

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชนตำบลสันป่าเป้า และบริบทของธุรกิจชุมชน กลุ่มประติมากรรมดินเผาออกก่อนกะ ตำบลสันป่าเป้า อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน กลุ่มประติมากรรมดินเผาออกก่อนกะ ตำบลสันป่าเป้า อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้นำกลุ่ม และสมาชิกกลุ่มประติมากรรมดินเผาออกก่อนกะ ตำบลสันป่าเป้า อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มประติมากรรมดินเผาออกก่อนกะ จัดตั้งโดย นายฉัฐพล งามเรียง และนางสุควนา งามเรียง มีสมาชิกทั้งสิ้นจำนวน 7 คน และเครือข่ายการผลิตจำนวน 6 คน โดยมีวัตถุประสงค์การรวมกลุ่มกันเพื่อให้สมาชิกในกลุ่มมีรายได้เพียงพอในการดำรงชีวิต และมีเงินออมสำหรับอนาคต มีรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างสมถะ มุ่งเน้นเศรษฐกิจแบบพอเพียง และผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ

กลุ่มประติมากรรมดินเผาออกก่อนกะ มีรูปแบบการดำเนินงานด้านต่างๆ ดังนี้ (1) ด้านการบริหารจัดการ พบว่ากลุ่มมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินงานที่ชัดเจน โครงสร้างองค์กรเป็นแบบธุรกิจในครัวเรือน การรวมตัวของกลุ่มเป็นไปโดยสมัครใจของสมาชิกซึ่งอาศัยอยู่ภายในท้องถิ่น ได้รับการฝึกอบรมจากการปฏิบัติงานจริง มีการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่บุคลากรเป็นรายเดือน โดยขึ้นอยู่กับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ การสร้างแรงจูงใจอยู่ในรูปแบบที่เป็นตัวเงินคือเงินเดือน และโบนัสประจำปี ส่วนที่ไม่เป็นตัวเงินคือการให้ความช่วยเหลือด้านที่อยู่อาศัย และความเป็นอยู่ต่างๆ ไป (2) ด้านการผลิต พบว่า วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติ และมาจากในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยกระบวนการผลิตมุ่งเน้นถึงความประณีต และการใส่ใจในรายละเอียด มีการผลิตอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี เพื่อเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า

เพื่อจำหน่ายในการออกงานแสดงสินค้าร่วมกับหน่วยงานราชการ และเพื่อจำหน่าย ณ แหล่งผลิต (3) ด้านการตลาด พบว่า กลุ่มตลาดเป้าหมาย คือ ประชากรวัยทำงาน ช่วงอายุระหว่าง 30 ปีขึ้นไป มีความชอบในการตกแต่ง เน้นเอกลักษณ์ความเป็นไทย และคำนึงถึงคุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์มากกว่าระดับราคา มีระดับรายได้อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยถือเกณฑ์คุณค่า และราคา ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ตุ๊กตาดินเผาเด็กไทยยิ้มแ้มในอิริยาบถต่างๆ และตุ๊กตาดินเผารูปสัตว์ร้ายแรง ที่มีความหลากหลาย ทั้งขนาด และรูปแบบ เป็นการประยุกต์เพื่อให้เข้ากับความต้องการของตลาด กลุ่มฯ ได้เน้นหลักความซื่อสัตย์ที่มีต่อลูกค้า และการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (4) ด้านการเงิน และบัญชี พบว่า แหล่งที่มาของเงินทุนมาจากนายจ้าง ผลและนางสุคณา งามเรือง ทั้งหมด การลงบันทึกบัญชีไม่มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์ ทำให้ไม่สามารถประเมินผล และการตรวจสอบการดำเนินงาน การวัดผลการดำเนินงานจึงเป็นการวัดจากความรู้สึของผู้ประกอบการ

จากการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงาน พบว่า กลุ่มประติมากรรมดินเผาก่อน กะ ควรใช้กลยุทธ์ การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และกลุ่มฯ จำเป็นต้องพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบใหม่อยู่เสมอ รวมทั้งกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายของกลุ่มธุรกิจชุมชนเป็นการเพิ่มช่องทางการตลาด ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานของกลุ่มเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป

The objectives of this research were to investigate the following: 1) the context of Sanpapao Sub - District community, Sansai District, Chiang Mai Province; and 2) the potential of the community enterprise operation of the Koy Khon Kha group in Sanpapao Sub - District, Sansai District, Chiang Mai Province. The respondents providing data or information were the group leaders and members who were involved in the Participatory Action Research (PAR).

Results of the research revealed that the Ceramic Sculpture Group of Koy Khon Kha community was established by Mr.Nattapol and Mrs.Sudwana Ngarm-Rueng with seven members and six people of production network. The group aimed at generating supplementary income and having savings and the group also focused on sufficiency economy. The operation forms of the Ceramic Sculpture group were as follows; 1) For the managerial administration, it was found that the group had clear objectives and goals. It was a family business in which the villages voluntarily grouping themselves for doing the business. They had been trained through experiential learning and they were paid monthly. Motivations employed by this group were salary and annual bonus as well as housing and other welfare. 2) For production factor, it was found that natural raw materials in Chiang Mai province were used for the production. The production was done continually throughout the year as it was made to order or exhibit. 3) For marketing, it was found that people aged 30 years and above or people of working age were target group and they had moderate up to high monthly income. 4) For the financial and accounting aspects, it was found that the source of the capital was supported by Mr.Nattapol and Mrs.Sudwana Ngarm-Rueng only. In addition, it was unable to address the operation outcome of the group. According to the potential analysis of the group, it was found that the Ceramic Sculpture group of Koy Khon Kha community should employ strategies on the quality development of the products as well as its uniqueness. Also, the products should always be designed to have new look to attract customers' interest. Establishing, business network was suggested to increase market channels for effective and sustainable operation of the group.