

การประชุมเชิงวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 5

The 5<sup>th</sup> National & International Conference

Business Administration 2017 : Digital Economy Thailand 4.0

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ระหว่างวันที่ 9 – 10 มีนาคม 2560

ณ โรงแรม ดี เอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่

## ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา)

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร กิตติการกุล)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร ศิริโกคากิจ)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองเลียน บัวจุม)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาวิณ มะโนชัย)

รองอธิการบดี (อาจารย์รชฏ เชื้อวิโรจน์)

รองอธิการบดี (อาจารย์อภิชาติ สวนคำกอง)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายบริหารและกิจการพิเศษ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิชาการและวิเทศสัมพันธ์

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวางแผนและพัฒนา

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายการเงินและระบบสารสนเทศ

รองศาสตราจารย์ ดร.จงบดินทร์ แสงอสาภาวิริยะ

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก

## บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรณสฤติย์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

## กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร

วรณสฤติย์

ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร.กัญญพัทธ์

กลุ่มธงเจริญ

รองประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา

ศรีนฤวรรณ

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศ

เดชเกิง

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัตพงศ์

อวิโรธนานนท์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา

ตันจันทร์พงศ์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล

ตุลาสมบัติ

กรรมการ

อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ

สิริประเสริฐศิลป์

กรรมการ

อาจารย์ ดร.อรุณี

ยศบุตร

กรรมการ

นายพงศ์กฤษณ์

ภูริชพิสิฐกร

กรรมการและเลขานุการ

นางสาวอลิษา

อุ้นจิตต์

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

## เจ้าของ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เลขที่ 63 หมู่ที่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย

จังหวัดเชียงใหม่ 50290

โทรศัพท์ 0-5387-3550-2 โทรสาร 0-5349-8151

[www.ba.mju.ac.th](http://www.ba.mju.ac.th)

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจประเมินผลงาน

รองศาสตราจารย์ ดร.จงบดินทร์

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยศ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดารัตน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชเนีย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทริกา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาณวิน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตตินุช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษนิศา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัตพงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณ

อาจารย์ ดร.กัญญ์พัสวีย์

อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ

อาจารย์ ดร.อรุณี

อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์

อาจารย์ ดร.พนมพร

อาจารย์ ดร.ศรุต

อาจารย์ ดร.กุลชญา

อาจารย์ ดร.อนุชา

อาจารย์ ดร.อุกฤษณ์

แสงอาสภวิริยะ

บุญมาก

สัมฤทธิ์สกุล

ชลประเสริฐสุข

ศิริโกคากิจ

บังเมฆ

มณีพันธ์

สงเคราะห์

หยุดเย็น

ชุลิกาวิทย์

วรรณสถิต

ศรีนฤวรรณ

เดชเถกิง

อวิโรธนานนท์

ต้นจันทร์พงศ์

ตุลาสมบัติ

ฟองเพชร

กล่อมจงเจริญ

สิริประเสริฐศิลป์

ยศบุตร

ใบไม้

เฉลิมวรรณ

วรรณกุล

แวนแก้ว

กันทรดุขฎี

มารังค์

แนวทางความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบญจรงค์  
กรณีศึกษา บ้านแก้ว เบญจรงค์ ตำบลดอนไถ่ อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร  
Study the success of entrepreneurs business benjarong.  
A case study of Ban Keaw Benjarong, Don Kai-di, Krathumbaen, Samutsakhon.

ชนิดา อัครมหาชัชวาล<sup>1</sup> ปริญา หรุ่นโพธิ์<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
<sup>2</sup>อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางความสำเร็จของผู้ประกอบการบ้านแก้ว เบญจรงค์ 2) ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของของผู้ประกอบการบ้านแก้ว เบญจรงค์ ตำบลดอนไถ่ อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีวิทยาการศึกษาปรากฏการณ์ วิทยา และมีวิธีการเก็บข้อมูล คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ประชากรผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ คุณวิลาวัลย์ ยศมนตรี ผู้ประกอบการร้านบ้านแก้ว เบญจรงค์ ตำบลดอนไถ่ อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่า คุณวิลาวัลย์ ยศมนตรี เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเบญจรงค์มาเกือบ 30 ปีแล้ว โดยเริ่มเห็นลู่ทางธุรกิจจากการเห็นน้องสาวทำเครื่องเบญจรงค์ จึงรู้สึกสนใจ และดูเป็นธุรกิจที่มั่นคงที่สามารถสร้างรายได้ให้ตนและครอบครัวได้ แต่เนื่องจากการผลิตเครื่องเบญจรงค์นั้นมีขั้นตอนในการทำยุ่งยาก ใช้เงินทุนสูง ทำให้ราคาของเครื่องเบญจรงค์สูงตามไปด้วย ส่งผลให้คู่แข่งทางธุรกิจก็มีน้อยตามไปด้วย โดยใช้กระบวนการในการบริหารจัดการมาช่วยจัดการธุรกิจให้ง่ายขึ้น เช่น การวางแผน การจัดบุคคลเข้างาน การควบคุม เป็นต้น ปัญหาและอุปสรรค คือ ปัจจุบันเบญจรงค์ยังไม่เป็นที่รู้จักหรือเป็นที่นิยมในคนหมู่มาก ช่องทางการตลาดค่อนข้างแคบไม่เป็นที่แพร่หลาย ปัญหาด้านเทคโนโลยีที่ไม่สามารถนำมาใช้ได้ เพราะการทำเบญจรงค์ต้องใช้ความละเอียดอ่อน ประณีต ทำให้ต้องใช้เป็นแรงงานคนแทนแรงงานของเครื่องจักร อีกทั้งคนที่มีความรู้ ความสามารถในการวาดลายเบญจรงค์ในปัจจุบันก็เหลือน้อยมากแล้ว

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการ, การตลาด

## Abstract

The purpose of the study was to 1) Study the success of entrepreneurs, Ban Keaw Benjarong. 2) Study the problems of the operator's Ban Keaw benjarong, Donkaidee, Krathumbaen, Samutsakorn. A qualitative study using the phenomenological study of Methodology and how the information is stored in - depth interviews, Observation without participation. Person is provided an information. She was Wirawan Yothmontree. As business operators, for 30 years ago by benjarong started seeing business avenues from seeing her young sister make benjarong so interested and see it as a stable business that can generate income for me and my family because of the high costs and difficult to manufacture make a benjarong prices are high and fewer competitors. Using a process management to help simplify business management, such as planning, Organizing people and Production control. Barriers are benjarong unpopular for many people, can't sell into trade, benjarong can't using electronic machine to make it because it's make delicate and people to make a benjarong are must to have knowledge drawing, now feel people have this ability.

*Keywords: Entrepreneurs, Marketing*

## บทนำ

ประเทศไทยเป็นเมืองเกษตรกรรมวิถีชีวิตเรียบง่าย เมื่อว่างเว้นจากการทำนา ทำไร่ หรือ งานประจำชาวบ้านจึงมักจะรวมตัวกันสร้างสรรค์ผลงานฝีมือรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นงานศิลปะหัตถกรรม งานประติมากรรม ประเทศไทยก็ได้รับวัฒนธรรมมาจากประเทศจีนในหลายๆด้าน เช่น เครื่องปั้นดินเผา เครื่องเบญจรงค์ เป็นต้น

เครื่องถ้วยเบญจรงค์เป็นเครื่องถ้วยที่นิยมในสังคมไทยมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย จนมาถึงสมัยรัตนโกสินทร์ แรกเริ่มมีให้ใช้กันเฉพาะในราชสำนัก ต่อมาได้แพร่ขยายมายังเหล่าขุนนาง คหบดี กระทั่งสู่สามัญชนในปัจจุบัน เบญจรงค์ หมายถึง เครื่องถ้วยที่มีลวดลายด้วยสี 5 สี วัฒนธรรมการมาจากเครื่องถ้วยเขียนสีของจีนซึ่งนิยมกันสมัยพระเจ้าวันลี แห่งราชวงศ์หมิง ส่วนเครื่องถ้วยเบญจรงค์ของไทยเข้าใจว่าสั่งทำจากเมืองจีนที่เตาจึงต่อเงินอันเป็นแหล่งผลิตเครื่องถ้วยหลวงของจีน โดนไทยส่งแบบและลวดลายไปให้ เครื่องถ้วยเบญจรงค์จึงเป็นการผสมผสานระหว่างศิลปะ ไทย-จีนที่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง เป็นภาพสะท้อนความสัมพันธ์ทางการค้าที่มีมาอย่างยาวนานของทั้งสองประเทศผ่านภาชนะดินเผาเคลือบสีสังดงามเหล่านี้ (ฤชชงค์ จันทวิช, 2551)

เนื่องจากกลุ่มชุมชนหมู่บ้านเบญจรงค์ ตำบลดอนไถ่ อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร เป็นอีกชุมชนหนึ่งที่ยังคงกระบวนการนำองค์ความรู้ด้านเบญจรงค์มาดำรงชีวิต โดยอาศัยความร่วมมือของคนในชุมชนในการสร้างสรรค์ผลงานให้คงอยู่ต่อไป การให้ความร่วมมือในการผลิตและจำหน่าย ผลงานให้มีคุณภาพ เพื่ออนุรักษ์สืบสานเบญจรงค์ให้ยั่งยืน จนทำให้หมู่บ้านเบญจรงค์ได้รับรางวัล หมู่บ้านศิลปหัตถกรรมดีเด่น ประจำปี 2544 จากมูลนิธิหม่อมงามจิตต์ บุตรฉัตร ทุกวันนี้หมู่บ้านเบญจรงค์มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีอาชีพ รายได้จากการผลิตและจำหน่ายเครื่องเบญจรงค์จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของธุรกิจการส่งออกของเบญจรงค์ โดยศึกษาข้อมูลจากบ้านแก้ว เบญจรงค์ ตำบลดอนไถ่ อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อศึกษาที่มาของการทำธุรกิจเบญจรงค์จนประสบความสำเร็จในธุรกิจ

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแนวทางการความสำเร็จของผู้ประกอบการบ้านแก้ว เบญจรงค์ ตำบลดอนไถ่ อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการบ้านแก้ว เบญจรงค์ ตำบลดอนไถ่ อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

### ขอบเขตของการวิจัย

- 1 ขอบเขตเนื้อหา การศึกษาวิจัยการศึกษาแนวทางการความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบญจรงค์ กรณีศึกษา บ้านแก้ว เบญจรงค์ ตำบลดอนไถ่ อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ แนวคิดการดำเนินการทางการตลาด
- 2 ขอบเขตด้านสถานที่ คือ บ้านแก้ว เบญจรงค์ ตำบลดอนไถ่ อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร เนื่องจากหมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไถ่เป็นต้นแบบในการทำเบญจรงค์
- 3 ขอบเขตด้านประชากร คือ คุณวิลาวัลย์ ยศมนตรี ผู้ประกอบการร้านบ้านแก้ว เบญจรงค์ ตำบลดอนไถ่ อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการความสำเร็จของผู้ประกอบการบ้านแก้ว เบญจรงค์ ตำบลดอนไถ่ อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการบ้านแก้ว เบญจรงค์ ตำบลดอนไถ่ อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

## นิยามศัพท์

เครื่องเบญจรงค์ หมายถึง เครื่องปั้นดินเผาเคลือบ เขียนลายโดยลงยาด้วยสีต่างๆ โดยมีสีหลักทั้ง 5 สี ได้แก่ สีดำ ขาว เหลือง แดง และเขียว เป็นเครื่องถ้วยที่ต้องใช้ฝีมือสูง มีความละเอียดและ ประณีตสวยงาม

ธุรกิจ หมายถึง กิจกรรมทุกอย่างซึ่งมีความเกี่ยวพันในวงการของสถาบัน เพื่อที่จะจำหน่ายและให้บริการภายใต้กฎเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ โดยมีความสัมพันธ์กับบริการอื่นและกลุ่มผู้ทำงานร่วมมือให้บรรลุถึงจุดหมายอันเดียวกัน

## ทบทวนวรรณกรรม

โดยการศึกษาเรื่องการศึกษานวทางความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบญจรงค์ กรณีศึกษา บ้านแก้ว เบญจรงค์ ตำบลดอนไก่ดี อำเภอกะทู้มูแบน จังหวัดสมุทรสาคร

1. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ
2. แนวคิดการดำเนินการทางการตลาด

### 1. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

วุฒิชัย จงคำนึ่งศีล (2547: 21) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ทำการก่อตั้งกิจการธุรกิจของตนเอง ด้วยตนเองและพัฒนาอย่างเจริญก้าวหน้า สามารถดำรงรักษากิจการโดยผ่านประสบการณ์ในด้านความเสี่ยง การควบคุม การตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้าจนได้รับความเชื่อถือ และการยกย่องจากสังคม จนกลายมาเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจและมีส่วนร่วมทำให้สังคมเจริญเติบโตด้วย ดังนั้น การเป็นผู้ประกอบการต้องเป็นบุคคลที่มีคุณลักษณะร่วมกัน ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จได้

มิลเลอร์ (Miller, 1983, อ้างถึงใน วุฒิชัย สุนทรสมัย, 2550) ได้ให้คำนิยามของความเป็นผู้ประกอบการในเชิงกลยุทธ์ไว้ว่า ความเป็นผู้ประกอบการเป็นการดำเนินการในการพัฒนานวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์และโอกาสใหม่ๆ สู่ตลาด กล่าวคือ เป็นการคิดค้นสิ่งใหม่ๆ ที่ทันสมัยก่อนผู้อื่นโดยนำมาใช้ดำเนินการผลิตเพื่อเอาชนะคู่แข่งให้ได้ในทุกสถานการณ์

### 2. แนวคิดทางการตลาด

#### 1. ความหมายของการตลาด

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2547) กล่าวว่า การตลาดในทางการจัดการ หมายถึง กระบวนการวางแผนและปฏิบัติ โดยอาศัยแนวคิด การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่ายสินค้า และบริการเพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สามารถสนองความต้องการของบุคคลและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

## 2. การดำเนินการทางการตลาด

ต้องมีเครื่องมือทางการตลาดที่จะช่วยให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมาย เครื่องมือทางการตลาดที่นิยมใช้ในปัจจุบัน คือ ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) เรียกว่า 4P's ของการตลาด

2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งใดๆที่ต้องการนำเสนอต่อตลาดเพื่อสนองความจำเป็นหรือความต้องการ (ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, 2547) ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสินค้าที่เป็นรูปธรรม บริการ ประสบการณ์ เหตุการณ์ บุคคล สถานที่ ทรัพย์สิน องค์กร สารสนเทศ และความคิด

2.2 ราคา (Price) หมายถึงจำนวนเงินที่ใช้ในการแลกเปลี่ยน เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ (ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, 2547) ราคาเป็นส่วนที่ทำให้เกิดรายรับ นอกจากนั้นราคายังใช้เป็นเครื่องมือในการที่บริษัทสื่อไปยังตลาดถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ หรือตราสินค้า บริษัทต้องกำหนดราคาให้สัมพันธ์กับคุณค่าที่ให้กับลูกค้า ถ้าราคาสูงกว่าคุณค่าที่ได้รับบริษัทจะพลาดโอกาสที่จะทำกำไรในอนาคต ถ้าราคาต่ำกว่าคุณค่าที่ได้รับ บริษัทจะเสียโอกาสในการเก็บเกี่ยวกำไร

2.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้า (Place) เป็นกระบวนการที่ทำให้สินค้าและบริการถึงมือผู้บริโภคอย่างเหมาะสม (ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, 2547) ช่องทางการตลาดประกอบด้วย ช่องทางการกระจายสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย และช่องทางการบริการ

2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในปัจจุบันและอนาคต ตลอดจนสาธารณชนทั่วไป เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างแรงจูงใจให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ (ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, 2547)

## วิธีดำเนินการศึกษา

ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenological) จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีผู้ให้ความหมายของปรากฏการณ์วิทยา ดังนี้ เฮา เซอร์ (Houser, 2008) กล่าวว่า ปรากฏการณ์วิทยา คือ การศึกษาประสบการณ์ชีวิตของบุคคลที่ต้องเผชิญกับสิ่งที่ปรากฏขึ้นกับบุคคลนั้น และชาย โปธิสตา (2550) กล่าวว่า ปรากฏการณ์วิทยาเป็นเครื่องมือในการศึกษาปรากฏการณ์ และประสบการณ์ชีวิตของมนุษย์ มุ่งทำความเข้าใจของความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบเป็นหลัก ดังนั้นผู้วิจัยได้นำหลักการของการศึกษาเชิงคุณภาพแบบปรากฏการณ์วิทยามาเป็นแนวทางในการศึกษา ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ผู้วิจัยเจาะจงเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักตามวิธีการที่เรียกว่า การเลือกตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical Sampling) โดยผู้ให้ข้อมูลหลักนั้นจะถูกเลือกจากผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ดีที่สุด และลึกที่สุด เพื่อสามารถให้ข้อมูลได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มบุคคลซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้ คุณวิลาวัลย์ ยศมนตรี ผู้ประกอบการร้านบ้านแก้ว เบญจรงค์ ตำบลดอนไถ่ อำเภอกะทู้ม่วน จังหวัดสมุทรสาคร



## 2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสังเกต และการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร

## 3. วิธีการศึกษาวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบปรากฏการณ์วิทยาโดยใช้เทคนิคการเก็บข้อมูล

3.1 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview)

3.2 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (non-participant observation) คือ ผู้วิจัยเข้าไปสังเกต แต่ไม่ได้เข้าไปทำกิจกรรมร่วม

## 4. การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

1. ผู้วิจัย นับเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุด เพราะการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมผัสผู้ให้ข้อมูลหลักโดยตรง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เตรียมตัวก่อนการลงพื้นที่เก็บข้อมูล เนื่องจากผู้วิจัยคือผู้เก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตนเอง โดยเริ่มจากการแนะนำตัวเองกับผู้ให้ข้อมูลให้มีความสำคัญสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเอง ทักทายด้วยอัธยาศัยอันดี บอกวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์ และขออนุญาตบันทึกข้อความเสียงจากการสัมภาษณ์ พร้อมทั้งในขณะสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรมต่างๆ เช่น สีหน้า ท่าทาง น้ำเสียง และความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล

2. แนวคำถามในการสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured interview) โดยกำหนดประเด็นต่างๆ ร่วมกับการใช้คำถามปลายเปิด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เปิดกว้าง ชัดเจน ไม่จำกัดคำตอบ นักวิจัยดำเนินการก่อนการสัมภาษณ์คือการเตรียมหัวข้อคำถามอย่างหลวมๆ ในลักษณะกึ่งโครงสร้าง คือ การร่างคำถามปลายเปิดที่มีความสำคัญที่ต้องการ พร้อมกับมีความยืดหยุ่น พร้อมจะปรับเปลี่ยนถ้อยคำให้สอดคล้องกับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยแต่ละคน และสถานการณ์การสัมภาษณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป (กิตติพัฒน์ นนทปัทมะดุลย์, 2554)

เมื่อผู้วิจัยได้แนวคำถามกึ่งโครงสร้างนำมาให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย เพื่อให้มีการตรวจสอบและพิจารณา แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยได้เสนอแนะไว้ และนำแนวคำถามสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่ปรับปรุงแก้ไขฉบับสมบูรณ์แล้วไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้แล้ว

3. เครื่องบันทึกเสียง เพื่อช่วยบันทึกเรื่องราวต่างๆ จากการซักถามระดับลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จากนั้นจึงนำแถบบันทึกเสียงมาถอดความหมายด้วยกระบวนการถอดคำต่อคำอย่างละเอียด เพื่อที่จะนำมาสรุปผลได้อย่างชัดเจน

4. สมุดและเครื่องเขียน ในการจดบันทึกข้อมูลภาคสนามจากการสัมภาษณ์ควบคู่กับการสังเกต เพื่อนำข้อมูลที่ได้อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร นำมาวิเคราะห์และสรุปผลในการศึกษาครั้งนี้

## 5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูลการวิจัย เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย โดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เป็นวิธีการที่สะท้อนให้เห็นว่าข้อมูลหลักฐานและ

ผลการวิจัยที่วิเคราะห์จากข้อมูล หลักฐานที่เก็บรวบรวมได้มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือตรงกับความเป็นจริง มีการเปรียบเทียบจากมุมมองหลายๆด้าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลผลการวิเคราะห์ ตลอดจนผลของการวิจัย โดยการตรวจสอบความถูกต้อง การเปรียบเทียบจากแหล่งข้อมูลหลายแหล่ง ทำให้ผู้วิจัยมั่นใจได้ว่าข้อมูลมีความน่าเชื่อถือสูง ข้อมูลด้านบุคคล ตรวจสอบว่าบุคคลที่ให้ข้อมูล เปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิม หรือไม่เปรียบเทียบจากการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายๆวิธี ทั้งวิธีการเก็บข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยพิจารณาภิรยา ท่าทาง พฤติกรรม บรรยากาศต่างๆที่เกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล เพื่อนำมาประกอบการแปลความหมาย รวมถึงการถอดเทป และการเปรียบเทียบจากการใช้แนวคิดหลายๆชุดเพื่อเป็นกรอบแนวคิด หรือเป็นพื้นฐานของการทำความเข้าใจกับปัญหา การวางแผนเก็บข้อมูล ตลอดจนการวิเคราะห์ และอภิปรายผล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สำคัญและเพียงพอในการนำไปวิเคราะห์ ทำให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ (นภาพรณ์ หะวานนท์, 2552)

## ผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางความสำเร็จของผู้ประกอบการบ้านแก้ว เบญจรงค์ ตำบลดอนไถ อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

### 1.1 ประวัติผู้ให้สัมภาษณ์

คุณ วิลาวัลย์ ยศมนตรี อยู่บ้านเลขที่ 35/1 หมู่ 3 ตำบลดอนไถ อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเบญจรงค์ เริ่มทำธุรกิจตั้งแต่ประมาณปี พ.ศ. 2530 ประมาณ 30 ปี โดยเริ่มเห็นลู่ทางธุรกิจจากการเห็นน้องสาวทำเครื่องเบญจรงค์ จึงรู้สึกสนใจและดูเป็นธุรกิจที่มั่นคงที่สามารถสร้างรายได้ให้ตนและครอบครัวโดยอาศัยความสนใจในเครื่องเบญจรงค์ทำธุรกิจอย่างขยันหมั่นเพียร จริงจังและทุ่มเท แต่เนื่องจากการผลิตเครื่องเบญจรงค์นั้นมีขั้นตอนในการทำยุ่งยาก ใช้เงินทุนสูง ทำให้ราคาของเครื่องเบญจรงค์สูงตามไปด้วย

### 1.2 คู่แข่งทางธุรกิจ

คู่แข่งทางธุรกิจมีน้อย เพราะขั้นตอนการทำเครื่องเบญจรงค์นั้นยุ่งยาก หาบุคลากรที่มีความรู้ และประสบการณ์ในการผลิตยาก ทำให้จะมีคู่แข่งส่วนมากอยู่ในหมู่บ้านเบญจรงค์ ตำบลดอนไถ อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร โดยเน้นการขายหน้าร้าน การออกตามงานต่างๆ เช่น OTOP Midyear 2016 ระหว่างวันที่ 6 ถึง 13 มิถุนายน 2559 ณ ศูนย์การแสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ที่ผ่านมาเป็นต้น การขายแบบปลีกและการขายส่งกับลูกค้าประจำ ราคาของสินค้าก็มีผลกับคู่แข่งเช่นกัน ถ้าเราตั้งราคาที่สูงกว่าคู่แข่งก็อาจจะทำให้ลูกค้าของเราน้อยลง เพราะฉะนั้นเราควรตั้งราคาตามความยากง่ายของชิ้นงาน และตั้งราคาให้เป็นมาตรฐานเหมือนที่อื่น

### 1.3 กระบวนการในการบริหารจัดการ

1. การวางแผน กำหนดทิศทาง และส่งเสริมการประสานงานระหว่างคนทำงาน ลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ลดการสูญเสียของงานที่ทำผิดพลาด โดยวางแผนว่าควรทำ

อย่างไรให้ส่งสินค้าทันภายในกำหนด หรือการวางแผนการขายในอนาคต เช่น การเปิดสาขา การทำให้เบญจรงค์เป็นที่รู้จักมากขึ้น การผลิตให้พื่อต่อความต้องการของลูกค้า การผลักดันการขายฐานลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. การจัดบุคคลเข้าทำงาน กำหนดความต้องการ โดยคัดเลือกจากผู้ที่มีความรู้ ความสนใจ เครื่องเบญจรงค์ หากมีประสบการณ์จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ และมีฝีมือกรมพัฒนา โดยการสอนจากผู้มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ผลิตเครื่องเบญจรงค์ และจงใจบุคลากรให้ทำงานอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ จัดบุคลากรให้เข้ากับงาน และช่วงเวลา เนื่องจากการทำเบญจรงค์มีขั้นตอนที่ซับซ้อนทำให้ต้องการคนที่มีประสบการณ์ทำงานที่มีความละเอียดอ่อนมาก่อน เช่น ทำงานวาดรูป งานปั้น หรืองานที่สามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับงานได้

3. การควบคุม การผลิตเครื่องเบญจรงค์นั้นมีความยุ่งยาก ขั้นตอนในการผลิตซับซ้อน เป็นงานที่ใช้ความละเอียด ทำให้ต้องมีการควบคุมที่ต้องใช้ความระมัดระวังในการผลิตสูงมาก เช่น การปั้น การวาดลาย การลงสี เป็นต้น รวมไปถึงการจัดส่งก็ต้องใช้ความระมัดระวัง เพราะอาจทำให้สินค้าเสียหายได้

2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการบ้านแก้ว เบญจรงค์ ตำบลดอนไก่ดี อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

1. ปัญหาที่คนรู้จักเครื่องเบญจรงค์น้อย ส่วนมากจะรู้จักในกลุ่มวัยกลางคนจนถึงวัยชรา แต่วัยรุ่นไม่ค่อยเป็นรู้จักแล้ว ทำให้เครื่องเบญจรงค์กลายเป็นสิ่งที่ใกล้จะเลือนหายไปจากสังคมในยุคปัจจุบัน หากรู้จักก็จะรู้จักเพียงชื่อ แต่อาจนึกภาพไม่ออก

2. ปัญหาด้านการตลาด ตลาดของเครื่องเบญจรงค์ค่อนข้างแคบ เพราะราคาค่อนข้างสูง และเครื่องเบญจรงค์ยังไม่ได้เป็นที่แพร่หลายมากนัก นอกจากขายหน้าร้านแล้วก็ยังมีการออกตามงานขายสินค้า OTOP กลายเป็นสินค้าที่หายากในท้องตลาด และผู้ผลิตเครื่องเบญจรงค์ก็ลดน้อยลงทุกวัน

3. ปัญหาด้านเทคโนโลยี เพราะเครื่องเบญจรงค์เป็นสินค้าที่ต้องใช้ความสามารถในการผลิต ทำให้ไม่สามารถใช้เทคโนโลยีมาช่วยได้ ต้องใช้แรงงานของคนเพียงอย่างเดียว และคนที่ทำงานด้านศิลปะและมีความรู้ประสบการณ์ทางด้านเครื่องเบญจรงค์ในประเทศไทยหายากมากในยุคปัจจุบัน

## อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาแนวทางการสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบญจรงค์ กรณีศึกษา บ้านแก้ว เบญจรงค์ ตำบลดอนไก่ดี อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ที่มีประเด็นสำคัญดังนี้

1. วุฒิชัย จงคำนิ่งศีล (2547: 21) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ทำการก่อตั้งกิจการธุรกิจของตนเอง ด้วยตนเองและพัฒนาอย่างเจริญก้าวหน้า สามารถดำรงรักษากิจการโดยผ่านประสบการณ์ในด้านความเสี่ยง การควบคุม การตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้าจนได้รับความเชื่อถือ และการยกย่องจากสังคม จนกลายมาเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจและมีส่วนร่วมทำ

ให้สังคมเจริญเติบโตด้วย ดังนั้น การเป็นผู้ประกอบการต้องเป็นบุคคลที่มีคุณลักษณะร่วมกัน ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จได้ สอดคล้องกับคุณ วิลาวัลย์ ยศมนตรี ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านแก้ว เบญจรงค์ ตำบลอนไถ่ อำเภอกะทู้มูแบน จังหวัดสมุทรสาคร เป็นผู้ดำเนินธุรกิจผ่านประสบการณ์อันยาวนานกว่า 30 ปี โดยอาศัยความขยันทุ่มเท ในการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์เครื่องเบญจรงค์ผ่านการวางแผน การควบคุม การผลิตและจัดส่งเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า จนทำให้ลูกค้าเกิดความน่าเชื่อถือ

2. ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2547) กล่าวว่า การตลาดในทางการจัดการ หมายถึง กระบวนการวางแผนและปฏิบัติ โดยอาศัยแนวคิด การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่ายสินค้า และบริการเพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สามารถสนองความต้องการของบุคคลและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร สอดคล้องกับ คุณ วิลาวัลย์ ยศมนตรี ที่วางแผน กำหนดทิศทางธุรกิจลดการสูญเสียของงานที่ทำผิดพลาด โดยวางแผนว่าควรทำอย่างไรให้ส่งสินค้าทันภายในกำหนด หรือการวางแผนการขายในอนาคต การผลิตให้พอต่อความต้องการของลูกค้า การผลักดัน การขยายฐานลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ

#### ข้อเสนอแนะ

1. จากการวิจัยพบว่าปัญหาที่คนรู้จักเครื่องเบญจรงค์น้อย ส่วนมากจะทำให้เครื่องเบญจรงค์กลายเป็นสิ่งที่ใกล้จะเลือนหายไปจากสังคมในยุคปัจจุบัน จึงขอเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหให้กับผู้ประกอบการ เช่น การนำเสนอในรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากเดิม การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป การตั้งราคาที่บุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ หรือการนำเครื่องเบญจรงค์ไปใช้งานได้จริง เช่น รับประทานอาหาร การดื่มชาหรือกาแฟ เครื่องเบญจรงค์ควรนำไปใช้ในชีวิตประจำวันบ้าง ไม่ใช่แค่เป็นของที่ระลึก

2. จากการวิจัยพบว่าปัญหาด้านการตลาด ตลาดของเครื่องเบญจรงค์ค่อนข้างแคบ เพราะราคาค่อนข้างสูง และเครื่องเบญจรงค์ยังไม่ได้เป็นที่แพร่หลายมากนัก กลายเป็นสินค้าที่หายากในท้องตลาด และผู้ผลิตเครื่องเบญจรงค์ก็ลดน้อยลงทุกวัน จึงขอเสนอแนวทางให้โฆษณาตามโซเชียลมีเดียต่างๆ ส่งเสริมการตลาดด้วยการลดราคาสินค้าแล้วเปลี่ยนรูปแบบใหม่

#### เอกสารอ้างอิง

- Houser, J. (2008). *Nursing Research: Reading, Using, and Creating Evidence*. Boston: Jones and Bartlett Publishers.
- กิติพัฒน์ นนทปัทมกุล. (2554). *เครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Study)*. : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
- ชาย โพธิ์สิตา. (2550). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นภาพรณ์ หะวานนท์. (2552). *วิธีการศึกษาเรื่องเล่า : จุดเปลี่ยนของการวิจัยทางด้านสังคมศาสตร์*. วารสาร

สังคมกลุ่มแม่น้ำโขง, 5 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2552), 1-22.

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2547). *การจัดการการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด  
ยูเคชั่น.

ภูชงค์ จันทวิช. (2551). *เครื่องถ้วยในเมืองไทย "เครื่องถ้วยเบญจรงค์"*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ:  
เมืองโบราณ.

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย. (2550). *การบูรณาการข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล  
หนึ่งผลิตภัณฑ์ และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย*.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.