนจำนวนมาก เช่น กว๊านเตี๋ย ข้าวซอย รวมทั้งอาหารตามสั่ง เป็นต้น ตลอดจนผลิตภัณฑ์ ขนมหินและน้ำพริกเป็นสินค้าประเภทอาหารซึ่งสามารถผลิตได้ง่าย และมีต้นทุนต่ำซึ่งถือว่าเป็นคู่แข่งทางอ้อม
2. ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวเนื่องจากการเมืองที่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยและราคาน้ำมันแพงทำให้ผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายและลดค่าใช้จ่ายเพื่อจะออมเงินไว้ในช่วงฉุกเฉินทำให้ปริมาณการบริโภคลดลง
3. ความเสี่ยงทางด้านการตลาดที่มีความเปลี่ยนแปลงไปตามรสนิยมและความต้องการของลูกค้า ทำให้ไม่สามารถคาดการณ์แนวโน้มของความต้องการสินค้าล่วงหน้าได้ ทำให้

เกิดปัญหาการประมาณการค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และค่าใช้จ่ายในการผลิต รวมทั้งการค่าใช้จ่ายในการวางแผนการตลาด เป็นต้น

4. การเดินทางของลูกค้า เพื่อไปเที่ยวซื้อสินค้าและชมยังสถานประกอบการ ค่อนข้างยากเนื่องจากอยู่ห่างจากตัวเมือง และถนนในหมู่บ้านแคบ รวมทั้งเป็นสถานที่ที่ยากต่อการที่จะประชาสัมพันธ์ในการรับรู้ของลูกค้าในการเดินทางเข้าไปชมหรือซื้อสินค้า ทำให้เป็นอุปสรรคในการกระจายสินค้า

5. ผู้บริโภคบางกลุ่มไม่นิยมรับประทานขนมจีนน้ำเงี้ยวและแกงพื้นเมือง เนื่องจากไม่คุ้นเคย ไม่ชอบกลิ่นพริกแกง และขนมจีนน้ำเงี้ยว เป็นอาหารพื้นเมืองที่เป็นอาหารในท้องถิ่นทางภาคเหนือ ผู้บริโภคต่างถิ่นอาจไม่รู้จัก

6. พฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่วนใหญ่ยังไม่มั่นใจในรสชาติและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ไม่รู้จัก

ตาราง 4-2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้แมทริกซ์อุปสรรค โอกาส จุดอ่อน จุดแข็ง
[Threats Opportunities Weaknesses Strengths (TOWS) Matrix]

ปัจจัยภายใน Internal factors	จุดแข็งภายใน	จุดอ่อนภายใน
	Internal strengths (S)	Internal weaknesses (W)
ปัจจัยภายนอก External factors		
โอกาสจากภายนอก External Opportunities (O)	ในด้านการผลิตกลุ่มมีความชำนาญใน การดำเนินงานเป็นอย่างดี ความสามารถในการผลิตเพียงพอต่อ ปริมาณการขาย ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับ ของลูกค้าโดยได้รับรางวัลและการ รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จาก หน่วยงานต่างๆ ทำให้เกิดความเชื่อมั่น ในตัวสินค้า ส่วนใน ด้านการตลาด มี รูปแบบของสินค้ามีตราสัญลักษณ์และ บรรจุภัณฑ์ตลอดถึงการบริการที่ดี และปัจจุบันแนวโน้มความต้องการของ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีปริมาณความ ต้องการมากขึ้น เนื่องจากเป็นสินค้า ประเภทอาหารซึ่งเป็น ผลิตภัณฑ์ พื้นบ้าน พฤติกรรมของผู้บริโภคใน ปัจจุบันต้องการความรวดเร็วด้านการ ประกอบอาหาร รวมถึงการขายตัวของ สื่อสารมวลชนมาก ทำให้เพิ่ม ช่องทางในการขายตลาดและโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้ามากขึ้น ตลอดจน การได้รับการสนับสนุน และส่งเสริม จากหน่วยงานภาครัฐ ในการพัฒนา ศักยภาพของกลุ่มให้สามารถดำเนินการ ต่อไปได้ดียิ่งขึ้น	ผู้นำกลุ่มรับผิดชอบดูแล งานด้านต่างๆอยู่คนเดียว ทำให้ไม่สามารถดูแลงาน ได้ทั่วถึงและไม่สามารถ การขยายกิจการได้ โดยเฉพาะงานด้านการตลาด และทางด้านการบัญชี รวมทั้งการหาแหล่ง เงินทุน

ตาราง 4-2 (ต่อ)

ปัจจัยภายใน Internal factors	จุดแข็งภายใน	จุดอ่อนภายใน
	Internal strenges (S)	Internal weaknesses (W)
ปัจจัยภายนอก External factors		
อุปสรรคจากภายนอก External Threats (T)	กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก สามารถ ดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องในภาวะ เศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนและการ เปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นผลมาจากการยอมรับในการ บริการและคุณภาพของผลิตภัณฑ์จาก กลุ่มลูกค้า ทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม สามารถจำหน่ายได้อย่างต่อเนื่อง	จากปัญหาการแข่งขันใน ตลาดจากคู่แข่งทางตรง และทางอ้อม รวมทั้งภาวะ เศรษฐกิจชะลอตัว อาจ ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของ ลูกค้า

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้เมทริกซ์อุปสรรค โอกาส จุดอ่อน จุดแข็ง [Threats Opportunities Weaknesses Strenges (TOWS) Matrix] พบว่า กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก บ้านบวกเปา อยู่ในกลุ่มกลยุทธ์ SO ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี SWOT Matrix คือ การรุกตลาด เพราะมีทั้งจุดแข็งและโอกาส ดังนั้น กลุ่มควรจะใช้กลยุทธ์ที่มีศักยภาพสูงสุดในสร้างกลยุทธ์ โดยการใช้จุดแข็งของกลุ่มเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส โดยกลยุทธ์ที่ควรจะนำมาใช้ใน ระยะแรกกลุ่มควรจะใช้กลยุทธ์ด้านการพัฒนาบุคลากรและการโอนถ่ายภารกิจ เนื่องจากปัจจุบันมี ผู้นำกลุ่มรับผิดชอบดูแลงานด้านต่าง ๆ อยู่คนเดียว โดยการถ่ายทอดประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ ของผู้นำกลุ่มและรับการสนับสนุนด้านความรู้ต่าง ๆ ของหน่วยงานรัฐและชุมชน ผู้สมาชิกกลุ่ม และพนักงาน โดยเฉพาะงานด้านการตลาด ซึ่งจะต้องเร่งพัฒนาบุคลากรด้านการตลาด เช่น พนักงานขาย (Personal selling) เพื่อเพิ่มช่องในการขายสินค้าให้มากขึ้น รวมทั้งการโอนถ่ายภารกิจ ในด้านต่าง ๆ ให้กับทางกลุ่มร่วมกันรับผิดชอบดูแลเพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานให้เกิดความ คล่องตัวในการทำงาน หลังจากนั้นกลุ่มควรจะใช้กลยุทธ์การขยายตลาด โดยเพิ่มช่องทางการตลาด จากที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐและการเจริญก้าวหน้าของสื่อสารมวลชนต่าง ๆ นั้นแสดงให้เห็นถึงมาตรฐานและรสชาติของตัวสินค้าที่ได้รับ และรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ รวมทั้งใช้กลยุทธ์ด้านการประสานความร่วมมือควบคู่ไปด้วย เช่น การใช้เครือข่ายธุรกิจชุมชน เข้ามาเป็นส่วนช่วยในการขยายตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ แต่สิ่งสำคัญที่ควรระวังคือการใช้กลยุทธ์ การขยายตลาดจะต้องมีการพัฒนาให้เกิดความสมดุลระหว่างงานด้านการบริหารจัดการ การผลิต ตลาด และบัญชี การเงิน เพื่อให้แต่ละส่วนงานสามารถรองรับงานที่เพิ่มขึ้นได้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนากลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชนตำบลหนองแห้งและบริบทของธุรกิจชุมชนกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ตำบลสันหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาโดยใช้วิธีดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR)

สรุปผลการวิจัย

บริบทชุมชนตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ชุมชนตำบลหนองแห้ง เป็นตำบลหนึ่งในเขตการปกครองของอำเภอสันทราย ซึ่งสามารถเดินทางไปได้หลายเส้นทางแต่เส้นทางหลักที่สามารถเดินทางไปได้ง่ายคือเดินทางจากตัวเมืองเชียงใหม่ไปตามทางหลวงจังหวัดหมายเลข 118 เป็นระยะทางประมาณ 9 กิโลเมตร ก่อนถึงอำเภอดอยสะเก็ดก็จะมีทางแยกไปสู่ตำบลหนองแห้ง ตำบลหนองแห้งมีเขตการปกครองทั้งหมด 10 หมู่บ้าน โดยมีพื้นที่อยู่ในเขตการปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแห้ง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบเชิงเขา ทิศเหนือและทิศตะวันออกติดต่อกับอำเภอดอยสะเก็ด ส่วนทิศใต้และทิศตะวันตกติดต่อกับอำเภอสันทราย จำนวนประชากร คิดเป็นครัวเรือนทั้งสิ้น 1,616 ครัวเรือน ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพหลัก คือ อาชีพเกษตรกรรม รับจ้างทั่วไป ค้าขาย และอาชีพอื่น ๆ เป็นชุมชนที่มีระบบสาธารณูปโภค คือ ระบบไฟฟ้า และโทรศัพท์ ทุกหมู่บ้าน การคมนาคมและการโทรคมนาคมสะดวก เป็นพื้นที่ที่มีทั้งแหล่งน้ำธรรมชาติ และแหล่งน้ำที่สร้างขึ้น ซึ่งได้แก่ ฝาย

บ่อน้ำดิน บ่อบาดาล และการประปา ซึ่งมี 14 แห่ง ในตำบลยกเว้นหมู่ที่ 1 คือ บ้านหนองแห้ง เพียงหมู่บ้านเดียวที่ยังไม่มีการนำระบบประปาเข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวกภายในหมู่บ้าน

บริบทชุมชนบ้านบวกเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

หมู่บ้านบวกเปา เป็นชุมชนหนึ่งในตำบลหนองแห้ง จัดเป็นหมู่ที่ 3 อยู่ในพื้นที่การปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแห้ง ที่มาของชื่อหมู่บ้านสืบเนื่องจากในหมู่บ้านมีบวก หมายถึง หนองน้ำ และ เปา หมายถึง ชื่อต้นไม้ใหญ่ ที่ต้นเปา เป็นไม้ยืนต้นในหมู่บ้านซึ่งมีมากในสมัยก่อน เป็นรวมกันแล้วเป็นชื่อ หมู่บ้าน คือบ้านบวกเปา มีผู้ใหญ่บ้านคนแรก ชื่อ นายดี ศรีมา ส่วนคนปัจจุบันชื่อ นายปวิณ ชำนาญ สถาปนาทางภูมิศาสตร์ของบ้านบวกเปามีสภาพเป็นที่ราบ เป็นป่ามีหนองน้ำ มีบึง มีต้นไม้หลายชนิด และดินที่อุดมสมบูรณ์ ประชากรในหมู่บ้านประกอบอาชีพทางการเกษตรเป็นหลัก ได้แก่ ทำนา ทำสวน ทำไร่ และเลี้ยงสัตว์ เนื่องจากพื้นดินมีความอุดมสมบูรณ์ให้ผลผลิตสูงนั่นเอง

ชุมชนบ้านบวกเปา ในอดีตมีลักษณะของครอบครัวเป็นครอบครัวขยาย ลักษณะการตั้งบ้านเรือนจะขยายไปตามถนนสายหลักภายในหมู่บ้าน มีการไปมาหาสู่ระหว่างเครือญาติและเพื่อนบ้านใกล้เคียงอยู่เสมอ อีกทั้งมีการนับถือในระบบอาวุโส มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ปัจจุบันส่วนมากครอบครัวเป็นครอบครัวเดี่ยว การช่วยเหลือซึ่งกันและกันมีแต่ในหมู่เครือญาติที่น้องเท่านั้น สำหรับการสงเคราะห์และช่วยเหลือแก่เด็ก ผู้พิการและคนชราผ่านทางหน่วยงานราชการต่าง ๆ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแห้ง ประชาสงเคราะห์อำเภอ และประชาสงเคราะห์จังหวัด เป็นต้น

บริบทธุรกิจชุมชนกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มขนมจีนและน้ำพริก ตั้งอยู่ ณ บ้านเลขที่ 127 หมู่ 3 บ้านบวกเปา ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดย คุณเทอดศักดิ์ เป็นผู้ริเริ่มก่อตั้ง โดยสืบเนื่องจากการล้มเหลวในธุรกิจก่อสร้างจึงได้ริเริ่มกิจการโรงงานขนมจีนจากเงินลงทุน จำนวน 40,000 บาท โดยได้ต้นแบบจากการไปดูงานที่จังหวัดเชียงราย หลังจากนั้นได้เริ่มดำเนินงานในปี 2542 โดยได้ร่วมกันทำกับสมาชิกในครอบครัวเป็นโรงงานเล็กๆ และมีจุดจำหน่ายสินค้าอยู่ในตลาดบ่อหิน อำเภอดอยสะเก็ด ต่อมาคุณเทอดศักดิ์ได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ถึงการรวมกลุ่มซึ่งจะทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินงานของกิจการและการขอสิทธิประโยชน์หรือความช่วยเหลือจาก

หน่วยงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของรัฐ องค์กร และกลุ่มชาวบ้านได้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ในลักษณะเครือข่ายชุมชน การแนะนำอบรมจากหน่วยงานของรัฐ และการกู้ยืมเพื่อลงทุน เป็นต้น ดังนั้น จึงได้ริเริ่มใช้ชาวบ้านมารวมกลุ่มกันขึ้น โดยรวมตัวเป็นกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกเพื่อช่วยในการผลิตและร่วมตัดสินใจในการดำเนินงาน ส่วนทางด้านเงินทุนคุณเทอดศักดิ์จะเป็นหุ้นส่วนใหญ่ ปัจจุบันกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกมีสมาชิกทั้งหมด 6 คน ในการดำเนินกิจการและทำการจดทะเบียนเป็นรัฐวิสาหกิจชุมชนชื่อ กลุ่มทำขนมจีน บ้านบวกเปา สามารถขยายฐานการตลาดจากลูกค้าทั่วไปเป็นลูกค้าที่ต้องส่งสินค้าเป็นประจำทำให้กิจการมีลูกค้าที่แน่นอน ในปี 2546 ก็ได้นำน้ำพริกสำหรับทำน้ำขนมจีน ทำการตั้งชื่อว่า น้ำขนมจีนบวกเปาสูตรแม่อำพร ซึ่งมียอดขายน่าจะได้ดีพอสมควร และได้รับเลือกให้เป็นสินค้า OTOP ระดับ 2 ดาว รวมทั้งได้พัฒนาสินค้าให้มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและสะดวกต่อการนำไปใช้บริโภค แต่เนื่องจากกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกได้ตระหนักถึงการทำธุรกิจชุมชนที่อาศัยความช่วยเหลือจากภาครัฐเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้ธุรกิจชุมชนมีความยั่งยืนได้ ดังนั้น ทางกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน กลุ่มขนมจีนและน้ำพริกที่ผลิตสินค้าประเภทขนมจีนและน้ำพริก จึงมีความมุ่งมั่นในพัฒนากลุ่มขนมจีนและน้ำพริกให้สามารถดำเนินธุรกิจให้ยั่งยืนได้ สามารถรักษาสถาบันและขยายเพื่อรองรับกับการแข่งขันในด้านต่าง ๆ ของธุรกิจนี้ในอนาคต รวมทั้งสามารถนำธุรกิจของกลุ่มเข้าเชื่อมโยงหาแนวร่วมทางธุรกิจกับกลุ่มธุรกิจชุมชนอื่น ๆ ได้ ซึ่งการศึกษาหาแนวทางการพัฒนาธุรกิจนั้นจะต้องเข้าใจจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคในการทำธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการตลาด การเงิน การผลิต และการบริหารจัดการ รวมทั้งการสร้างแนวร่วมทางธุรกิจ หรือสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกกับกลุ่มธุรกิจชุมชนอื่นใกล้เคียง ไม่ว่าจะเป็นในเขตตำบลสันป่าเปา ตำบลหนองแห้งและตำบลสันทรายหลวง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีรูปแบบความสัมพันธ์ในลักษณะการพึ่งพาอาศัยซึ่งกัน และนอกเหนือจากรูปแบบความสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าวแล้ว กลุ่มธุรกิจชุมชนจะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการทำกิจกรรมร่วมกัน ในรูปแบบของการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่สมาชิกในชุมชน

สภาพการดำเนินงานปัจจุบันของกลุ่มธุรกิจชุมชนกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก

ด้านการบริหารจัดการ

ลักษณะการบริหารจัดการจะเป็นแบบครอบครัวโดยที่ผู้นำกลุ่มคือคุณเทอดศักดิ์จะเป็นผู้ดูแลการจัดการทั้งหมดและมีสมาชิกกลุ่มเหลือในการสนับสนุนด้านความคิด ข้อเสนอแนะและพนักงานจะเป็นแรงงานในด้านการผลิต โดยที่การบริหารจัดการของกลุ่มในการวางแผนงานยังไม่มี

การกำหนดภารกิจ วิสัยทัศน์ นโยบาย กระบวนการการทำงาน กฎระเบียบ และแผนปฏิบัติงานของกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ไว้อย่างชัดเจนเป็นเพียงแต่แนวคิดที่ยังไม่กำหนดเป็นแผนงานออกมาเพื่อใช้ในการปฏิบัติอย่างจริงจัง เช่น พัฒนาผลิตภัณฑ์ การขยายตลาดให้มากขึ้นในตลาดต่างอำเภอ รอบนอกของจังหวัดเชียงใหม่ และตลาดในต่างจังหวัด การวางรูปแบบบรรจุภัณฑ์ การปรับปรุงพื้นที่ของโรงงาน และการผลิตสินค้าอื่น ๆ ที่มีการผลิตโดยเป็นส่วนประกอบอาหารเพื่อใช้เป็นสินค้าเสริมรายได้ รวมทั้งมีแนวคิดที่จะทำสินค้าให้มีคุณภาพตามมาตรฐานสากลภายใต้แนวการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถทำให้ผู้บริโภคยอมรับและมอบความไว้วางใจด้านคุณภาพและคุณประโยชน์ ส่วนวัตถุประสงค์ (objectives) และเป้าหมาย (goals) จะเน้นในเรื่องของมารวมกลุ่มกันเพื่อหาแนวทางในการที่เพิ่มศักยภาพในการการผลิต ทางกลุ่มชนมจีนและน้ำพริกยังต้องการ เป็นผู้นำในการทำชนมจีนและน้ำพริกถึงสำเร็จรูปสำหรับน้ำพริกชนมจีนและน้ำพริกแกงพื้นเมืองถึงสำเร็จรูป มีภาพลักษณ์ (Brand Image) ที่เด่นชัด รสชาติเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทุกกลุ่ม และสามารถนำชนมจีนและน้ำพริกชนมจีนวางขายในทุกพื้นที่ โดยใช้กลยุทธ์ (strategies) หลาย ๆ ด้าน เช่น มีการสร้างภาพลักษณ์ (Brand Image) ที่เด่นชัด รสชาติเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทุกกลุ่ม การขายสินค้าเป็นระบบเงินเชื่อ การจัดส่งสินค้าให้ ใช้ระบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสะอาดและการใช้มาตรฐานรับรองจากหน่วยงานต่าง ๆ ด้านอาหารเพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในมาตรฐานสินค้า ตลอดจนการใช้หลักของการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและซื่อสัตย์ ตรงเวลา กับลูกค้า (Customer relationship) เป็นต้น ดังนั้น จะเห็นว่าเพื่อสอดคล้องกับการทำงานทางกลุ่มชนมจีนและน้ำพริกจึงมีการจัดโครงสร้างขององค์กรในแบบลักษณะแบ่งงานกันทำตามหน้าที่และสามารถทดแทนกันได้ตลอดเวลา กระบวนการทำงานทุกส่วนจะดูแลโดยคุณเทอดศักดิ์และพนักงานประจำจำนวน 5 คน และมีสมาชิกกลุ่มมาช่วยในบางครั้งในกรณีต้องการเร่งการผลิต

กลุ่มชนมจีนและน้ำพริกมีการสรรหา (Recruitment) และคัดเลือกบุคลากรเพื่อเป็นสมาชิกกลุ่ม โดยจะเป็นกลุ่มคนที่รู้จักคุ้นเคยกันในหมู่บ้านเพื่อความสะดวกในการติดต่อและการประสานงานในกลุ่มได้สะดวกรวดเร็ว ส่วนที่เป็นแรงงานซึ่งจะเป็นพนักงานประจำนั้นจะเน้นในเรื่องค่าแรงถูกและมีความซื่อสัตย์ ขยันอดทน สามารถสอนงานได้ง่าย โดยส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานต่างด้าว ซึ่งจากการที่มีบุคลากรหลายส่วนจึงต้องมีการกำหนดการฝึกอบรมที่แตกต่างกันไปตามลักษณะงานที่รับผิดชอบ โดยเฉพาะในด้านการผลิตก็จะมีการสอนงานให้ทดลองทำจริง (On the Job training) โดยผู้นำกลุ่มจะดูแลอย่างใกล้ชิดจนชำนาญแล้วจึงจะปล่อยให้ทำเอง และเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงานในส่วนของสมาชิกในกลุ่มก็จะมีค่าจ้างใช้เมื่อมาร่วมทำงานในการผลิต ในส่วนของพนักงานประจำจะดูแลในด้านความเป็นอยู่ทั้งที่พัก อาหาร และสวัสดิการด้านพื้นฐานทั้งหมด รวมทั้งให้เงินเดือนโดยแบ่งเป็นงวดๆและในกรณีฉุกเฉิน เช่น ต้องการ

เดินทางกลับบ้าน เจ็บป่วย เป็นต้น ซึ่งการดูแลพนักงานจะเป็นแบบครอบครัวโดยถือว่าพนักงานทุกคนเป็นสมาชิกในครอบครัวทำให้เกิดความผูกพันซึ่งกันและกันและความร่วมแรงร่วมใจในการทำงาน

ด้านระบบการบริหารจัดการจะเห็นว่าการดำเนินงานด้านระบบบริหารทั้งหมดยังเป็นลักษณะคล้ายกับการดำเนินงานธุรกิจแบบครอบครัวเหมือนเดิมแต่มีการรวมกลุ่มในลักษณะการช่วยซึ่งกันและกัน ดังนั้น การบริหารจึงดำเนินได้ภายใต้การนำของผู้นำกลุ่มและครอบครัวเป็นผู้กำหนดแนวทางหลักและในการดูแลพนักงานก็จะดูแลในลักษณะเหมือนเป็นคนครอบครัวเดียวกัน ตลอดจนการทำงานของกลุ่มจะอาศัยความสามารถของคุณเทอดศักดิ์ ที่ยึดหลักการทำงานคือ ความซื่อสัตย์ ความตรงต่อเวลา และเป็นบุคคลที่มีวิสัยทัศน์ในการดำเนินกิจการและรอบรู้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งเป็นผู้มีประสบการณ์ทำงานหลายด้านและเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ ดีเยี่ยม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญอย่างมากทำให้การดำเนินงานที่เป็นรูปแบบทั้งในลักษณะคุณภาพสินค้าและการบริการของกิจการ

การบริหารจัดการด้านการผลิต

ท่าเล ที่ตั้ง ตั้งอยู่ ณ บ้านเลขที่ 127 หมู่ 3 บ้านบวกลา ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นทั้งสถานที่ผลิต และสถานที่จำหน่าย โดยจะเป็นบ้านของผู้นำกลุ่มคือคุณเทอดศักดิ์ กลุ่มขนมจีนและน้ำพริกเป็นกลุ่มที่ดำเนินกิจการที่ทำการผลิตสินค้าอยู่ 2 ประเภท คือ ขนมจีนและน้ำพริกที่ใช้เป็นน้ำขนมจีน ซึ่งกระบวนการผลิตต่างกัน ดังนั้น การบริหารจัดการด้านการผลิตจึงต่างกัน โดยผลิตภัณฑ์แรกคือการผลิตขนมจีนจะมีขั้นตอนและวิธีการที่ยุ่งยากและใช้แรงงานและเวลาในการผลิตค่อนข้างมาก จึงมีการจัดวางผังของโรงงานที่ง่ายต่อการปฏิบัติเรียงตามลำดับการผลิตและอุปกรณ์ที่ใช้งาน ในกระบวนการผลิตขนมจีนจะเริ่มตั้งแต่กระบวนการจัดเตรียมและคัดเลือกวัตถุดิบ คือแป้งสุรพิเศษ โดยใช้อยู่ 4 ชนิด ประกอบด้วย แป้งสดและแป้งหมัก โดยจะมีขายอยู่ที่จังหวัดเชียงราย ซึ่งคุณเทอดศักดิ์ ผู้นำกลุ่มจะรับผิดชอบในการจัดหา จากนั้นจะเข้าสู่การต้มแป้ง นวดและกรองแป้ง จนถึงขั้นการทำเป็นเส้นขนมจีนและบรรจุลงภาชนะเพื่อจำหน่าย ซึ่งกระบวนการทั้งหมดทางกลุ่มจะเน้นเรื่องความสะอาดของขั้นตอนการผลิตเป็นหลัก ตลอดจนการรักษาสภาพแวดล้อมในเรื่องการจัดการกำจัดของเสียในการบวนการผลิตของการผลิตขนมจีน ในการผลิตขนมจีนของกลุ่มขนมจีน โดยมีบ่อพักน้ำที่ใช้ในกระบวนการผลิตให้ตกตะกอนก่อนปล่อยลงพื้นที่สาธารณะ ส่วนในเรื่องการผลิตเพื่อให้ทันกับปริมาณการสั่งซื้อทางกลุ่มจะใช้วิธีบริหารการผลิตแบบ Just in time คือเมื่อทราบปริมาณการสั่งซื้อจึงจะเริ่มการผลิต ดังนั้น จึงไม่สินค้าคงคลังมากนัก ซึ่งต้องใช้วิธีนี้เนื่องจากลูกค้าจะต้องการขนมจีนที่สดออกจากขั้นตอน

การผลิตใหม่ ๆ และไม่ข้ามคืน รวมทั้งผู้ผลิตไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ ส่วนผลิตภัณฑ์ที่สองคือ น้ำพริกก็จะมีกระบวนการผลิตที่ไม่ซับซ้อน ใช้พนักงานจำนวน 1 คนในกระบวนการผลิตทั้งหมด โดยกระบวนการผลิตจะมีการบริหารด้านคุณภาพของการผลิตน้ำพริก เน้นเรื่องความสะอาดของขั้นตอนการผลิต โดยโรงงานผลิตน้ำพริกจะทำเป็นแบบโล่งโปร่งและมีมุ้งลวดป้องกันแมลง พนักงานที่ทำการผลิตจะต้องทำความสะอาดและใส่ถุงมือในการทำงาน ทำให้กลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกเปาได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม การคัดเลือกวัตถุดิบ เช่น พริก กระเทียม และเครื่องเทศต่าง ๆ ทางคุณเทอดศักดิ์เป็นผู้ดูแลโดยทำการจัดหาได้ในตลาดเมืองใหม่ เพราะเป็นแหล่งตลาดเครื่องเทศที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับขั้นตอนการผลิตก็นำส่วนผสมทั้งหมดมาทำการชั่งตวงตามสูตรที่กำหนดแล้วนำมาเข้าเครื่องบด แล้วทำการบรรจุลงถุงเพื่อเตรียมจำหน่ายต่อไป โดยการจัดทำน้ำพริกจะมีการทำในปริมาณตามลูกค้าสั่งซื้อ และบางทีก็ทำเก็บไว้บางส่วนเพื่อรอจำหน่ายเพราะน้ำพริกสามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน

การบริหารจัดการด้านการตลาด

ขนมจีนและน้ำพริก ได้ใช้หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดตามกลุ่มลูกค้ากลุ่มลูกค้าที่มีร้านขายขนมจีนเป็นลูกค้าประจำตามตลาดต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ และกลุ่มลูกค้าทั่วไปโดยส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าในท้องถิ่นซึ่งจะจำหน่ายในราคาตามท้องตลาด ดังนั้นทางกลุ่มได้ทำการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยเน้นที่คุณภาพดีและการบริการที่ดีกว่าที่อื่น ตลอดจนให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับครอบครัวเน้นในการปรุงอาหารที่ง่ายขึ้น ประหยัดเวลา ในการรับประทาน

ผลิตภัณฑ์ขนมจีนและน้ำพริกขนมจีน ปัจจุบันทางกลุ่มได้เน้นพัฒนา น้ำพริกขนมจีนและน้ำพริกแกงพื้นเมืองสูตรแม่อำพรเป็นหลัก และรองลงไปขนมจีนเนื่องจากทางกลุ่มมีแนวคิดว่าการเติบโตในสินค้าชนิดนี้จะมีมากกว่าขนมจีน จึงมีการพัฒนาเป็นตราสินค้า (Brand) คือ น้ำพริกขนมจีนและน้ำพริกแกงพื้นเมืองสูตรแม่อำพร ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ก็จะเน้นในเรื่องความสะดวกในการรับประทานและการจัดเก็บให้กับลูกค้า ในส่วนของการกระจายสินค้าจะมีศูนย์รวมกระจายสินค้าในเชียงใหม่ประกอบด้วยทางกลุ่มมีการมีกลยุทธ์ในการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย โดยใช้ความชำนาญของผู้นำกลุ่มคือคุณเทอดศักดิ์ ในการจัดจำหน่ายเพราะเป็นคนในพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีมนุษยสัมพันธ์ดีและที่คุ้นเคย ประกอบกับการจัดส่งผลิตภัณฑ์เองมีความใกล้ชิดสนิทสนมกับลูกค้าเป็นอย่างดี ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ และยังให้เครดิตกับลูกค้าที่เป็นเจ้าประจำ มีการประกันคุณภาพของสินค้า คือถ้าเสียจะทำการรับคืนเป็นผลให้ผลิตภัณฑ์สามารถติดตลาดได้อย่างรวดเร็วเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

การบริหารจัดการด้านการเงิน และบัญชี

กลุ่มชนมเงินและน้ำพริก มีแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินงานจะใช้เงินทุนของผู้นำกลุ่มและกู้จากธนาคารเพื่อการเกษตรโดยใช้เครดิตของผู้นำกลุ่ม ทางสมาชิกในปัจจุบันยังไม่ได้มีส่วนร่วมในด้านการเงิน แต่ในอนาคตทางผู้นำกลุ่มและสมาชิกจะได้หาแนวทางเพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมมากขึ้นหากมีความจำเป็นต้องขยายกิจการเพื่อให้การเข้าหาแหล่งเงินทุนในลักษณะของกลุ่มเพื่อต่อการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ส่วนการจัดการด้านบัญชีกลุ่มชนมเงินและน้ำพริก มีการบริหารจัดการด้านการเงินโดย คุณเทอดศักดิ์ ผู้นำกลุ่ม ซึ่งจะเป็นการลงบัญชีในส่วนของรายรับ-รายจ่ายทั้งหมดของธุรกิจ ส่วนการลงบันทึกบัญชีรายรับ-รายจ่ายมีการบันทึกไว้ในสมุดส่วนตัวโดยแสดงเป็นลายลักษณ์อักษร แต่เป็นลักษณะของการบันทึกที่ง่าย ๆ ไม่ได้ถูกต้องตามหลักของการบันทึกบัญชี เป็นเพียงการจดบันทึกเพื่อใช้ในการรับรู้ราคาของวัสดุ วัตถุดิบและค่าใช้จ่ายประจำวัน และไม่ได้นำมาวิเคราะห์ใช้ในกิจการอย่างจริงจัง เนื่องจากทางกลุ่มไม่มีความรู้ในเรื่องของหลักการทำบัญชี

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของกลุ่มชนมเงินและน้ำพริก

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชน กลุ่มชนมเงินและน้ำพริกมีสภาพการดำเนินงานทางธุรกิจ โดยใช้การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ ดังนี้

จุดแข็ง (Strength) คือ ผู้ประกอบการมีความชำนาญในการทำธุรกิจด้านการทำชนมเงินเนื่องจากผู้นำกลุ่มได้เป็นทำธุรกิจนี้มาก่อนที่จะมีการรวมกลุ่ม จากนั้นทางกลุ่มก็ทำการจดทะเบียนในรูปรัฐวิสาหกิจชุมชน มีผลิตภัณฑ์เสริมคือน้ำพริกชนมเงินทำให้เพิ่มยอดขายของสินค้าหลัก มีกำลังการผลิตเพียงพอต่อปริมาณการขายและยังสามารถขยายการผลิตได้ ปัจจุบันทางกลุ่มยังได้รับรางวัล OTOP ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในตัวสินค้าของกลุ่มใช้วัตถุดิบที่สดใหม่ สะอาด ใช้กระบวนการผลิตที่ที่ไม่ซับซ้อน มีรสชาติอร่อยที่เป็นสูตรเฉพาะ สำหรับด้านผลิตภัณฑ์น้ำพริกยังได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากกระทรวงอุตสาหกรรม กลุ่มชนมเงินและน้ำพริกมีการบริหารงานแบบครอบครัวทำให้พนักงานกับนายจ้างมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและมีความจงรักภักดีต่อที่ทำงาน ตลอดจนมีการเชื่อมโยงเครือข่ายไปกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ ในชุมชน ทำให้เพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานมากขึ้น สำหรับการตลาดนั้นเนื่องจากผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ สินค้ามี Brand และ Packing ซึ่งรายอื่นไม่มี ใช้วัสดุในท้องถิ่นในการผลิตทำให้เกิดปัญหาด้านการผลิตน้อย รวมทั้งมีการส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ บรรลุถึงขั้นง่ายต่อการใช้งานมิให้เลือกหลายขนาดบรรจุง่ายต่อการเลือกใช้ให้เหมาะสมกับปริมาณการบริโภค ความสัมพันธ์

ของผู้นำกลุ่มกับชาวบ้านเป็นลักษณะของการเอื้อเพื่อซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดการรักดีต่อตัวผลิตภัณฑ์ที่มีบริการส่งที่ประทับใจ ไม่เสียค่าจัดส่ง ทำให้ผลิตภัณฑ์ ก็เป็นที่ยอมรับของลูกค้า

จุดอ่อน (Weakness) เนื่องจากกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกเป็นการรวมกลุ่มที่ยังไม่มีรูปแบบการดำเนินงานอย่างชัดเจน เช่น ภาระเบียดบังบ่งคับการปฏิบัติงาน การประสานงานในกลุ่ม การจัดสรรด้านวางแผนพัฒนาบุคคล การประเมินผลการปฏิบัติงาน และแผนงานด้านการตลาด ตลอดจนการบันทึกรูปแบบ การจดบันทึกด้านการบัญชี เป็นต้น ทำให้บทบาทในการมีส่วนร่วมในการทำงานของสมาชิกน้อยส่วนใหญ่จะถูกดำเนินงานโดยผู้นำกลุ่มเป็นหลัก ส่วนทางด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก ก็ยังไม่ได้การรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานด้านอาหาร สถานที่ตั้งของโรงงานคับแคบ ขาดการจัดเก็บและการวางผังตามแบบมาตรฐานการผลิตสินค้าจะมีการเปลี่ยนสีเมื่อเก็บไว้นาน ๆ ทำให้ลูกค้าไม่แน่ใจในคุณภาพไม่มีการระบุวันผลิตและวันหมดอายุอย่างชัดเจนทำให้ลูกค้าไม่กล้าซื้อ ขาดการบันทึกขั้นตอนการผลิตและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไปในอนาคต

โอกาส (Opportunity) ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มความต้องการมีปริมาณมากขึ้น และมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ การสนับสนุนจากภาครัฐทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ในการเพิ่มช่องทางการตลาด มีโอกาสพัฒนาศักยภาพด้านการผลิต และการตลาดเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชน

อุปสรรค (Threat) ความเสี่ยงทางด้านการตลาดที่มีความเปลี่ยนแปลงไปตามรสนิยมและความต้องการของลูกค้า ผลิตภัณฑ์มีผู้ผลิตรายอื่นเป็นคู่แข่งมากขึ้นเนื่องการผลิตไม่ซับซ้อนและมีสินค้าทดแทนในการทางอ้อมมาก เนื่องจากเป็นสินค้าในกลุ่มประเภทอาหาร ประกอบกับปัจจุบันอยู่ในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว น้ำมันแพงทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น

จากข้อมูลวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ ของกลุ่มขนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกเปา พบว่า ทางกลุ่มมีจุดแข็งหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ด้านการผลิตเนื่องจากผู้ประกอบการมีความชำนาญในการทำธุรกิจเข้าใจในขั้นตอนการผลิตสินค้าและการดำเนินงานเป็นอย่างดี กำลังการผลิตเพียงพอต่อปริมาณการขาย รวมทั้งผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของลูกค้าโดยได้รับรางวัล OTOP และการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากกระทรวงอุตสาหกรรม ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในตัวสินค้าของกลุ่ม ส่วนใน ด้านการตลาด มีการส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ รูปแบบของสินค้ามีตราสัญลักษณ์ (Brand) และบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ตลอดจนการบริการที่ดี เช่น การรับประกันสินค้า มีบริการส่งสินค้าที่ประทับใจ ไม่เสียค่าจัดส่ง และความสัมพันธ์ของผู้นำกลุ่มกับชาวบ้านทำให้เกิดการรักดีต่อตัวผลิตภัณฑ์ ประกอบกับปัจจุบันแนวโน้มความต้องการของสินค้ามี

ปริมาณมากขึ้น เนื่องจากเป็นสินค้าประเภทอาหารซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต และพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันต้องการความสะดวกรวดเร็วด้านการประกอบอาหาร รวมถึงรัฐบาลและหน่วยงานในท้องถิ่นสนับสนุนธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) และสินค้า OTOP ส่งผลให้ธุรกิจได้รับการสนับสนุนมากขึ้น มีโอกาสพัฒนาศักยภาพด้านการผลิตและการตลาดโดยการเชื่อมโยงสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชน ตลอดจนการขยายตัวของสื่อสารมวลชนมากขึ้น เช่น อินเทอร์เน็ต (Internet) สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ทำให้เพิ่มช่องทางในการขยายตลาดและโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้ามากขึ้น แต่เนื่องจากกลุ่มชนมจันและน้ำพริกจะมีข้อด้อยในการบริหารงานเนื่องจากการทำงานทั้งหมดในธุรกิจจะขึ้นอยู่กับผู้นำกลุ่มเพียงคนเดียวทั้งทางด้านการผลิต การหาแหล่งทุน การตลาดและการบัญชี ทำให้การพัฒนาธุรกิจไม่สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น กลุ่มชนมจันและน้ำพริกควรมีการวางแผนการทำงานให้ไปสู่การเป็นธุรกิจชุมชนอย่างแท้จริงที่สามารถดำเนินงานโดยกลุ่มสมาชิกทุกคน ในระยะแรกควรจะใช้กลยุทธ์ด้านการพัฒนาบุคลากรและการโอเน็ตการกิจ โดยการถ่ายทอดประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ ของผู้นำกลุ่ม และรับการสนับสนุนด้านความรู้ต่าง ๆ ของหน่วยงานรัฐและชุมชน ผู้สมาชิกกลุ่มและพนักงาน โดยเฉพาะงานด้านการตลาดซึ่งจะต้องเร่งพัฒนาบุคลากรด้านการตลาดเช่นพนักงานขาย (Personal selling) เพื่อเพิ่มช่องในการขายสินค้าให้มากขึ้น รวมทั้งการโอเน็ตการกิจในด้านต่าง ๆ ให้กับทางกลุ่มร่วมกันรับผิดชอบดูแลและแบ่งงานกันทำตามความถนัดของแต่ละคนเพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานให้เกิดความคล่องตัวในการทำงาน ซึ่งเมื่อทุกคนมีความรู้และเข้าใจในระบบการทำงานและหน้าที่รับผิดชอบแล้ว หลังจากนั้นกลุ่มควรจะใช้กลยุทธ์การขยายตลาดเนื่องจากปัจจุบันกลุ่มมีศักยภาพในหลาย ๆ ด้าน ควรจะใช้จุดแข็งของกลุ่มเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาสที่มีอยู่ โดยเพิ่มช่องทางการตลาดจากที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ และการเจริญก้าวหน้าของสื่อสารมวลชนต่าง ๆ เน้นแสดงให้เห็นถึงมาตรฐานและรสชาติของตัวสินค้าที่ได้รับและรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ รวมทั้งใช้กลยุทธ์ด้านการประสานความร่วมมือควบคู่ไปด้วย เช่น การใช้เครือข่ายธุรกิจชุมชนเข้ามาเป็นส่วนช่วยในการขยายตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ แต่สิ่งสำคัญที่ควรระวัง คือการใช้กลยุทธ์การขยายตลาดจะต้องมีการพัฒนาให้เกิดความสมดุลระหว่างงานด้านการบริหารจัดการ การผลิต ตลาด และบัญชี การเงิน เพื่อให้แต่ละส่วนงานสามารถรองรับงานที่เพิ่มขึ้นได้

อภิปรายผล

จากการศึกษาถึงแนวทางการพัฒนากลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ตำบลหนองแห่ อำเภอ สันทราย จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์ตามแนวคิดด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

จากการวิจัยพบว่า แนวคิดการดำเนินงานของกลุ่มชนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกเปา มีความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการดำเนินงานดังกล่าวหลาย ๆ ส่วน โดยด้านกระบวนการ บริหารจัดการ ส่วนของการวางแผนทางกลุ่มมีการวางแผนงานการปรับปรุงกิจการให้เติบโต รองรับกับการขยายตลาด มีแนวคิดพยายามจะจัดกระบวนการทำงานให้เป็นในรูปแบบของกลุ่ม ชุมชนเพื่อสามารถรับการช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ รวมทั้งผู้นำกลุ่มยังใช้หลักการของการ เป็นผู้นำในการกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นในการทำงาน อีกทั้งมีกระบวนการสร้างแรงจูงใจ ในการทำงาน การฝึกอบรมพนักงานในการผลิต และการให้ค่าตอบแทน โดยจะเห็นว่าวิธีการ ดังกล่าวยังไปสอดคล้องกับ แนวคิดจิตวิทยาการเรียนรู้และการสอนงานด้วย ด้านการตลาด ทาง กลุ่มมีการดำเนินงานสอดคล้องกับแนวคิดส่วนผสมทางการตลาดหลาย ๆ ส่วน เช่น ด้านการ ส่งเสริมการตลาด ได้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุชุมชนทำให้เกิดการรับรู้ในคุณภาพ ผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่ม และการประกันคุณภาพสินค้า ทางด้านราคา ก็มีการกำหนดราคา ให้อยู่ในระดับปานกลางที่ลูกค้าสามารถยอมรับ ดังจะเห็นได้จากปริมาณยอดขายที่เพิ่มมากขึ้น ส่วนทางด้านช่องทางการจำหน่าย ทางกลุ่มก็มีการกำหนดตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและมีลูกค้า ประจำโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าส่งตามตลาดใหญ่ในเมืองเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ มีการพัฒนา ผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา โดยทำให้มีรสชาติตามสูตรเฉพาะ มีการทำตราสัญลักษณ์สินค้าและ บรรจุภัณฑ์ เป็นการสร้างจุดเด่นและเพิ่มมูลค่าของสินค้า ซึ่งจะเห็นว่าการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ให้ มีส่วนสำคัญในการจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าสอดคล้องกับบทความเรื่อง ชนมจีน สมุนไพร ผลิตภัณฑ์เด่นจากกลุ่มแม่บ้านตลาดขวงสามัคคี จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่กลุ่มแม่บ้านมีแนวคิดพัฒนา ผลิตภัณฑ์ชนมจีน สมุนไพร ด้วยจุดเด่นจากสีส้มของเส้นชนมจีน ที่ทำมาจากสมุนไพรในหมู่บ้าน ทำให้เป็นที่นิยมในตลาด

สำหรับการบริหารงานกลุ่มชนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกเปานั้น จากการศึกษายังพบว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลในบางส่วนกับงานวิจัยของ อรอนงค์ ธรรมกุล ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการบริหารและการจัดการกิจกรรมแปรรูปผลผลิตเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ภาควิชาคณบดีที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งกล่าวถึงการบริหารและการจัดการแบบรวมกิจกรรม คือ ประธานจะเป็นผู้บริหาร และสั่งการให้กรรมการและสมาชิกทำผลิตภัณฑ์ร่วมกัน ซึ่งจะเห็นได้ จากที่การดำเนินกิจการทั้งหมดในกลุ่มชนมจีนและน้ำพริกบ้านบวกเปาจะขึ้นอยู่กับผู้นำกลุ่ม

ทั้งหมด สำหรับศักยภาพและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม พบว่า ยังขาดความพร้อมทางด้านงบประมาณ เพราะยังไม่มี การวางแผนใช้งบประมาณที่เป็นสัดส่วน และการเตรียมแรงงานในการผลิต ส่วนมากอยู่ในรูปแบบการจ้างแรงงานในการผลิตซึ่งยังไม่ได้อยู่ในรูปแบบกลุ่มอย่างแท้จริง ส่วนมากอยู่ในรูปแบบการจ้างแรงงานแต่สะท้อนให้เห็นว่า ศักยภาพของกลุ่มอยู่ในระดับที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น และความต้องการของกลุ่มชนมจันและน้ำพริกบ้านบวกเปาในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานคือ ต้องการการแนะนำในเรื่องแผนการปรับปรุง โครงสร้างการผลิต การตลาด และการเงินที่เหมาะสม แนะนำสู่ทางการขยายตลาด และจัดทำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดเพื่อความสะดวกในการติดต่อซื้อขายระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ผู้ผลิตกับนักการตลาด ผู้ผลิตกับสถาบันการเงิน ผู้ผลิตกับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการผลิตต่าง ๆ รวมถึงการร่วมมือกับหน่วยงานในภาครัฐในการประกอบธุรกิจ ซึ่งจะทำให้สามารถแก้ปัญหาในการบริหารการเงิน ได้แก่ การขาดเงินทุนหมุนเวียน และการทำบัญชีเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับสรุปรายงานรับจ่ายและใช้ประโยชน์ในการวางแผนการดำเนินงาน ตลอดจนสามารถแก้ปัญหาในด้านการตลาด ได้แก่ เรื่องขาดตลาดรับซื้อประจำ ขาดบุคลากรที่มีทักษะด้านการตลาด และขาดข้อมูลด้านการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิมล ชีระภาพพันธ์ และนัทธมน ชีระกุล ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง การปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้านจังหวัดเชียงใหม่ และงานวิจัยของ อภิชัย พันธเสน และคณะ (2546) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การประเมินปัญหาและความต้องการของธุรกิจชุมชน รวมทั้งงานวิจัยของ จิตต์ใส แก้วบุญเรือง (2546) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง ที่ได้สรุปไว้ในผลงานวิจัยว่า ข้อมูลดังกล่าวเป็นความต้องการและปัญหาส่วนใหญ่ของธุรกิจชุมชน ซึ่งถ้าสามารถแก้ปัญหาดังกล่าวได้ก็จะสามารถประสบผลสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงการดำเนินงานและสภาพทางธุรกิจของกลุ่มชนมจันและน้ำพริก ตำบลหนองแห่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้คาดว่า จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแนวทางการพัฒนากลุ่มชนมจันและน้ำพริก และกลุ่มธุรกิจชุมชนอื่น ๆ ต่อไป โดยมีรายละเอียดข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. ด้านการบริหารจัดการ กลุ่มชนมจันและน้ำพริก ควรมีการกำหนดภารกิจ และวิสัยทัศน์ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานไว้ให้ชัดเจน ควรมีการตั้งกฎระเบียบและข้อบังคับ

เงื่อนไขในการปฏิบัติงานร่วมกันภายในกลุ่มไว้เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ในการทำงานควรมีการกระจายงานโดยให้สมาชิกที่ได้รับการแต่งตั้งได้ทำหน้าที่ของแต่ละฝ่ายตามที่ได้กำหนดไว้ เพื่อให้การดำเนินงานของกลุ่มมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในการสรรหาบุคลากรบางฝ่ายอาจจำเป็นต้องหาผู้ช่วยที่มีความรู้ เช่น ฝ่ายบัญชี เพราะผู้รับผิดชอบหน้าที่ในฝ่ายนี้ควรเป็นผู้ที่มีความรู้ ความละเอียด และความสามารถในการทำบัญชี เพื่อให้ระบบบัญชีของกลุ่มรัดกุมยิ่งขึ้น

2. ด้านการผลิต ปัญหาที่พบคือ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เดิม เช่น การทำพริกป่น การทำน้ำพริกในรูปแบบอื่น ๆ ดังนั้นทางกลุ่มควรจะความร่วมมือจากสถาบันวิจัยและสถานศึกษาการศึกษาต่าง ๆ ในทำวิจัยและการทดลองสูตรต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ส่วนทางด้านสายการผลิตควรจะมีการจัดผังโรงงานให้สอดคล้องอุปกรณ์และแรงงานที่มีอยู่เพื่อให้สามารถผลิตงานได้รวดเร็วและปลอดภัยสำหรับพนักงานมากขึ้น เช่น การแบ่งส่วนอุปกรณ์ในการผลิตให้เรียงลำดับก่อนหลังตามลำดับการผลิต การปรับปรุงให้เกิดความสะดวกเป็นระเบียบเนื่องจากเป็นธุรกิจประเภทอาหารตลอดจนต้องมีการพัฒนาหาข้อมูลข่าวสารตามแหล่งความรู้ต่าง ๆ ในเรื่องเทคโนโลยีการผลิต เพื่อให้มีมาตรฐานในด้านการผลิตสำหรับการยกระดับตัวผลิตภัณฑ์ เช่น เครื่องตีแป้ง เครื่องบดน้ำพริก ซึ่งในอนาคตจะต้องมีการพัฒนาเพื่อให้เกิดความสะดวกสบายและประหยัดมากยิ่งขึ้น

3. ด้านการตลาด กลุ่มขนมจีนและน้ำพริกควรจะนำข้อมูลการดำเนินงานจากอดีตมาถึงปัจจุบันมาปรับปรุงแผนการตลาดในด้านต่าง ๆ โดยอาศัยการระดมสมองภายในกลุ่มสมาชิก และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในด้านการตลาด เช่น สถาบันการศึกษา หน่วยงานของรัฐ จากนั้นนำมาใช้ในการดำเนินงานธุรกิจ ส่วนปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มที่ยังไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากนักทางกลุ่มควรจะขอความร่วมมือจากภาครัฐเข้ามาช่วยส่งเสริมในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ โทรทัศน์ ตามแหล่งศูนย์การค้าใหญ่ และด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย ควรจะให้มีจุดกระจายสินค้าน้อย ๆ แต่สามารถลงสินค้าได้ปริมาณมาก ๆ และการจัดเส้นทางขนส่งสินค้าให้ เป็นเส้นทางที่ไม่วกวน เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายและไม่เสียให้เสียเวลาในการขนส่งโดยเน้นที่กลุ่มลูกค้าที่เป็นการค้าส่งเป็นอันดับแรก ตลอดจนกลุ่มต้องหาแหล่งความรู้ในการแก้ไขปัญหาการตลาดและสามารถประสานแลกเปลี่ยนความรู้กับธุรกิจกลุ่มอื่น ๆ เช่น ธุรกิจอาหาร ซึ่งสามารถหาได้จากสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์และสามารถวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจของประเทศ

4. ด้านการเงินและบัญชี กลุ่มชนมจีนและน้ำพริกยังขาดความชัดเจนในเรื่องของระบบบัญชี อาจหาผู้ช่วยเหลือ หรือที่ปรึกษาที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องของการเงินและบัญชี เพื่อช่วยเหลือการทำงานด้านนี้ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จะได้ทำให้ทราบประสิทธิภาพการดำเนินงานได้อย่างแท้จริง

5. การเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจชุมชนในท้องถิ่นเดียวกัน กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ควรมีการเชื่อมโยงกับเครือข่ายธุรกิจชุมชนในท้องถิ่นเดียวกัน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ แนวความคิดใหม่ ๆ ข่าวสารในด้านต่าง ๆ และให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อให้เกิดเครือข่ายธุรกิจชุมชนที่เข้มแข็งต่อไปในอนาคต

ดังนั้น ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะแก่กลุ่มชนมจีนและน้ำพริก ในแต่ละด้านที่ทางผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ เพื่อให้ทางกลุ่มฯ สามารถนำไปพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการดำเนินงานของกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก เพื่อนำไปพัฒนาและความเข้มแข็งให้กับทางกลุ่มยิ่ง ๆ ขึ้นไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากพื้นฐานของผลการวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะกลุ่มธุรกิจชุมชน กลุ่มชนมจีนและน้ำพริกเท่านั้น สำหรับผลการวิจัยเป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติระดับหนึ่งและสามารถขยายผลในการวิจัยในครั้งต่อไป หรือเพิ่มประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และนำไปปฏิบัติเพิ่มเติมมากขึ้น ดังนี้

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

2. ควรจะทำการศึกษาการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชนในท้องถิ่นที่ประสบความสำเร็จ โดยการเข้าร่วมศึกษาร่วมกับเครือข่ายธุรกิจชุมชนในท้องถิ่น เพื่อศึกษาการดำเนินงานที่ทำให้กลุ่มธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จตามแนวทางการพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน

3. ควรจะทำการศึกษาการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชนกับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อเพิ่มผลผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สู่ความเป็นสากล

บรรณานุกรม

- กชกร ชินะวงศ์. 2547. “วิจัยค้นหารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มผ้าคันมือตำบลป่าแดง”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://vijai.org/article/show_topic.asp (6 กันยายน 2548).
- กรมการศึกษานอกโรงเรียน. 2547. “การจัดการธุรกิจผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือ”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://web.nfe.go.th/index/content/clothes_009.html (10 ตุลาคม 2548).
- จริยา เสถบุตร. 2548. “การวิจัยเชิงคุณภาพ”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://ednet.kku.ac.th/ed127/qualitative.doc> (26 ธันวาคม 2548).
- จิตต์โส แก้วบุญเรือง. 2546. การดำเนินงานโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง. 2526. การระดมประชาชนเพื่อการพัฒนาชนบท. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- เฉลิมพล สัตถาภรณ์. 2517. การจัดองค์การธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เฉลิมชัยการพิมพ์.
- เจลิยว นุรีภักดี. 2545. การวิจัยชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ และสำนักมาตรฐานอุดมศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย.
- โชติรส ชวนิชย์ ก่อเกียรติ พานิชกุล และ ปริญ ลักขิตานนท์. 2538. ธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.
- ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, อารี วิบูลย์พงษ์, พุกภัย ยัมมตะสิทธิ์ และ นัทธมน ชีระกุล. 2547. การปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านในภาคเหนือตอนบน. เชียงใหม่: ศูนย์เพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร และคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นันทิยา หุตานุวัตร และ ณรงค์ หุตานุวัตร. 2545. SWOT: การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชน. กรุงเทพฯ: สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.
- บัณฑิต อ่อนดำ. 2536. กระบวนการปรับปรุงและพัฒนากลุ่ม/องค์กรประชาชนเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิชิต สุจริตจนดานนท์. 2544. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ไพรัตน์ เฑาะรินทร์. 2527. **เศรษฐกิจชนบทไทย**. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนารัฐชน.
 ขงยุทธ บุราสิทธิ์. 2533. “เทคนิคการกระตุ้นชาวบ้านให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนารัฐชน”.
วารสารพัฒนารัฐชน. 29(ธันวาคม): 41-46.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. 2538. **จิตวิทยาองค์กรอุตสาหกรรม การบริหารทรัพยากรมนุษย์และการเพิ่ม
 ผลผลิต**. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2531. **การพัฒนารัฐชนไทย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2533. **สังคมวิทยาทัศน์**. กรุงเทพฯ: เจ้าพระยาการพิมพ์.
- สุปัญญา ไชยชาญ. 2540. **การบริหารการผลิต**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: พี.เอ.ดีฟวิง.
- เสน่ห์ จามริก. 2537. **แนวทางการพัฒนารัฐศึกษาไทย: บทวิเคราะห์เบื้องต้น**. กรุงเทพฯ:
 หมู่บ้าน.
- สำนักงานมาตรฐานการศึกษา. 2545. **ชุดวิชาการวิจัยชุมชน**. กรุงเทพฯ: เอส. อาร์. พรินต์ติ้ง แมส
 โปรดักส์.
- อกิน รพีพัฒน์, ม.ร.ว. 2527. **สังคมไทยในสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ พ.ศ. 2325-2416**.
 พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มูลนิธิตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____. 2533. **ยุทธศาสตร์ในการพัฒนารัฐชน: ประสบการณ์ของประเทศไทย**.
 กรุงเทพฯ: คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____. 2538. **กลุ่มชาวบ้านกับศักยภาพในการแก้ปัญหาชุมชน**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัย
 และพัฒนา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนรรักษ์ ปัญญาวิวัฒน์. 2548. **การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม : การเรียนรู้ร่วมกับชุมชน**.
 เชียงใหม่: เครือข่ายงานวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏ. หน้าที่ 31-37.
- อภิชัย พันธเสน, ปัทมาวดี โพชนุกูล ชูชุกิ, ดลจิตต์ ยุทธะนันท์, กฤตยา ศรีสรรพกิจ, จันทรพิไล
 ลือ, มนต์วัลย์ พัฒนวิบูลย์, อรอนงค์ อินทรหะ, มณีนรัตน์ จริยธรรมวุฒิ, จิม พันธเสน, สุระ
 ชัย มาลีแย้ม และ กรรณิการ์ บุญหนุน. 2546. **การประเมินปัญหาและความต้องการของ
 รัฐกิจชุมชน**. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- อรอนงค์ ธรรมกุล. 2544. **รูปแบบการบริหารและการจัดการกิจกรรมแปรรูปผลผลิตเกษตรของ
 กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรภาคเหนือตอนล่างที่ประสบความสำเร็จ**. เชียงใหม่: สำนักงานส่งเสริม
 การเกษตรภาคเหนือ กรมส่งเสริมการเกษตร.

Thaitumbon.com 2000. 2548. “โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์”. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.thaitumbon.com> (1 กันยายน 2548).





ภาคผนวก ก
ประมวลภาพงานวิจัย



ภาพการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มชนมจีนและน้ำพริก



ภาพการประชุมกลุ่ม



ภาพการประชุมกลุ่ม



ภาพการประชุมกลุ่ม



ภาพการดูงานของกลุ่ม



ภาพการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มขนมจีนและน้ำพริก



ภาคผนวก ข
ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นายสินธรา มหาวงศ์	
วัน เดือน ปีเกิด	30 ธันวาคม พ.ศ. 2515	
วุฒิการศึกษา	ครุศาสตรบัณฑิต (คอบ.)	
ภูมิลำเนา	พะเยา	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2528 – 2531	มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนพะเยาวิทยาคม
	พ.ศ. 2531 – 2533	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาอิเล็กทรอนิกส์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตตาก
	พ.ศ. 2533 – 2535	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาอิเล็กทรอนิกส์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ
	พ.ศ. 2536 – 2538	ปริญญาตรี ครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมไฟฟ้าสื่อสาร สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2535 – 2536	ช่างเทคนิค บริษัท เอเอ็มดีไทยแลนด์ จำกัด
	พ.ศ. 2539 – ปัจจุบัน	วิศวกรผู้ชำนาญการ ประจำแผนกบำรุงรักษา เครือข่ายภาคเหนือ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส มหาชน จำกัด