

ชื่อเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถการบริหารวิสาหกิจแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ผลิตชา
เมี่ยง ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้วิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพียงตะวัน พลอาจ

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

202 ถนนช้างเผือก ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300

โทรศัพท์ : 053-885824 โทรสาร: 053-885809 Email: hongte_t@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถการบริหารวิสาหกิจแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ผลิตชาเมี่ยง ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อสนองพระราชดำริในการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (อพ.สธ.) ในงานฐานทรัพยากรท้องถิ่น ด้านการอนุรักษ์พันธุ์ชาเมี่ยงและการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการศึกษากการพัฒนาและแก้ปัญหาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตชาเมี่ยง ประชากรในการศึกษาคือสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตชาเมี่ยงในเขตตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 13 หมู่บ้าน และกลุ่มเจ้าหน้าที่หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการจัดการขยะของชุมชนรวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานด้านสาธารณสุข รวมทั้งภาคเอกชนที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การศึกษาใช้การเจาะลึกเนื้อหา ปัญหา และข้อคิดเห็น เพื่ออธิบายและนำไปประกอบคำอธิบายข้อมูลเชิงปริมาณ โดยอาศัยรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) การเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลตามกิจกรรม จากการจัดสนทนากลุ่ม (Group discussion) การระดมสมองด้วย METAPLAN โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงคุณภาพการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มผู้ผลิตชาเมี่ยง

ผลการวิจัยด้านการอนุรักษ์และพัฒนาห่วงโซ่อุปทานชาเมี่ยงเมืองเหนือ เพื่อสนองพระราชดำริในโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ มีกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้ชุมชนเกิดความร่วมมือในการอนุรักษ์พันธุ์ชาเมี่ยงในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากชาเมี่ยงที่ตรงกับความต้องการของตลาด โดยแบ่งเป็น 5 กิจกรรม ได้แก่ 1) การหารือเพื่อการพัฒนาเครือข่ายแหล่งการเรียนรู้จากความร่วมมือของนักวิชาการและกลุ่มประชาชนในพื้นที่ 2) การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้เครือข่ายชุมชน ทำให้ทราบถึงสถานการณ์ปัญหาในการผลิตเมี่ยง และการหาแนวทางในการพัฒนากระบวนการผลิตชาเมี่ยงในพื้นที่ 3) การพัฒนารูปแบบการใช้ประโยชน์จัดการทรัพยากรชุมชน 4) ศึกษาแบบการขยายพันธุ์ชา การสร้างโรงเรือนผลิตและเก็บรวบรวมต้นกล้าพันธุ์ชาเมี่ยง และ 5) การดำเนินการร่วมกับทางโรงเรียนป่าแป๋วิทยา ซึ่งเป็นสมาชิกสวนพฤกษศาสตร์โรงเรียนที่อยู่ในโครงการของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เพื่อส่งเสริมและปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ต้นพันธุ์ชาเมี่ยงอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมืองตราม่อนนางเกตุ พบว่าผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาสมุนไพรมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5-10 ต่อปี เนื่องจากปัจจัยทางการตลาดหลายปัจจัย อาทิเช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ซึ่งทางกลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมืองตราม่อนนางเกตุมีความพร้อมและความต้องการในการพัฒนาศักยภาพไปสู่การขยายตลาดให้กว้างขึ้น แต่ยังคงต้องมีการพัฒนาบุคลากรและการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรในด้านการตลาดและการผลิต เมื่อวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมชาสมุนไพรส่งผลกระทบต่อกิจการน้อยมาก เนื่องจากกิจการของกลุ่มฯ จะเจาะกลุ่มตลาดขนาดเล็กเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่อยากได้ผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรที่มีความแตกต่างจากท้องตลาด โดยผลิตภัณฑ์ชาเมืองตราม่อนนางเกตุของกลุ่มบ้านปางมะกล้วยเป็นเครื่องดื่มสมุนไพรชาเมืองที่มีความโดดเด่นในกลุ่มเครื่องดื่มทั่วไปที่นำสรรพคุณทางยามาเป็นจุดขาย อีกทั้งทางกลุ่มฯ มีความพร้อมในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารเชิงรุก เช่น การออกงานแสดงสินค้าระดับประเทศ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย การขยายตลาดโดยผ่านหน่วยงานภาครัฐ การส่งเสริมกลยุทธ์เชิงป้องกัน คือ การปรับปรุงตราสินค้าให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ตลอดจนศึกษาและวิเคราะห์ทรัพย์สินของผู้บริโภค



Research Title: Strategies for Developing Participatory Community Business Administration for Meang Tea Producer Group, Tambon Pa Pae, Mae Taeng District, Chiang Mai Province

Researchers: Asst. Prof. Dr. Supareuk Tarapituxwong
Asst. Prof. Piangtawan Polard
Department of Business Administration, Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University
202 Chang Phuak Road, Chang Phuak Subdistrict, Muang District, Chiang Mai Province 50300
Telephone: 053-885824 Fax: 053-885809
Email: hongte_t@hotmail.com

Abstract

The study of strategies for developing the capacity of participatory enterprise management of Meang tea producers, Pa Pae Subdistrict, Mae Taeng District, Chiang Mai Province. The objective is to fulfill the initiative in the Plant Genetic Conservation Project Under the Royal Initiative of Her Royal Highness Maha Chakri Sirindhorn. In the local resource base on the conservation of Meang tea and the sustainable use of community participation in Chiang Mai Province. By studying the development and problem solving of the management of Meang tea manufacturers. The population of the study is 13 members of the Meang Tea producer group in Pa Pae Subdistrict, Mae Taeng District, Chiang Mai Province, and a group of authorities responsible for community waste management, including related agencies such as public health agencies. Including the private sector who are stakeholders. The study uses depth, content, problems and comments. In order to explain and present the explanation of quantitative data. By using participatory action research model (PAR), data collection and data analysis based on activities. From group discussion, group brainstorming with METAPLAN by means of data collection in terms of quality of activities of the Meang tea producer group.

The Research results on conservation and development of North Mekong City tea supply chain. In order to fulfill the initiative of the Plant Genetic Conservation Project Under the Royal Initiative of Her Royal Highness Maha Chakri Sirindhorn. There is a process to allow the community to cooperate in the conservation of tea Meang in the Chiang Mai province and the sustainable use of community participation in the development of tea meang products that meet the needs of The market is divided

into 5 activities, namely 1) discussions for the development of a network of learning resources from the cooperation of scholars and people in the area And 2) to provide a platform of knowledge sharing community. Made aware of the situation of production problems with Meang And finding ways to develop the tea production process in the area. 3) Developing the use of community resource management model 4) Study the pattern of tea propagation The construction of houses for producing and collecting seedlings of Miang tea varieties and 5) the joint operation with Pa Pae Wittaya School Which is a member of the Botanical Garden, a school located in the project of HRH Princess Maha Chakri Sirindhorn Princess Maha Chakri Sirindhorn To promote and cultivate consciousness in conserving the tea tree species continuously and sustainably.

The marketing strategies of Meang Trak Nang Nang Ket Tea Processing Agriculture Group, it was found that herbal tea beverage products tend to grow at an average of 5-10 percent per year due to various marketing factors such as advertising, public relations according to the media. various Sales promotion activities Which the Meang Mon Nang Ket Tea Processing Agricultural Product Group is ready and needs to develop the potential to expand the market. But still need personnel development and support from relevant agencies to develop the knowledge and competency of personnel in marketing and production. When analyzing the competitive conditions in the herbal tea industry, there is very little impact on the business. Because the group's business Will penetrate small market segments to meet the needs of those who want herbal tea products that are different from the market By Meang Mon Nang Ket tea product of Pang Ma Kluai group is a Meang tea herbal drink that is unique in the general beverage category that brings medicinal properties as a selling point. In addition, the group Be ready to set up an aggressive management strategy, such as a national trade show. Design and develop products to suit the target market expansion through government agencies Promoting preventive strategies is to improve the brand to maintain the identity of the community. As well as studying and analyzing consumer tastes.