



รูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตุ๊กตาผ้า ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี



โดย
นางสาวราพร อังนันทน์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

รูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตุ๊กตาผ้า ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**FORMAT AND ENTERPRENEURSHIP STRATEGY OF FABRIC DOLL, BAANSINGHA
SUB DISTRICT, POTHARAM DISTRICT, RATCHABURI PROVINCE.**



ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Program of Entrepreneurship

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2009

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ รูปแบบกลยุทธ์
การประกอบการตุ๊กตาผ้า ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ” เสนอโดย นางสาวราพร
อานานนท์ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
ประกอบการ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะตั้งกูร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์)

...../...../.....

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภนัท หอมสุด)

...../...../.....

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

...../...../.....

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา

51602350 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : รูปแบบการประกอบการ / กลยุทธ์การประกอบการ

วราพร อางนานนท์ : รูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตุ๊กตาผ้า ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี.อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 73 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตุ๊กตาผ้า ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ศึกษาปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการประกอบการ และแนวทางแก้ไขปัญหา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ระดับลึกโดยการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการการผลิตและจำหน่ายตุ๊กตาในตำบลบ้านสิงห์ ผู้ผลิตรายย่อย พนักงานผู้ปฏิบัติงานในโรงงาน และร้านค้าปลีก รวมทั้งผู้ซื้อสินค้าเพื่อจำหน่ายต่อและผู้ซื้อสินค้าเพื่อใช้ประโยชน์เอง ความน่าสนใจอยู่ที่ชุมชนบ้านสิงห์เป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายสินค้าชุมชนประเภทตุ๊กตา ทำเลร้านค้าตั้งอยู่เรียงรายริมทางสัญจรริมเป็นที่สนใจของผู้เดินทางผ่าน นอกจากนี้วิธีการสัมภาษณ์แล้ว ยังใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ในกิจกรรมของการปฏิบัติงานจริงในการผลิต และการจำหน่ายตุ๊กตา

จากผลการศึกษาพบว่า

การประกอบการตุ๊กตาผ้าตำบลบ้านสิงห์ เป็นรูปแบบธุรกิจขนาดย่อม เริ่มจากการใช้แรงงานในครอบครัวและขยายสู่ชุมชนบริเวณโดยรอบสถานประกอบการ การผลิตตุ๊กตาใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ การจัดหาวัตถุดิบของชุมชนบ้านสิงห์ใช้วิธีรวมกันซื้อจากผู้ค้าส่งรายใหญ่หลายราย และนำมากระจายลงสู่ผู้ผลิตรายย่อยในท้องถิ่น คุณภาพของสินค้าเหมาะสมกับราคามีความหลากหลายของสินค้ามากกว่า 1,000 ชนิด และมีการพัฒนารูปแบบของสินค้าให้ทันสมัยนิยมอย่างต่อเนื่อง การจัดจำหน่ายแบบปากต่อปาก และการบริหารจัดการลูกค้าให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าซ้ำ รวมถึงการค้าปลีกในแหล่งผลิต ใช้คลังสินค้าเป็นสถานที่จัดจำหน่าย การประกอบการมีปัญหาเรื่องการขยายกิจการ ด้านของจำนวนเงินลงทุน พื้นที่ขยายการผลิตสินค้าที่มีราคาแพง แรงงานที่มีฝีมือหายาก ผลที่ได้คือการประกอบการตุ๊กตาผ้า เป็นการสร้างอาชีพและรายได้เข้าสู่ผู้ประกอบการรวมทั้งชุมชนโดยรอบสถานประกอบการ

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

51602350 : MAJOR : ENTERPRENEURSHIP

KEY WORDS : STRATEGIC MANAGEMENT/ENTREPRENEURSHIP

WARAPORN ANGNANON : FORMAT AND ENTERPRENEURSHIP

STRATEGY OF FABRIC DOLL, BAANSINGHA SUB DISTRICT, PHOTHARAM DISTRICT , RATCHABURI PROVINCE. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : PROF. Dr. PITAK SIRIWONG, Ph.D. 73 pp.

The objective of this research was to study Strategic management and Entrepreneurship of fabric doll "Baan Singha sub district" business, Photaram district, Ratchaburi province. The concept was to search the problems that occurred in operations and find the solutions. The method of this research was interviewing deeply the business owners, who produced and distributed the dolls in Baan Singha sub district,, the medium producers, employees in the factory and the retail shops including the buyers for sale and the buyers for using. The highlight of Baan Singha community was as a source of production and distributed the dolls. The location of the shops was near thoroughfare that could attract to the travelers. We not only use the interview method, but we also use the observation by involving in the actual work activities of the production and distribution the dolls.

The result showed that the entrepreneurship of fabric Baan Singha doll was a Small and Medium Enterprise that started from family and extends to the community. Low-cost of capital was the strategy in producing dolls. To prepare the raw materials of Baan Singha community, the people in the community would combine their purchase orders, after that they would distribute the raw material into the local small producers. The quality of goods was suitable for price. There were more than 1000 varieties of goods, and there was the development of products to be innovative and fashionable continuously. The distribution was spread widely from person to person. There was a customer management to bring them back to repurchase products including having retail in the production area and using warehouse to be a sale area. The problem of this entrepreneur was the expansion of business, the amount of investment, the expensive of the land to expand the production, and lack of skill labor. The outcome of this business was to create the career and income to the entrepreneur and community around the entrepreneur area.

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2009

Student's signature

Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่องรูปแบบการประกอบการตุ๊กตาผ้า ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรีสำเร็จลงด้วยความกรุณาจาก ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ผศ.ประสพชัย พสุนนท์ และ ผศ.นภนันทน์ หอมสุต กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ ผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษาและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการทำวิจัยครั้งนี้ ทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สมบูรณ์ ผู้ทำวิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ คุณพิเชียร เชญฐะ ผู้บริหารศูนย์หัตถกรรมท้องถิ่นพิเชียรแก้ว และคุณรุ่งโรจน์ แก้วกิตติวัฒน์ ผู้บริหารร้านรุ่งโรจน์ตุ๊กตา ที่สละเวลากรุณาให้สัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการค้นคว้าอิสระนี้

ท้ายที่สุดต้องขอขอบคุณบิดา มารดา เพื่อนร่วมสาขาวิชาทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในการจัดทำการศึกษาฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ด้วยดี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การศึกษา	3
ขอบเขตการวิจัย	4
ประโยชน์ที่ได้รับ	4
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
ความหมาย และความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อม	5
แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบการ.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและส่วนประสมการตลาด.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
3 วิธีดำเนินการวิจัย	26
พื้นที่ทำการศึกษา	26
ขั้นตอนการวิจัย	26
วิธีการวิจัย	27
การเก็บรวบรวมข้อมูล	27
แหล่งข้อมูลวิจัย	28
ระยะเวลาที่ใช้ในการทำวิจัย	28
แผนภูมิรายละเอียด ระยะเวลาทำการวิจัย	28

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	29
ตอนที่ 1 ความเป็นมาของผู้ประกอบการตุ๊กตาผ้า.....	29
ตอนที่ 2 รูปแบบการประกอบการตุ๊กตาผ้า.....	32
ตอนที่ 3 กลยุทธ์การบริหารจัดการ การประกอบการตุ๊กตาผ้า.....	38
ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค จากการประกอบการตุ๊กตาผ้า และแนวทางการ แก้ปัญหา.....	43
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	46
สรุปผลการวิจัย	46
อภิปรายผล	47
ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย.....	50
บรรณานุกรม.....	51
ภาคผนวก.....	54
ภาคผนวก ก แนวคำถามสัมภาษณ์.....	55
ภาคผนวก ข ประมวลภาพสถานที่ประกอบการตุ๊กตาผ้า.....	57
ภาคผนวก ค ขั้นตอนการทำตุ๊กตาสุนัขตัวจิ๋ว.....	66
ประวัติผู้วิจัย.....	73

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แผนที่เส้นทางเดินทางถนนเพชรเกษม.....	31
2	ป้ายศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว.....	58
3	ทางเข้าสู่ศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว.....	58
4	ภาพบรรยากาศศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว.....	59
5	ตุ๊กตาตัวแรกของศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว.....	59
6	สินค้าภายในศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว.....	60
7	สินค้าภายในศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว.....	60
8	สินค้าภายในศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว.....	61
9	สินค้าภายในศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว.....	61
10	สินค้าภายในศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว.....	62
11	เจ้าของและผู้บริหารศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว.....	62
12	บรรยากาศร้านรุ่งโรจน์ตุ๊กตา.....	63
13	เจ้าของและผู้บริหารร้าน รุ่งโรจน์ตุ๊กตา.....	63
14	ตัวอย่างใบจองลิขสิทธิ์ของร้านตุ๊กตารุ่งโรจน์.....	64
15	แบบตุ๊กตาสุนัขตัวจิ๋ว.....	66
16	ภาพการวาดแบบตุ๊กตา.....	67
17	ภาพการวาดหางและหู.....	68
18	ภาพการวาดปากและท้อง.....	68
19	ภาพการเขียนส่วนหู.....	69
20	ภาพการเขียนส่วนหัว.....	69
21	ภาพการเขียนส่วนหัวและปาก.....	70
22	ภาพการเขียนส่วนท้องและขา.....	71
23	ภาพการเขียนหาง.....	71
24	ภาพการเขียนหางติดกับลำตัว.....	71
25	ภาพการเขียนท้องติดกับลำตัว.....	72
26	ตุ๊กตาสุนัขตัวจิ๋ว.....	72

บทที่ 1

บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยต้องเผชิญกับสภาวะการถดถอยทางด้านเศรษฐกิจเมื่อรัฐบาลประกาศลดค่าเงินบาท ในปี พ.ศ.2540 เนื่องจากการที่รัฐบาลขาดระบบการควบคุมในเรื่องนโยบายการเปิดเสรีทางการเงิน ปล่อยให้เอกชนกู้เงินลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาอย่างมาก เพื่อมาลงทุนในกิจการที่มีก่อให้เกิดประโยชน์ เช่น การลงทุนเพื่อการเก็งกำไรในตลาดหลักทรัพย์ การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ มีการสร้างที่พักอาศัยสูง การสร้างสนามกอล์ฟ การลงทุนในการซื้อขายเก็งกำไรที่ดิน เป็นต้น จนเปลี่ยนให้บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์มีการเอื้อประโยชน์ให้แก่ตัวผู้บริหาร และพวกพ้องโดยการปั่นราคาหุ้น ที่ดินสูงเกินความเป็นจริง รัฐบาลเองก็มีการลงทุนในการสร้างสิ่งที่เป็นสาธารณูปโภคที่มากเกินไป นักการเมืองมีการทุจริต คอร์รัปชันในธุรกิจและโครงการร่วมระหว่างรัฐบาลกับเอกชน ส่วนในภาคของประชาชนด้านฐานะความเป็นอยู่ มีการดำเนินชีวิตอย่างฟุ้งเฟ้อ มีการท่องเที่ยวยังต่างประเทศการใช้จ่ายใช้สอยแต่ของใช้ต่างประเทศ ค่านิยมเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ประชาชนละทิ้งจากอาชีพทางการเกษตรมุ่งเข้าสู่เมืองหลวง หรือเมืองอุตสาหกรรมเพื่อทำงานในโรงงานเป็นอันมาก เนื่องจากปัญหาหารายได้ในภาคการเกษตรที่ตกต่ำ รัฐบาลมิได้ให้ความสนใจอย่างจริงจัง มุ่งแต่การพัฒนาภาคอุตสาหกรรม ประชาชนส่วนมากเป็นผู้บริโภคมากกว่าผู้ผลิต จนในที่สุดสถานะการเงินเริ่มฝืดเคือง เกิดการปั่นหุ้นขึ้น ประชาชนได้เข้าทำการถอนเงินออกจากบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ เจ้าหน้าที่ต่างชาติเริ่มพิจารณาถึงความสามารถในการใช้เงินคืนของลูกหนี้และทวงเงินคืน จนทำให้รัฐบาลต้องเข้ามาควบคุมบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ และสั่งปิดการดำเนินกิจการ ทำให้ระบบโครงสร้างของสถาบันทางการเงินเสียหาย และเริ่มถูกโจมตีค่าเงินบาทจากนักลงทุนจากต่างประเทศที่สับสนโอกาส รัฐบาลได้ใช้เงินในคลังที่มีอยู่ออกไปปกป้องค่าเงินบาท จนทำให้เงินสำรองในประเทศมีอยู่ในระดับที่เสียดุล รัฐบาลจึงต้องเลือกทางออกด้วยการประกาศลดค่าเงินบาท(วิทยากร เชียงกูล 2541 : 11-12) และเข้าระบบฟื้นฟูตามโครงการของ กองทุนการเงินระหว่าง-ประเทศ (International Monetary Fund : IMF) ทำให้ธุรกิจต่างๆ ต้องมีการปิดตัวลง หรือลดกำลังการผลิต แรงงานถูกเลิกจ้าง คนตกงานทำให้เกิดการว่างงานอย่างมาก

รัฐบาลได้กำหนดนโยบายต่างๆ ขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ การเร่งรีบปรับปรับโครงสร้างของสถาบันทางการเงิน การออกมาตรการทางการเงิน และการคลังให้มีความรัดกุม และมีประสิทธิภาพ การเข้าบริหารและขาดสินทรัพย์ของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ขณะเดียวกันก็เร่งสร้างความเข้มแข็งให้กับประชาชนที่เป็นพื้นฐานของประเทศทั้งในภาคการเกษตรและอุตสาหกรรมให้กลับมามีความสามารถในการดำรงชีพ เพื่อลดภาระและเป็นการแก้ไขปัญหาของสังคม การสร้างและส่งเสริมให้ประชาชนมีงานทำ การสนับสนุนอาชีพชุมชน การพักชำระหนี้ การสงเคราะห์การรักษาพยาบาล การปล่อยเงินกู้อัตราดอกเบี้ยต่ำ เพื่อให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพ และที่สำคัญคือนโยบายที่รัฐบาลได้เร่งให้การสนับสนุนส่งเสริมการผลิตอุตสาหกรรมและบริการธุรกิจขนาดย่อม เนื่องจากรัฐบาลเชื่อว่าการเร่งสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคธุรกิจต้องเป็นการทำธุรกิจขนาดย่อม ที่ใช้เงินทุนไม่มาก ใช้กำลังแรงงานน้อย มีความคล่องตัวสูง โดยรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนด้าน ทุน และวิชาการ โดยมีสถาบันอิสระต่างๆ เข้ามามีบทบาทให้การสนับสนุน ส่งเสริมพัฒนาในการดำเนินงาน การเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาและฝึกอบรมต่างๆ ในทุกด้านตามความต้องการของตลาดและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสถานะการณ์โลกอย่างต่อเนื่อง(วิฑูรย์ สิมะ ไชคดิ์ 2542 : 2)

จากกระแสของระบบการค้าเสรีของยุคการแข่งขันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาของระบบสังคมทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศในยุคของโลกไร้พรมแดนหรือโลกยุคโลกาภิวัตน์ ที่ใช้เทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารมาเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็ว ทั้งยังสามารถพยากรณ์อนาคตทางการตลาดทั้งลูกค้าและคู่แข่งได้ ย่อมมีความได้เปรียบและประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว ความเข้มแข็ง ความอดทน การใฝ่เรียนรู้ การสร้างพื้นฐานต่างๆ ให้เกิดขึ้นกับตนเองและธุรกิจเป็นสิ่งที่มี ต้องมี ทั้งนี้เพื่อให้มีความสามารถในการปรับตัวและการกำหนดวิธีการดำเนินงาน และลีลาในการบริหารเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่อระบบต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาทั้งภายในองค์การธุรกิจ สังคม ประเทศ และต่างประเทศ ธุรกิจขนาดย่อม จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน และถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุน สำหรับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ โดยเฉพาะการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อม ใช้เงินลงทุนและคนงานน้อย จึงทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนจาก ประชาชนที่เป็นแต่ผู้บริโภคมาสู่การเป็นผู้ผลิต เพราะถ้าประชาชนในชาติหันมาเป็นผู้ผลิตมากกว่าการเป็นผู้บริโภค ก็คือซื้อน้อยผลิตมาก และขายสินค้ากับบริการต่างๆ ไปยังต่างประเทศ เพื่อแสวงหาเงินตราเข้าประเทศได้ก็เป็นผลดีต่อระบบเศรษฐกิจอย่างมาก ดังนั้นภาครัฐเองก็มีความมุ่งหวังให้มีการพัฒนาธุรกิจขนาดย่อม ทั้งด้านของรูปแบบสินค้าและบริการ คุณภาพ คุณประโยชน์เพื่อให้สามารถส่งสินค้าออกขายยังต่างประเทศได้ และรัฐบาล

เองมีความเชื่อว่า กระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจที่ดีนั้นต้องทำให้เกิดสภาพที่มีการสร้างงานให้เกิดขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว และมีอัตราการจ้างงานสูง ขณะที่ธุรกิจขนาดใหญ่ต้องการใช้ระยะเวลาในการเจริญเติบโต การก่อตั้งใช้เวลานาน และมีจำนวนน้อย การนำธุรกิจขนาดใหญ่มาใช้ในการแก้ไขปัญหาแรงงานจึงมีโอกาสน้อย และนอกจากนี้ รัฐบาลยังต้องสนับสนุนการบริการด้านต่างๆ ทั้งการบริหารการจัดการเพื่อให้มีประสิทธิภาพสนองต่อกระแสของประชาชนในประเทศให้เปลี่ยนค่านิยมมาใช้สินค้าของผู้ผลิตที่เป็นคนไทยเพื่อป้องกันเงินตราที่รั่วไหลออกต่างประเทศ กับทั้งยังเป็นการลดปัญหาด้านการว่างงานของประชาชนที่มีได้มีอาชีพเพื่อให้เป็นทางเลือกในการประกอบอาชีพและเป็นการลดปัญหาสังคมของประเทศ (สมชาย หิรัญ-กิตติ และศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2542 : 7-8)

เศรษฐกิจประเทศไทยเริ่มฟื้นตัว แต่ยังมีกิจการอีกส่วนหนึ่งที่ยังต้องใช้เวลาอีกระยะหนึ่งในการทำให้ระบบเศรษฐกิจกลับเป็นปกติได้ สภาพดังกล่าวทำให้อัตราการจ้างงานในปัจจุบันทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนอยู่ในระดับที่ต่ำ นักเรียน นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาส่วนมาทางานทำไม่ได้ยาก เนื่องจากงานยังมีจำกัดอยู่มาก เมื่อเทียบกับจำนวนคนที่จบออกมา ทำให้คนจำนวนมากไม่มียานทำ และคิดหันเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งมีผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลวเนื่องจากต้องประสบปัญหาที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าปัญหาทางด้านการผลิต การตลาด การจัดการ การขนส่งและการเงิน ไม่เว้นแม้แต่การประกอบอาชีพของชุมชนบ้านกำแพง ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี เป็นชุมชนหนึ่งที่ประสบปัญหาในช่วงที่สภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งอาชีพที่สร้างรายได้ให้กับตำบลบ้านสิงห์นี้คืออาชีพการประกอบการตุ๊กตาผ้าขนสัตว์ มีความเจริญเติบโตเป็นที่รู้จักในวงการธุรกิจไปทั่วประเทศ โดยมีลักษณะเป็นธุรกิจขนาดย่อม ช่วยสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับประชาชนได้เป็นอย่างดี

ความน่าสนใจของหัวข้อวิจัยครั้งนี้ การประกอบการตุ๊กตาผ้า ทำให้ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม เป็นที่รู้จักไปทั่วประเทศ ได้รับการยอมรับเป็นธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จในช่วงที่สภาวะเศรษฐกิจถดถอย มาจนกระทั่งปัจจุบันนี้มีรูปแบบและกลยุทธ์ในการประกอบการอย่างไร คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีลักษณะอย่างไร

2. วัตถุประสงค์การศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตุ๊กตาผ้า ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี มีวัตถุประสงค์ดังนี้

2.1 เพื่อศึกษารูปแบบกลยุทธ์การประกอบการตุ๊กตาผ้า

2.2 เพื่อศึกษาถึงปัญหา อุปสรรคจากการประกอบการและแนวทางการแก้ปัญหาในการประกอบการตุ๊กตาผ้า

3. ขอบเขตการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาในสถานประกอบการตุ๊กตาผ้า ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

3.2 ขอบเขตด้านประชากร การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ เจ้าของสถานประกอบการตุ๊กตาผ้า พนักงานขาย กลุ่มลูกค้า และกลุ่มผู้ผลิตรายย่อย

3.3 ขอบเขตด้านเวลาที่ใช้ทำการวิจัย เริ่มจาก วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2553 จนถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2553

4. ประโยชน์ที่ได้รับ

4.1 ได้ทราบถึงรูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตุ๊กตาผ้า ด้านการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์การตลาดที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ตามเป้าหมาย และทิศทางที่วางไว้อย่างเป็นระบบ

4.2 ได้ทราบถึงปัญหา อุปสรรคจากการประกอบการและแนวทางการแก้ปัญหาในการประกอบการตุ๊กตาผ้า

4.3 เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับกลุ่มผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและรายใหม่ที่น่าสนใจในการทำธุรกิจประเภทนี้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ “รูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการร้านตุ๊กตา ในเขต ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลและได้รวบรวมทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นพื้นฐานและแนวทางของการศึกษาโดยมีสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ความหมาย และความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อม
2. แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม
4. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและส่วนประสมการตลาด
5. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความหมาย และความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดย่อม คือ ธุรกิจที่มีพนักงานไม่มาก มียอดขายน้อย และมีทรัพย์สินจำกัด เจ้าของเป็นผู้บริหารงานด้วยตนเอง ที่มีลักษณะอย่างน้อยที่สุดสองประการจากลักษณะสี่ประการ คือ 1) การบริหารงานเป็นอิสระ เจ้าของเป็นผู้บริหารงานเอง 2) บุคคลเพียงคนเดียวหรือกลุ่มคนเพียงไม่กี่คนเป็นผู้จัดหาเงินทุนและเป็นเจ้าของธุรกิจ 3) ขอบเขตการดำเนินงานอยู่ในท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ พนักงาน และเจ้าของอาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน แต่ตลาดของสินค้าและบริการไม่จำเป็นต้องอยู่ในท้องถิ่นนั้นก็ได้ 4) ธุรกิจมีขนาดเล็กเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจขนาดใหญ่ที่สุดในกลุ่มธุรกิจประเภทเดียวกันหลักเกณฑ์ที่ใช้วัดอาจจะเป็นจำนวนพนักงาน ยอดขาย หรือทรัพย์สิน

การดำเนินการประกอบการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ประกอบไปด้วยกิจการการผลิต กิจการการค้าและกิจการบริการ โดยกำหนดคุณลักษณะของธุรกิจจากเกณฑ์มูลค่าขั้นสูงของทรัพย์สินถาวรที่กิจการนั้นมี ซึ่งครอบคลุมธุรกิจหลักใน 3 กลุ่ม โดยมีรายละเอียด คือ

1. กลุ่มธุรกิจการผลิต (Production Section) ด้านการเกษตรกรรม การแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร (Agricultural Processing) อุตสาหกรรมการผลิตสินค้า (Manufacturing) โดยการ

เปลี่ยนรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปด้วยกระบวนการผลิต เพื่อสินค้าอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ทั้งที่ใช้เครื่องจักรในการแปรรูป หรือการใช้แรงงานและฝีมือในการแปรรูป

2. กลุ่มธุรกิจการค้า (Trading Section) ประกอบด้วย การค้าส่ง (Wholesaling) หมายถึง ธุรกิจที่คนกลางดำเนินการโดยขายสินค้าต่อให้คนกลาง และผู้ใช้ในอุตสาหกรรม และพาณิชย์กรรมเป็นจำนวนครั้งละมากๆ แต่ไม่ขายให้ผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือเป็นการจำหน่ายสินค้าทั้งที่เป็นสินค้าอุปโภค บริโภค และสินค้าอุตสาหกรรมจำนวนครั้งละมากๆ และ การค้าปลีก (Retail) หมายถึงธุรกิจที่ขายสินค้าจำนวนเล็กน้อยแก่ผู้บริโภคคนสุดท้ายโดยตรง และเป็นคนกลางระหว่างผู้ค้าส่งและผู้บริโภคคนสุดท้าย

3. กลุ่มธุรกิจบริการ (Services Section) เป็นกิจกรรมที่จำหน่ายสินค้าในรูปแบบการสนับสนุนผู้ดำเนินการ การผลิต การค้า และการอำนวยความสะดวก เช่นการโรงแรม การท่องเที่ยว การซ่อมบำรุง การขนส่ง บริการด้านการเสริมสวย ความบันเทิง เป็นต้น ซึ่งผลจากการร่วมประชุมเพื่อกำหนดค่านิยมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมดังกล่าว รัฐบาลได้ออกประกาศเป็นพระราชบัญญัติวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี พ.ศ.2543 เพื่อให้ถือเป็นมาตรฐานเดียวกัน (กัตัญญุ หิรัญญสมบุรณ์ 2547)

รัฐบาลได้เห็นถึงความสำคัญของการเร่งส่งเสริมให้เกิดการผลิตในระดับพื้นฐานของประชาชน โดยได้เล็งเห็นถึงความสามารถทางการดำเนินงานการผลิตและบริการที่เริ่มต้นจากกิจการที่มีขนาดที่เหมาะสม ที่ประชาชนสามารถเริ่มต้นทำธุรกิจได้ด้วยทุนเริ่มต้นที่ไม่มากนัก และผู้ดำเนินการสามารถทำได้ตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป อันจะทำให้ประชาชนมีความสามารถในการดำเนินชีวิตในสังคม มีงานทำ มีรายได้เพื่อส่งผลดีกับการพัฒนาเศรษฐกิจ และระบบสังคม ธุรกิจขนาดย่อมเป็นเสมือนส่วนหนึ่งของธุรกิจชุมชน จะเป็นส่วนช่วยด้านสวัสดิการทางด้านเศรษฐกิจของประชาชน เพราะมีการผลิตจำนวนมากถึงครึ่งหนึ่งของสินค้าและบริการทั้งหมด โดยเมื่อรวมประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจทั้งหมดแล้วธุรกิจขนาดย่อมจะเหมือนธุรกิจขนาดใหญ่ เป็นการสร้างรายได้ให้ชุมชน และประเทศ เกิดการจ้างแรงงาน การสร้างระบบของการแข่งขันทางสินค้าตลอดจนการสร้างนวัตกรรมใหม่ในด้านการผลิต โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การสร้างงานใหม่ (Providing New Job) ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะเป็นธุรกิจที่สร้างงานใหม่ๆ ถือได้ว่าเป็นโอกาสของตลาดแรงงาน เป็นการประกันการว่างงานของแรงงานได้เป็นอย่างดี เพราะจะเกิดระบบการจ้างงานและการหมุนเวียนของระบบเศรษฐกิจ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะสร้างลักษณะแรงงานใหม่ๆ 2 ลักษณะคือ การลงทุนในธุรกิจใหม่และเกิดจากการขยายตัวของธุรกิจเดิม

2. การสร้างนวัตกรรม (Introducing Innovation) ซึ่งงานประดิษฐ์ใหม่ๆ มักเกิดจากห้องทดลองที่เรียกว่าเกิดจากห้องแถว

3. การกระตุ้นการแข่งขันทางเศรษฐกิจ (Stimulating Economic Competition) เพราะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการสร้างตัวเลือกทางสินค้าและบริการที่มากและหลากหลายย่อมมีการเกิดระบบของการแข่งขันกันในคุณภาพ ปริมาณ ราคาของสินค้าอันเป็นผลดีของผู้บริโภคและสามารถพัฒนาสู่ต่างประเทศได้

4. การสนับสนุนธุรกิจขนาดใหญ่ (Aiding Big Business) ในหลายๆ ลักษณะของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถทำได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะมีระบบการควบคุมการทำงานที่ทั่วถึง รวดเร็ว คล่องตัว เป็นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อการส่งต่ออุตสาหกรรมขนาดใหญ่

5. การผลิตสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพ (Producing Goods and Service Efficiently) ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะเป็นการช่วยเสริมธุรกิจให้กับธุรกิจขนาดใหญ่ (สมชาย หิรัญกิตติ และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2542)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ธุรกิจการประกอบการผู้ค้าปลีกถือเป็นธุรกิจที่สำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของชุมชนบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ที่สร้างการหมุนเวียนในระบบการค้า การผลิต การแข่งขัน สร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในระบบตลาดการค้าภายในประเทศ ซึ่งการดำเนินธุรกิจไม่ยุ่งยาก ใช้ทุน และแรงงาน เครื่องจักร อุปกรณ์น้อย เป็นการสร้างชื่อเสียงของชุมชนและแสวงหาเงินตราเข้าชุมชนได้อย่างยั่งยืนต่อไป

2. แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบการ

การประกอบการ เป็นกระบวนการในการวินิจฉัยเพื่อตัดสินใจ และสั่งการในการดำเนินธุรกิจในเรื่องต่างๆ โดยอาศัยบุคคลซึ่งเรียกว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้กระทำเพื่อให้มีการนำเอาปัจจัยการผลิตมาทำการผลิตเป็นสินค้าและบริการ (ประภัศร บุญมี 2543 : 8)

การประกอบการ หมายถึง การจัดตั้งองค์การผลิตขึ้นมาเพื่อทำการผลิตสินค้าและบริการ โดยการนำเอา ที่ดิน แรงงานและทุนมาดำเนินการผลิตสินค้าและบริการ สนองความต้องการของผู้บริโภค ผู้ดำเนินการผลิตเรียกว่าผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจว่า จะผลิตอะไร อย่างไร และเพื่อใคร (ปรีดา นาคเนาวทิมา 2541 : 83)

การประกอบการ เป็นกระบวนการที่เริ่มประกอบธุรกิจใหม่ การจัดสรรทรัพยากรซึ่งจะเกิดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจใหม่ ผู้ประกอบการจะต้องมีการวางแผนเพื่อรองรับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ 2542 : 317)

ความสามารถในการประกอบการ หมายถึง การนำเอาที่ดิน แรงงานและทุนต่างๆ ที่ได้พิจารณาแล้วมาทำการผลิตร่วมกัน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด คือ สามารถผลิตสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ให้ได้มากที่สุด ดังนั้น ในการผลิตสินค้าและบริการผู้ประกอบการจึงมีหน้าที่สำคัญประการหนึ่งที่ต้องทำคือ การตัดสินใจ นั่นคือ ผู้ประกอบการจะต้องตัดสินใจว่าจะทำการผลิตอะไร เป็นประมาณเท่าใด เมื่อผลิตแล้วจะขายให้แก่ใคร การกำหนดราคาสินค้านั้นควรจะเป็นเท่าใด เพื่อให้ได้กำไรสูงสุด หรือต้องการขายให้ได้ปริมาณมากที่สุด (แสงจันทร์ ศรีประเสริฐ 2542 : 17)

จากคำจำกัดความที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การประกอบการ หมายถึง การนำเอาปัจจัยการผลิตมาดำเนินการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยใช้หลักการบริหารในด้าน

1. การบริหารการตลาด

การบริหารการตลาด คือ การวางแผน การจัดองค์การ การประสานงานและการควบคุม เพื่อให้มีการจัดทำผลิตภัณฑ์หรือบริการนำเสนอออกมาขายแก่ลูกค้า มีการกำหนดราคาขาย มีการกำหนดรูปแบบการส่งเสริมการขาย และมีกำหนดสถานที่ขาย (ธงชัย สันติวงษ์ 2539 : 3)

การบริหารการตลาด หมายถึง การวางแผน การปฏิบัติงาน และการควบคุมกิจกรรมทางการตลาดที่ทำให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อและผู้ผลิต และนำความพอใจสูงสุดมาสู่ทั้งสองฝ่าย (พิชญ จงสถิตย์วัฒนา 2542 : 3)

การบริหารการตลาด หมายถึง การวิเคราะห์ การวางแผน การปฏิบัติ ควบคุมไปแกรมที่ถูกออกแบบมาสำหรับสร้างสรรค์ ก่อตั้ง และรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์จากการแลกเปลี่ยนกับกลุ่มผู้ซื้อเป้าหมายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ (สุปัญญา ไชยชาญ 2543 : 20)

การบริหารการตลาดหมายถึง การวิเคราะห์ การวางแผน การดำเนินงานและการควบคุมแผนงานทางการตลาดของธุรกิจเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของธุรกิจ (Kotler 1994 : 13)

จากคำจำกัดความดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การบริหารการตลาด หมายถึง การวิเคราะห์ วางแผน ดำเนินการ และควบคุมงานที่ได้กำหนดไว้ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนซื้อขายกับตลาดเป้าหมาย อันก่อให้เกิดความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจ

ในการบริหารการตลาดนั้น ผู้บริหารการตลาดต้องมีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค และมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยเครื่องมือส่วนผสมการตลาดประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ 2) ราคา (Price)

หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น หากคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าก็ตัดสินใจซื้อสินค้า 3) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือแบบประสมประสานกัน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ 4) การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ 2546 : 35-36)

2. การบริหารการจัดการ

การบริหารจัดการ คือ ศิลปะของการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไป โดยอาศัยบุคคลอื่นๆ ซึ่งต้องอาศัยทั้งวิทยาศาสตร์และศิลปะในการกระทำ (ทับทิม วงศ์ประยูรและคณะ 2542 : 14)

การจัดการ คือ ศิลปะในการใช้คน เงิน วัสดุ อุปกรณ์ขององค์การและนอกองค์การ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ (สมคิด บางโม 2545 : 59)

การจัดการ หมายถึง การจัดทรัพยากรการบริหารมาใช้ในการดำเนินการ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อันประกอบด้วยกระบวนการวางแผน การควบคุม การอำนวยความสะดวกและประสานการทำงานของฝ่ายต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้อย่างราบรื่น เพื่อให้ธุรกิจบรรลุผลสำเร็จตามแผนงานและ โครงการที่วางไว้

การจัดการธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง กระบวนการวางแผนการจัดองค์การ การบริหารงานด้านต่างๆ ของธุรกิจขนาดย่อมที่ดำเนินการ อันประกอบไปด้วยขั้นตอนแรกในการนำวัตถุดิบเข้ามา ผ่านกระบวนการผลิตหรือขั้นตอนการบริการต่างๆ ออกมาเป็นสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน เป็นที่พอใจและประทับใจลูกค้า

การจัดการธุรกิจขนาดย่อม จะเป็นผู้วางแผนในการนำทรัพยากรประกอบไปด้วย คน เงิน เครื่องจักร และวัตถุดิบมาผ่านกระบวนการบริหาร 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การบริหารงานบุคคล การอำนวยความสะดวกและการควบคุมงาน เพื่อให้การดำเนินงานของธุรกิจขนาดย่อมบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ที่กำหนดไว้

การจัดการธุรกิจขนาดย่อมโดยทั่วไป เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ย่อมประกอบไปด้วยทรัพยากรในการจัดการธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งประกอบด้วยทรัพยากร 4 M ดังรายละเอียดต่อไปนี้ 1) คน เป็นทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดย่อมเป็นอย่างมาก เพราะการดำเนินงานการบริหารหรือจัดการธุรกิจ หรือควบคุมเครื่องจักรกลในการ

ผลิตต่างๆ ต้องอาศัยคนเป็นหลัก งานและการสร้างสรรค์คุณภาพงาน 2) เครื่องจักร เป็นทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการต่างๆ แก่ลูกค้า 3) เงินทุน เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้ได้ซึ่งทรัพยากรการจัดการอื่นๆ ช่วยให้ผู้ธุรกิจ ดำเนินไปอย่างราบรื่น เพราะเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินการจัดธุรกิจขนาดย่อมให้ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย เงินทุนที่นำมาใช้ในรูปของการซื้อเครื่องจักร สร้างอาคาร และซื้อวัตถุดิบ 4) วัตถุดิบ คือ วัตถุดิบและวัสดุสิ่งของต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในกระบวนการผลิต วัตถุดิบควรจะอยู่ใกล้กับสถานประกอบการ เพื่อความประหยัดในการขนส่ง และความมั่นใจในการมีวัตถุดิบป้อนให้โรงงานตลอดปี

จะเห็นว่าการประกอบธุรกิจขนาดย่อมนั้น ผู้จัดการมักจะเป็นเจ้าของธุรกิจเอง เงินทุนที่ใช้หมุนเวียนก็มีน้อย ประกอบกับเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ฉะนั้นเครื่องจักรกลจึงใช้ไม่มากนัก และสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้คือ วัตถุดิบที่ป้อนให้แก่โรงงานนั้นจะต้องเป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และจัดหาได้ง่ายในบริเวณที่ประกอบธุรกิจนั้นๆ ของธุรกิจขนาดย่อม

3. การบริหารการเงิน

การบริหารการเงิน คือ การตัดสินใจเรื่องรายได้มาและการใช้จ่ายเงินได้เหมาะสม และถูกต้องเพื่อความสำเร็จตามเป้าหมายของธุรกิจ (ทับทิม วงศ์ประยูรและคณะ 2542 : 137)

การบริหารการเงิน คือ การรักษาสภาพการดำเนินธุรกิจให้สามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นในทุกด้าน ซึ่งปัจจัยทางการเงินเป็นปัจจัยที่สำคัญของการบริหารการเงิน ธุรกิจทุกประเภทต้องเกี่ยวข้องกับหน้าที่ทางการเงินทั้งสิ้น (วิมล ประคัลพงศ์และคณะ 2543 : 1)

การจัดการการเงิน หมายถึง การรักษาไว้และการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจหรือความมั่งคั่ง โดยเน้นที่การตัดสินใจทางธุรกิจในการสร้างความมั่งคั่ง (โสภณ ฟองเพชร 2545 : 3)

จากความหมายของการบริหารการเงินข้างต้นสรุปได้ว่า การบริหารการเงิน หมายถึง การแสวงหาเงินทุนมาใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของธุรกิจ

4. การบริหารการผลิต

การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน เป็นการศึกษา วิเคราะห์ กำหนดแนวทางปฏิบัติและควบคุมกระบวนการแปรรูปปัจจัยนำเข้า หรือทรัพยากรการดำเนินงานให้เป็นผลลัพธ์ในรูปสินค้าหรือบริการอย่างเป็นระบบมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านปริมาณ คุณภาพ และต้นทุนที่เหมาะสม (ฉวีรัฐพันธ์ุ เขจรนันท์ 2542 : 6)

ผู้กตาศำในเขตตำบลบ้านสิงห์ ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี เนื่องจากการประกอบการผู้กตาศำนั้น มีการบริหารจัดการในด้านต่างๆ เป็นอย่างดีในเรื่องของระบบการผลิต คุณภาพ ราคาสินค้าและช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า เป็นต้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม

ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่จัดตั้งองค์การธุรกิจโดยยอมรับความเสี่ยงภัยเพื่อหวังกำไร ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม เป็นบุคคลที่ค้นพบความคิดและโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เป็นผู้รวบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจ จัดระเบียบภายในธุรกิจ และบริหารการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อจัดหาสินค้าและบริการให้แก่สาธารณชน (มุสดี รุมาคม 2538 : 29)

ผู้ประกอบการ คือผู้เสี่ยงต่อการขาดทุนที่เข้ามาทำการผลิตโดยใช้ความรู้ความสามารถ มีความรู้ในด้านการบริหาร การวางแผน การจัดการ การบริหารบุคคล การอำนวยความสะดวก และการควบคุมติดตามงานมาทำการผลิตสินค้าและบริการเสนอขายเพื่อขายให้ได้กำไร อาจจะเป็นเจ้าของตนเองหรือไม่ใช่เจ้าของทุนก็ได้ (สมคิด บางโม 2538 : 90)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการหมายถึง ผู้ที่มีความคิดที่จะทำธุรกิจและเป็นผู้ก่อตั้งธุรกิจนั้นขึ้นมา และคอยดูแลประคับประคองให้ธุรกิจที่ตั้งขึ้นมานั้นดำเนินไปได้ด้วยดี (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทและสุณี เลิศแสงกิจ 2541 : 15)

การที่ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่ต้องรับผิดชอบโดยตรงต่อความเสี่ยงและความไม่แน่นอนจากการดำเนินกิจการ และเป็นผู้นำในการนำพากิจการให้บรรลุจุดหมายในด้านกำไรและการเติบโต โดยแสวงหาโอกาสจากสภาพแวดล้อมที่กิจการเผชิญอยู่ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด (อำนาจ ชีระวนิช 2546 : 6)

สรุปได้ว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่จะทำธุรกิจและเป็นผู้ก่อตั้งธุรกิจนั้นขึ้นมา และคอยดูแลรับผิดชอบโดยตรงต่อความเสี่ยงและความไม่แน่นอน จากการดำเนินกิจการ เป็นผู้นำในการนำพากิจการให้บรรลุจุดหมายในด้านกำไร และการเติบโต ผู้ประกอบการพยายามให้ธุรกิจนั้นๆ ดำเนินต่อไปในรูปของการรับสิทธิในการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่ต้องรับผิดชอบโดยตรงต่อความเสี่ยงและความไม่แน่นอนจากการดำเนินกิจการและเป็นผู้นำในการนำพากิจการให้บรรลุจุดหมายในด้านกำไรและการเติบโตโดยแสวงหาโอกาสจากสภาพแวดล้อมที่กิจการเผชิญอยู่ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด ดังนั้นปกติผู้ประกอบการมักจะเป็นลักษณะผู้ที่ต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูง ยอมรับความเสี่ยงในระดับปานกลางและมีความเชื่อ เป็นต้น (อำนาจ ชีระวนิช 2546 : 6-8)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบผลสำเร็จ ความสำเร็จของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจะมีความแตกต่างในเรื่องอารมณ์และแรงจูงใจเช่นเดียวกับในหมู่ของลูกจ้าง โดยทั่วไปนักธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จจะมีบุคลิกภาพเฉพาะบุคคลที่แน่นอนได้

มีกลุ่มนักจิตวิทยาในกลุ่มหนึ่งได้ทำการศึกษาผู้บริหารระดับหัวหน้าของธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ โดยใช้การตั้งคำถามและการทดลองอย่างลึกซึ้ง และได้สามารถถอดองค์ประกอบของมิตการวัดนี้ได้ 8 ด้าน ดังนี้

1. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การช่วยคิดริเริ่มของคนงานทุกคนภายในขอบเขตที่คนคนนั้นพึงมี จะเป็นพลังอันสำคัญที่จะทำให้ห้องค์การเข้มแข็งขึ้น ตลอดจนแผนงานและเป้าหมายต่างๆ ก็จะถูกทำให้สำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดด้วย (ซิงชัย สันติวงษ์ 2539 : 23)

การสร้างสรรค หมายถึง มีความคิดและการกระทำที่สร้างสรรค์ไม่ใช่ความคิดที่คอยทำลายกลั่นแกล้ง ถ่วงหรือหน่วงเหนี่ยวความก้าวหน้าของผู้อื่น ไม่ใช่ตัวเราไม่ทำพอเห็นคนอื่นทำแล้วจะได้ดีคอยแกล้งคอยถ่วงหรือคอยทำลาย (จรรยา ทองถาวร 2536 : 106)

การสร้างความคิดริเริ่ม คือ ความคิดริเริ่มเป็นจุดสำคัญที่ทำให้เกิดการปรับปรุงงาน ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์จะเป็นแรงผลักดันที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในการทำงานและนำความคิดที่ได้มานั้นมาใช้ในการปฏิบัติงานจริง ความคิดริเริ่มอาจจะเกิดจากการจดจำในสิ่งที่ดีและนำมาปรับปรุง การหาเหตุผลการวิเคราะห์เพื่อแก้ไข การเป็นคนชอบสงสัย การมีความคิดใหม่ๆ แปลกๆ เพื่อหาวิธีการที่ดีกว่า (เรวัตร์ ชาตรีวิเศษ 2537 : 30)

หลักความคิดริเริ่ม คือ เปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องได้ใช้ความคิดริเริ่มของตนบ้าง ให้คนงานได้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาขององค์กรเพราะฉะนั้นการช่วยคิดริเริ่มของคนงานจะเป็นพลังอันสำคัญที่จะทำให้ห้องค์การเข้มแข็งขึ้น แผนงานและข้อเสนอต่างๆ จะเป็นเครื่องช่วยให้คนแสดงออกซึ่งความคิดริเริ่มดังกล่าวได้

ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถคิดนอกกรอบได้โดยไม่ซ้ำแนวทางกับผู้อื่นเคยปฏิบัติมา แล้วสานฝันให้ประสบความสำเร็จ (กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ 2547 : 10)

การคิดริเริ่ม คือ การคิดริเริ่มทุกอย่างต้องมีการประเมินความเสี่ยง ประเมินขนาดและลักษณะธรรมชาติของงาน ความสามารถที่จะทำให้สำเร็จตามความคิด ความเสี่ยงเฉพาะตัว และประเมินว่ากิจกรรมน่าจะก่อให้เกิดผลอะไร นอกจากนี้บุคคลก็ต้องยืนยันหยัดที่จะทำให้ความคิดของตนเกิดเป็นโครงการด้วย (ยุคา รักไทยและสุภาวดี วิทยาประพันธ์ 2547 : 193)

สรุปได้ว่า ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ หมายถึง มีความคิดริเริ่มให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารและคิดค้นหาเทคนิคใหม่ๆ ให้เกิดเป้าหมายวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ การคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล การมีความคิดใหม่ๆ เพื่อหาวิธีการที่ดีกว่า ความคิดริเริ่มและความสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรม การคิดริเริ่มสิ่งใหม่ๆ ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีเหตุผลความคิดริเริ่มทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน

2. กล้าเสี่ยง คือ ความกล้าพอประมาณน่าจะเป็นสิ่งเดียวที่พรรณาลักษณะของคนที่ประสบความสำเร็จในระดับสูง โดยพิวเดินนั้นดูเหมือนว่าผู้ประสบความสำเร็จระดับสูงจะต้องเสี่ยงในระดับสูงเพื่อที่จะต้องกล้าลงทุนกับสิ่งที่ทำลงไป เช่น การทำธุรกิจการค้า เป็นต้น (วีรนาถ มานะกิจ 2533 : 45)

กล้าเสี่ยง หมายถึง ธุรกิจใหญ่ๆ จะได้ความคิดใหม่ๆ ก็ต่อเมื่อได้รับการพิจารณาอย่างรอบคอบและเปรียบเทียบทางเลือกหลายๆ ทาง นักธุรกิจขนาดย่อมก็ควรทำเช่นนี้ด้วย แต่ก็ยังมีหลายอย่างที่ขี้ตืดต่อเหตุผลและคำแนะนำในการแสดงความคิด ซึ่งเป็นเพราะว่าชอบใช้ความคิดส่วนตัวเป็นใหญ่ คุณค่าส่วนตัวจะต้องได้รับการบังคับมากกว่าการคำนวณเรื่องความกล้าเสี่ยง และก็มีตัวอย่างบ่อยครั้งที่การตัดสินใจได้รับการแก้ไขโดยความคิดของผู้ประกอบการซึ่งประสบความสำเร็จในบั้นปลาย (ศิวาพร มั่นทุทานนท์ 2533 : 16)

เสี่ยง คือ เงื่อนไขหนึ่งๆ ซึ่งมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดสิ่งทีหักเหในทางตรงกันข้าม จนมีผลทำให้ผลลัพธ์ทีเกิดขึ้นไม่เป็นไปตามคาดหวังไว้ สถานการณ์ของธุรกิจขนาดย่อมจะเห็นได้ว่าการดำเนินงานต้องตกอยู่ภายใต้ภาวะความเสี่ยงหลายอย่างด้วยกัน จนอาจมีผลทำให้กิจการต้องสูญเสียสินทรัพย์และศักยภาพของผลกำไร ซึ่งสินทรัพย์ในที่นี้มีใช้เฉพาะแต่สินค้ำคงคลัง สิ่งก่อสร้างและเครื่องจักร เครื่องมือเท่านั้น แต่ยั้งรวมถึงบุคลากรและชื่อเสียงของกิจการอีกด้วย (อำนาจ ชีระวิช 2544 : 373)

กล้าเสี่ยงคือ ความไม่แน่นอนที่อาจจะนำมาซึ่งความสูญเสียในฐานะของผู้ประกอบการ (ภทริถิตต์ เนตินิยม 2546 : 228)

กล้าเสี่ยง คือ อันตรายหรือความสูญเสียทีอาจจะเกิดขึ้นได้ โดยมีปัจจัยสำคัญ คือ ความไม่แน่นอนเป็นพื้นฐานการวิเคราะห์ความกล้าเสี่ยง จึงเป็นการประเมินวัดความไม่สามารถทีจะดำเนินงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ภายใต้วงเงินงบประมาณ กำหนดเวลา และเทคโนโลยีทีจะใช้รวมถึงภายใต้ข้อจำกัดทางด้านสภาพการณ์แวดล้อมขององค์กรตลอดจนวัฒนธรรมขององค์กรนั้นๆ (วีรวิฐ มาฆะศิริรานนท์ 2546 : 129)

กล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่างๆ ธุรกิจกับความเสี่ยงเป็นของคู่กัน แต่นักธุรกิจทีดีต้องวางแผนให้การดำเนินงานตั้งอยู่บนพื้นฐานความเสี่ยงทีน้อยลงและต้องตั้งตนอยู่ในความไม่ประมาท (กตัญญู หิริญญสมบูรณ 2547 : 10)

กล้าเสี่ยง คือ คนทีไม่ชอบคิดแบบสมมติ (ซึ่งเป็นพวกทีชอบเสี่ยง) จำเป็นต้องกล้ารับความเสี่ยงมากขึ้น โดยการยอมรับความเสี่ยงเล็กๆ ก่อน แล้วค่อยเพิ่มระดับความเสี่ยงขึ้นไป (ยุดา รักไทย และสุภาวดี วิทยาประพันธ์ 2547 : 220)

สรุปได้ว่า กล้าเสี่ยง หมายถึง กล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่างๆ มีการวางแผนในการดำเนินงานเสมอ กล้าลองในสิ่งใหม่ที่แปลกใหม่ นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหาร กล้าเสี่ยงในการขยายกิจการ การวิเคราะห์ความเสี่ยงด้านการลงทุนและการขยายกิจการ

3. ความชำนาญ ทั้งในทักษะด้านวิชาชีพและทักษะด้านบริหาร การเริ่มต้นประกอบการต้องอาศัยการลงมือลงแรงของเจ้าของเองเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น ความสามารถเชิงวิชาชีพจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะช่วยให้ประหยัดค่าจ้างพนักงานลงได้ และในการบริหารจะทำให้ธุรกิจฟื้นฝ่าอุปสรรคอยู่รอดและเจริญเติบโตได้ (กัตญญู หิรัญญสมบุญ 2547 : 10)

ความชำนาญ คือ โดยพิจารณาความสามารถที่ปรากฏชัดและสมรรถนะในการวินิจฉัยเป็นหลัก (ยุดา รักไทย และสุภาวดี วิทยาประพันธ์ 2547 : 196)

สรุปได้ว่า ความชำนาญ หมายถึง ความรู้ความชำนาญในการประกอบกิจการด้านทักษะ มีทักษะในการบริหาร บริหารด้วยความมั่นคงและปลอดภัย ในทรัพย์สิน การบริหารด้วยความเอาใจใส่ผู้ให้บริการทุกครั้ง พิจารณาความสามารถและความชำนาญในการทำงานของลูกจ้าง ความสามารถเชิงวิชาชีพที่จะช่วยให้ประหยัดค่าจ้างพนักงานลงได้ การบริหารงานให้มีจุดประสงค์และบรรลุการตั้งเป้าหมาย

4. ความมุ่งมั่นทะเยอทะยาน การประสบความสำเร็จคือ ต้องการกำไรจากการประกอบการจากการลงทุนลงแรงทำงาน ผู้ประกอบการต้องมีความรู้สึกต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตอันเป็นพลังผลักดันให้ผู้ประกอบการลุกขึ้นมาดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย โดยความต้องการสังเกตได้อย่างชัดเจนว่าจะไม่เหมือนกับความต้องการของคนธรรมดาทั่วไป นอกจากนั้นยังต้องอดทนกับอุปสรรคนานาประการที่ถาโถมเข้ามาอย่างต่อเนื่อง (กัตญญู หิรัญญสมบุญ 2547 : 10)

สรุปได้ว่า ความมุ่งมั่นทะเยอทะยาน หมายถึง อดทนกับอุปสรรคมีความพยายามและผลักดันให้บรรลุความสำเร็จ มีความมุ่งมั่น ทะเยอทะยานในด้านความตั้งใจเพื่อความสำเร็จ ต้องการเป็นที่ยอมรับและมีเกียรติของสังคม ต้องการให้ห้างร้านมีความมั่นคงและสร้างกำไร มีพลังผลักดันดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย มีความรู้สึกต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต มีความตื่นตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจ

5. ความขยันขันแข็ง คือ ขยันต่อการทำงานตามภาระหน้าที่ มีความรับผิดชอบ ไม่เป็นคนเกียจคร้าน ซึ่งจะทำให้ภาพพจน์และการได้รับความนิยมนิยมเลื่อมใสลดน้อยลงไป (จรูญ ทองถาวร 2536 : 106)

การขยันขันแข็งสามารถทำงานหนัก และทำงานเกินเวลาได้อย่างไม่ย่อท้อ ความสำเร็จไม่ได้มาถึงในเวลาอันสั้น ผู้ประกอบการบางคนใช้เวลาครึ่งชีวิตในการสร้างธุรกิจให้

เป็นปีกแผ่น ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ คือ บุคคลที่ได้ล้มเลิกอะไรต่างๆ เมื่ออาจล้มเหลวหลายครั้งก็ตาม (กตัญญู หิรัญญูสมบุญ 2547 : 10)

สรุปได้ว่า ความขยันขันแข็ง หมายถึง ทำงานด้วยความทุ่มเทไม่ย่อท้อ มีความกระตือรือร้นและความขยันหมั่นเพียร ไม่ท้อต่ออุปสรรคต่างๆ นานา มีความเพียรพยายามและมีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความมานะ อดทน และกล้าหาญ ซื่อสัตย์สุจริตและตั้งใจจริงในการทำงาน มีความมุ่งมั่นในการทำงานอย่างเต็มที่

6. ความเชื่อมั่นในตนเอง คือบุคคลที่มีความเชื่อมั่นในตนเองจะมีความรู้สึกที่สามารถเผชิญกับสิ่งที่ท้าทายได้ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีแนวโน้มเป็นบุคคลที่มีความเชื่อมั่นตนเอง โดยเป็นผู้ซึ่งเมื่อเห็นปัญหาที่ต้องเผชิญความเสี่ยงแล้ว เชื่อว่ามีความสามารถที่จะชนะปัญหาที่เกิดขึ้นได้ โดยทั่วไป ผู้ประกอบการที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถที่จะประสบความสำเร็จเป็นผู้โน้มเอียงไปในทางมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับโอกาสในความสำเร็จบนพื้นฐานความเป็นจริง (อานาจ ธีรวณิช 2544 : 7)

ความเชื่อมั่นเป็นแรงขับ คือผู้นำที่มีประสิทธิภาพจะยึดหลักเพื่อบางสิ่งบางอย่างทำในสิ่งที่ถูกต้องด้วยเหตุผลที่เหมาะสม แบ่งปันความเชื่อ ความมั่นใจ และเหตุผลในการทำสิ่งนั้นกับผู้อื่นเพื่อให้รู้ถึงทิศทางและขอบเขตของงาน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ (ยุดา รักไทย และสุภาวดี วิทยาประพันธ์ 2547 : 32)

สรุปได้ว่า ความเชื่อมั่นในตนเอง หมายถึงมีความเชื่อมั่นในตนเองสูง การบริหารอย่างมีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง ทำงานด้วยความตั้งใจเพื่อที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ การบริหารด้วยความยุติธรรม มีความสามารถที่จะชนะปัญหาที่เกิดขึ้นได้ ผู้นำมองโลกในแง่ดีเพื่อความสำเร็จในชีวิต มีความสามารถในการตัดสินใจรวดเร็วและถูกต้อง มีความเด็ดขาดกับตนเองและผู้อื่นสามารถทำงานให้เกิดประสิทธิภาพได้

7. ความเอาใจจริงเอาใจและมีวินัยในการทำงาน ความสำเร็จเกิดจากความพากเพียรอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งต้องบังเกิดจากผู้ประกอบการที่มีนิสัยขยันหมั่นเพียรและการปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่พนักงานคนอื่น (กตัญญู หิรัญญูสมบุญ 2547 : 10)

สรุปได้ว่า ความเอาใจจริงเอาใจและมีวินัยในการทำงาน หมายถึง มีความขยันหมั่นเพียรในการทำงาน ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่พนักงาน มีความกระตือรือร้นในการทำงาน เป็นคนตรงต่อเวลาเสมอ มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ศึกษาค้นคว้างานที่จะต้องทำให้เกิดผลสำเร็จอย่างสม่ำเสมอ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการทำงาน

8. ความสามารถหาโอกาสในวิกฤต การประกอบการที่ดีต้องมองว่าการเปลี่ยนแปลงคือโอกาสที่จะเป็นจุดเริ่มต้นของสิ่งใหม่ๆ และต้องสามารถใช้การเปลี่ยนแปลงให้เกิดประโยชน์ (กัตญญ หิรัญญสมบุรณ์ 2547 : 10)

การใช้โอกาสให้เป็นประโยชน์คือ ในโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การรู้จักฉวยโอกาสเป็นสิ่งจำเป็น คนเราต้องรู้จักปรับปรุงการตอบสนองของตนเอง และให้มีการสร้างสรรค์ การใช้โอกาสให้เป็นประโยชน์จะทําให้ความคิดของผู้นั้นเกิดการตัดขาด คือ คิดอะไรไม่ค่อยออกภายหลัง (ยุดา รักไทย และสุภาวดี วิทยาประพันธ์ 2547 : 220)

สรุปได้ว่า ความสามารถหาโอกาสในวิกฤต หมายถึง สามารถปรับเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาสเสมอ มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งแปลกใหม่และนำความสำเร็จมาให้เสมอได้ผลประโยชน์ที่น่าพึงพอใจ การรู้จักฉวยโอกาสปรับปรุงในสิ่งที่ดีเสมอ หากความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจที่ล้มเหลวและประสบผลสำเร็จในภายหลัง สร้างจุดแข็งและปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจ การใช้วิสัยทัศน์ในการพัฒนาคุณภาพของการปฏิบัติงาน นำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล หากจุดอ่อนของผู้ประกอบการอื่นมาสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเอง

การประกอบการตุ๊กตาผ้า ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรีนั้นเราพิจารณาในเรื่องคุณสมบัติผู้ประกอบการตามหลักเกณฑ์ข้างต้นเพื่อศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการตุ๊กตาผ้า

4. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและส่วนประสมการตลาด

ตลาดคือ สถานที่ที่ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกันเพื่อทำธุรกิจ หรือตลาดคือปริมาณการเสนอซื้อของผู้ซื้อทุกคนในตลาด ตลาด คือสถานที่ที่พบกันระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขายเพื่อตกลงราคา และปริมาณการซื้อขาย ตลาด มีความหมายมากมายหลายอย่างแตกต่างกันไป ตามธุรกิจของแต่ละประเภท เช่นแม่บ้านเข้าใจว่าตลาดคือสถานที่สำหรับซื้อขายอาหาร เกษตรกรหมายถึงแหล่งที่เขาขายผลผลิต นักการเงินตลาดคือตลาดหลักทรัพย์เป็นต้น ในแง่ของเศรษฐศาสตร์ ตลาดอาจหมายถึงกระบวนการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบเหล่านี้คือ ผู้ซื้อ ผู้ขาย สินค้า หรือบริการ สถานที่ เวลา และราคา (ประภัสสร บุญมี 2543 : 138-139)

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ของ Philip Kotler ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าเสนอแก่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้น การสร้างบริการเพื่อให้บริการที่

ทรงคุณค่าบริษัทต้องปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าเฉพาะรายและต้องสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นด้วย

2. ราคา (Price) คือ ต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการ รวมถึงเวลา ความพยายามในการใช้ความคิด และการก่อพฤติกรรม ซึ่งจะต้องจ่ายพร้อมราคาของสินค้าที่เป็นตัวเงิน การตั้งราคาค่าบริการ มีการเรียกราคาของบริการได้หลายแบบและราคาที่ตั้งขึ้นสำหรับคิดค่าบริการ มันได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมต้นทุนและสร้างกำไร เนื่องจากบริการมองไม่เห็น การตั้งราคาบางส่วนต้องให้ผู้ขายและผู้ซื้อเข้าใจว่ามีอะไรบ้างรวมอยู่ในสิ่งที่เขากำลังซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน การตั้งราคามีอิทธิพลต่อการที่ผู้ซื้อจะรับรู้บริการด้วยลูกค้ามีเกณฑ์ในการตัดสินคุณภาพน้อยเกณฑ์เขาจะประเมินบริการด้วยราคาเนื่องจากบริการยากที่จะประเมินราคา จึงมักมีบทบาทสำคัญในการรับรู้คุณภาพ

3. ช่องทางการให้บริการ (Place) เป็นกระบวนการการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้บริ โภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการการให้บริการ กลยุทธ์การให้บริการ เป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาจัดให้มีประสิทธิภาพทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพของบริการและสิ่งที่ลูกค้าให้คุณค่า นักการตลาดจะจัดการให้มีการรับบริการได้โดยสะดวกให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารการตลาดที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย การส่งเสริมการตลาดบริการ สิ่งหนึ่งที่ทำการสื่อสารการตลาดของบริการก็คือ การที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย ความไม่มีตัวตนของบริการทำให้เป็นไปได้ที่จะมีประสบการณ์ก่อนที่ทำการซื้อ ดังนั้น การส่งเสริมการตลาดบริการจำเป็นต้องอธิบายว่าบริการคืออะไร และให้คุณประโยชน์แก่ผู้ซื้ออย่างไร

5. บุคคล (People) หรือพนักงานผู้ให้บริการ ลักษณะที่แตกต่างของบริการอันดับหนึ่งคือ การผลิตและการบริโภคจะเกิดขึ้นในขณะเดียวกัน ไม่สามารถแยกผู้ให้และผู้รับบริการออกจากกันได้ คนจึงหมายถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในการนำเสนอบริการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้าได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการลูกค้า และลูกค้าอื่นในระบบการตลาดบริการ นอกจากนี้บุคลิกภาพ การแต่งกาย ทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงาน ย่อมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ในการบริการของลูกค้า รวมถึงการปฏิบัติต่อลูกค้าคนอื่นๆ หรือการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างลูกค้ากับลูกค้าด้วยตนเอง

6. สิ่งที่น่าเสนอทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence) เนื่องจากบริการเป็นข้อเสนอที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องได้จึงต้องทำให้ข้อเสนอของการบริการเป็นรูปธรรมที่ลูกค้าเห็นได้ชัดเจน สิ่งนำเสนอทางกายภาพนี้เป็นสภาพแวดล้อมทั้งหมดในการนำเสนอบริการ และสถานที่ซึ่งกิจการกับลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กันรวมถึงส่วนประกอบใดก็ตามที่เห็นได้

ชัดเจน ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานหรือในการสื่อสารงานบริการสิ่งซึ่งแสดงให้ลูกค้าเห็นบริการได้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ ป้ายแผ่นโฆษณา ของกระดาษจดหมาย รถให้บริการ และความสะอาดของอาคารสถานที่ เป็นต้น

7. กระบวนการ (Process) คือ ระเบียบวิธี (Procedures) กลไก (Mechanisms) และการเคลื่อนย้าย (Flow) ของกิจกรรมซึ่งเกิดขึ้นทั้งในระบบการนำเสนอ และปฏิบัติงานบริการเนื่องจากกระบวนการของบริการมีความสลับซับซ้อน จึงมีความจำเป็นต้องผนวกกระบวนการเหล่านี้เข้าด้วยกัน เพื่อให้การทำงานของกระบวนการเป็นไปโดยราบรื่น สามารถตอบสนองความต้องการตามคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวังได้ (อคุศลย์ จาตุรงค์กุล 2543: 312-314)

ส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 P's ดังกล่าวข้างต้น ทุกตัวล้วนมีความสำคัญอย่างยิ่งจะขาดตัวใดตัวหนึ่งไปไม่ได้ สำหรับการประกอบการผู้ค้าปลีกของตำบลบ้านสิงห์ ผู้ประกอบการมีหน้าที่ให้บริการส่งมอบบริการให้ลูกค้า ด้วยการเชื่อมโยงส่วนประสมการตลาดให้กลมกลืนกันให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

5. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค คือ พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้ การประเมินผล หรือการจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ สำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าว จะอยู่ที่กิจกรรมหลัก 3 ประการคือ

การจัดหา (Obtaining) หมายถึงกิจกรรมต่างๆที่คนนำไปสู่การซื้อหรือได้มาซึ่งรับสินค้าและบริการมาใช้ กิจกรรมนับตั้งแต่การแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ซึ่งรวมไปถึงการเปรียบเทียบสินค้าและบริการแต่จนถึงการตกลงใจซื้อ ทั้งนี้วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจะต้องสนใจและพิจารณาด้วยพฤติกรรมอย่างไร

การบริโภค (Consuming) หมายถึงการติดตามดูว่าผู้บริโภคนั้นทำการใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ ที่ไหน อย่างไร ภายใต้สถานการณ์อย่างไร รวมตลอดไปถึงการดูด้วยว่า การใช้สินค้านั้นทำไปเพื่อความสุขอย่างครบเครื่องสมบูรณ์แบบ หรือเพียงเพื่อความต้องการขั้นพื้นฐานเท่านั้น

การกำจัดหรือทิ้ง (Disposing) หมายถึงการติดตามดูว่า ผู้บริโภคใช้สินค้าหรือบริการและหีบห่อของสินค้าหมดไปอย่างไร โดยติดตามดูพฤติกรรมผู้บริโภคที่ดำเนินไป และที่กระทบต่อสภาพแวดล้อมรอบตัวด้วย รวมไปถึงการดำเนินการโดยวิธีอื่นกับสินค้าหรือบริการที่ใช้แล้ว

ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล

ทำให้การตัดสินใจซื้อและใช้บริการของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ โดยที่เราสามารถแบ่งปัจจัยที่จะมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ออกเป็น 2 ประการ ได้แก่

ปัจจัยภายใน (Internal Factors) ที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล ในด้านความคิดและการแสดงออก ซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่างๆ โดยที่ปัจจัยภายในประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการ หรือความปรารถนา แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทักษะ การรับรู้

ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (wants) และความปรารถนา (Desires) ความจำเป็น ความต้องการ และความปรารถนา เป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันและสามารถใช้แทนกันได้ ซึ่งเราจะใช้คำว่าความต้องการในการสื่อความเป็นส่วนใหญ่ โดยที่ความต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใดของบุคคลจะเป็นจุดเริ่มต้นของความต้องการในการใช้สินค้าหรือบริการ คือ เมื่อเกิดความจำเป็นหรือความต้องการ ไม่ว่าจะในด้านร่างกายหรือจิตใจนั้น บุคคลก็จะหาทางที่จะสนองความจำเป็นหรือความต้องการนั้นๆ เราอาจจะกล่าวได้ว่า ความต้องการของมนุษย์ หรือความต้องการของผู้บริโภคเป็นเกณฑ์สำหรับการตลาดยุคใหม่ และเป็นปัจจัยสำคัญของแนวความคิดทางการตลาด (Market concepts)

แรงจูงใจ (Motive) เมื่อบุคคลเกิดปัญหาทางกายหรือในจิตใจขึ้น และหากปัญหานั้นไม่รุนแรงเขาอาจจะปล่อยวาง ไม่คิด ไม่ใส่ใจ หรือไม่ทำการตัดสินใจใดๆ แต่หากปัญหานั้นๆ ขยายตัวหรือเกิดความรุนแรงยิ่งขึ้น เขาก็จะเกิดแรงจูงใจในการพยายามที่จะแก้ไขปัญหานั้นๆ ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญที่เรา ต้องศึกษาถึงความต้องการ และความคิดของผู้บริโภค เพื่อที่จะสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคให้ได้

บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นมาจากความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจต่างๆ ระยะเวลาและแสดงออกมาในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดรูปแบบในการสนอง (Reaction) ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นลักษณะการตอบสนองในรูปแบบที่คงที่ต่อตัวกระตุ้นทางสภาพแวดล้อม เช่น ผู้ที่มีลักษณะเป็นผู้นำจะแสดงออก หรือตอบสนองต่อปัญหาด้วยความมั่นใจ และกล้าแสดงความคิดเห็นมีความเป็นตัวของตัวเองสูง ในขณะที่ผู้ที่ขาดความมั่นใจในตนเองไม่กล้าเสนอแนะความคิดเห็นและรับอิทธิพลจากผู้อื่นได้ง่าย จะมีลักษณะเป็นคนที่ชอบตามผู้อื่น

ทัศนคติ (Attitude) เป็นการประเมินความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล โดยทัศนคติจะมีผลต่อพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคล ดังนั้น เมื่อเราต้องการให้บุคคลใดๆ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เราจะต้องพยายามที่จะเปลี่ยนทัศนคติของเขา ก่อน แต่ในความเป็นจริง ทัศนคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นในจิตใจ ดังนั้น การปรับตัวให้

เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภค ข้อมกระทำได้ง่ายกว่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งต้องใช้ความเข้าใจ แรงพยายาม และระยะเวลาดำเนินการที่ยาวนาน

การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดหรือการกระทำของบุคคลอื่น ก้าวแรกของการเข้าสู่ความคิดในการสร้างความต้องการแก่ผู้บริโภค คือ ต้องการให้เกิดการรับรู้ก่อน โดยการสร้างภาพพจน์ของสินค้าหรือองค์การให้มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นการสร้างการยอมรับได้เท่ากับเป็นการสร้างยอดขายนั่นเอง

การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลทั้งที่เกิดจากการรับรู้และประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งจะเป็นการเปลี่ยนแปลงและคงอยู่ในระยะยาว ดังนั้น หากมีการรับรู้ แต่ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างค่อนข้างคงที่ ก็ยังไม่ถือว่าเป็นการเรียนรู้

ปัจจัยภายนอก (External Factors) หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคลซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจัยแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ ได้แก่

1. สภาพเศรษฐกิจ (Economy) เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อ (purchasing power) ของผู้บริโภค ทั้งในรูปของตัวเงินและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

2. ครอบครัว (Family) การเลี้ยงดูในสภาพครอบครัวที่แตกต่างกันส่งผลให้บุคคลมีความแตกต่างกัน เช่น การตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากครอบครัว ซึ่งครอบครัวจะมีผลต่อพฤติกรรมบุคคลได้สูงกว่าสถาบันอื่นๆ เนื่องจากบุคคลจะใช้ชีวิตในวัยเด็ก ซึ่งเป็นวัยซึมซับและเรียนรู้ลักษณะอันจะก่อให้เกิดเป็นนิสัยประจำ (Habits) ของบุคคลไปตลอดชีวิต เป็นต้น

3. สังคม (Social) กลุ่มสังคมนั้นๆ ตัวของบุคคลมีผลต่อการปรับพฤติกรรมของบุคคลให้เป็นในทิศทางเดียวกัน เพื่อการยอมรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม หรือที่เรียกว่า กระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyles) ค่านิยมของสังคม (Social Values) และความเชื่อ (Believes) ทำให้ต้องศึกษาถึงลักษณะของสังคม เพื่อจะทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลของสังคมที่มีต่อการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ โดยเฉพาะบรรทัดฐาน (Norms) ที่สังคมกำหนด

4. วัฒนธรรม (Culture) เป็นวิถีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดีงามและยอมรับปฏิบัติมา เพื่อให้สังคมดำเนินและมีพัฒนาการไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรม เพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดยวัฒนธรรมเป็นกลุ่มของค่านิยมพื้นฐาน (Basic values) การรับรู้ (Perception) ความต้องการ (Wants) และพฤติกรรม

(Behaviors) จึงเป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิต (Lifestyles) ที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับ ประกอบด้วย ค่านิยมการแสดงออก ค่านิยมในการใช้ชีวิตหรือสิ่งของ หรือแม้กระทั่งวิถีคิด ก็เป็นวัฒนธรรมด้วย

5. การติดต่อธุรกิจ (Business Contact) หมายถึง โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้าหรือบริการนั้นๆ สินค้าตัวใดที่ผู้บริโภคได้รู้จักและพบเห็นบ่อยๆ ก็จะมีความคุ้นเคย ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีความไว้วางใจและมีความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น ดังนั้นธุรกิจจึงควรเน้นในเรื่องของการทำให้เกิดการพบเห็นในตราสินค้า (Brand Contact) นำสินค้าเข้าไปให้ผู้บริโภคได้พบเห็น ได้รู้จัก สัมผัส ได้ยิน ได้ฟังด้วยความถี่สูง การสร้างให้บุคคลเกิดการเปิดรับ (Exposure) มากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ได้ประโยชน์มากขึ้นเท่านั้น ตามหลักจิตวิทยาที่มีอยู่ว่าความคุ้นเคยนั้นก่อให้เกิดความรัก

6. สภาพแวดล้อม (Environment) การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น ความปรวนแปรของสภาพอากาศ การขาดแคลนน้ำหรือเชื้อเพลิง ผลกระทบของปรากฏการณ์ EI Ninyo และ La Nima เป็นต้น ส่งผลให้การตัดสินใจของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน

จะเห็นว่าปัจจัยแวดล้อมภายนอกจะมีความสำคัญและอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ เพียงแต่องค์ประกอบแต่ละตัวจะมีความรุนแรง และผลกระทบในมิติที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงควรที่จะต้องตื่นตัวและตระหนักถึงความสำคัญโดยติดตามตรวจสอบและวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อสินค้าและบริการของอย่างต่อเนื่อง (เสรี วงษ์มณฑา 2548 :32-46)

กลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ในยุคหน้ายังมีอีกมาก ดังนั้น นักการตลาดจะต้องทำหน้าที่แสวงหาเครื่องมือทางการตลาดใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ทดแทนกลยุทธ์เดิมๆ ที่ใช้กันอยู่ในวันนี้ เมื่อโลกเปลี่ยนไป กลยุทธ์ที่คิดไว้อาจใช้ไม่ได้สำหรับพรุ่งนี้ ดังนั้น การที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จ ผู้บริโภคถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญอันดับต้น ที่ผู้ประกอบการต้องนำมาพิจารณาตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่กล่าวมาข้างต้น ในการกำหนดตัวสินค้าในรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มใหญ่ของลูกค้าที่เป็นทางเลือก ในแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวกับลูกค้าเป้าหมายที่วางไว้ กลุ่มผู้บริโภคในส่วนของการประกอบการตุ๊กตาผ้ามีความหลากหลาย ปัจจัยพื้นฐานเบื้องต้นที่น่าจะเป็นตัวกำหนดความต้องการของผู้บริโภค การติดต่อธุรกิจ ผู้บริโภคมีโอกาสพบเห็นสินค้า สินค้าตัวใดที่ผู้บริโภคได้รู้จักและพบเห็นบ่อยๆ ก็จะมีความคุ้นเคย ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีความไว้วางใจและมีความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตรร่า เหลืองอ่อน (2543) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การสนับสนุนด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพบว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะประเภทธุรกิจการค้า ที่เริ่มต้นการทำธุรกิจในลักษณะการเป็นแบบเก่าแก่มาก่อนทำให้การดำเนินงานและการจัดการด้านต่างๆ ขาดมาตรฐาน การดำเนินงานทำอย่างไม่มีแบบแผนที่ชัดเจน ไม่มีการควบคุมอย่างมีระบบส่งผลให้ไม่มีประสิทธิภาพในการบริหารการเงิน และระบบการบัญชี จึงขาดข้อมูลงบการเงินที่น่าเชื่อถือจึงทำให้เกิดปัญหาในการขอรับการสนับสนุนด้านการเงินจากทางภาครัฐ นอกจากนี้ยังพบอีกว่าการขาดสภาพคล่องทางการเงินถือเป็นอุปสรรคอย่างมากต่อการพัฒนาการเจริญเติบโตของธุรกิจ เนื่องจากทุนนับเป็นปัจจัยในการดำเนินงานและพัฒนาทั้งทางด้านการบริหารการจัดการ การตลาด หรือเทคโนโลยีการผลิต เป็นต้น

สุนทร อัจฉริ (2544) การศึกษาเรื่อง ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมในการจัดจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด : กลยุทธ์ในการดำเนินงาน และภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบ ลักษณะของภูมิความรู้ ความชำนาญและกลยุทธ์การค้าปลีกของผู้ประกอบการ ที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในการจัดจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการร้านค้าตัวแทนจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด ที่ประสบความสำเร็จมาก จำนวน 9 ราย ประสบความสำเร็จน้อยจำนวน 19 ราย และไม่ประสบความสำเร็จ จำนวน 9 ราย รวมทั้งสิ้น 37 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้างเป็นรายบุคคลและแบบประเมินค่าด้วยตัวผู้ประกอบการ ในเรื่องกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่มีภูมิความรู้ ความชำนาญจากงานเดิมและใช้กลยุทธ์การค้าปลีกแบบการวางแผนเฉพาะส่วนสำคัญจะมีระดับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ

เจริญชัย ฉิมเนียม (2547) ศึกษาเรื่อง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ความว่า วิฤตการณ์เศรษฐกิจที่เกิดขึ้นกับประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมาได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดต่างๆ เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดใหญ่ที่ประสบปัญหาอย่างรุนแรง และส่งผลกระทบต่อวงกว้างทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม จากจุดนี้ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับความสนใจมากขึ้น เพราะถึงแม้ว่าจะได้รับผลกระทบไม่น้อย แต่ด้วยจำนวนที่มีมากมายและหลากหลายประเภท อีกทั้งมีความคล่องตัวทำให้ธุรกิจคงอยู่รอดมาได้ไม่น้อย หากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการแก้ไข โดยที่รัฐบาลมุ่งเน้นส่งเสริมหรือแก้ไขปัญหาให้ผ่อนคลาย จนสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันแล้ว วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะเป็นกลไกหลักสำคัญในการฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยให้มั่นคง

และยั่งยืนได้ในอนาคต การศึกษาพบว่า ภาครัฐบาลได้ให้การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยบรรจุนโยบายไว้ในส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นครั้งแรกในแผนฯ ฉบับที่ 4 (2520-2524) ซึ่งเป็นมาตรการหนึ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยที่ในแผนฯ ฉบับที่ 8 (2540-2544) ซึ่งภายหลังเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 นโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมเป็นอย่างมากและสืบเนื่องจากผลการส่งเสริมและสนับสนุนจากนโยบายของภาครัฐทำให้วิสาหกิจของประเทศไทยมีความเติบโตอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ โดยที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีขนาดเกือบครึ่งหนึ่งของวิสาหกิจโดยรวม นอกจากนี้ประเทศไทยยังเป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยมีจุดแข็งในหลายด้าน อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังประสบปัญหาในการดำเนินกิจการอยู่มากเช่นกัน โดยอาจเกิดจากนโยบายของรัฐที่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของภาคเอกชนได้ทั้งหมด และภาคเอกชนที่ยังขาดความรู้ความสามารถที่ทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนในการประกอบธุรกิจ ตลอดจนขาดเทคโนโลยีในการผลิตหรือบริการ ดังนั้น การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการแก้ไขอย่างบูรณาการทั้งก่อน นโยบายของภาครัฐและการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนำเศรษฐกิจของประเทศไทยให้มีความเจริญอย่างยั่งยืน

ทรงชัย บุญรุ่งเรือง (2548) ได้ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ กรณีศึกษา โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มอาชีพสตรีดอกไม้ประดิษฐ์” มีวัตถุประสงค์การศึกษาคือ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ของอาชีพสตรีดอกไม้ประดิษฐ์ 2) เพื่อศึกษาเครือข่ายการสื่อสารผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ของกลุ่มอาชีพสตรีดอกไม้ประดิษฐ์ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ของกลุ่มอาชีพสตรีดอกไม้ประดิษฐ์ประสบความสำเร็จ จากการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ของกลุ่มอาชีพสตรีดอกไม้ประดิษฐ์ประกอบไปด้วยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดคือ กลยุทธ์การสื่อสารด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การสื่อสารด้านบริการ กลยุทธ์การสื่อสารด้านราคา กลยุทธ์การสื่อสารด้านช่องทางการจำหน่าย และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดคือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขาย การขายตรงโดยบุคคล และการตลาดโดยตรง

กลยุทธ์พัฒนาสินค้า SMEs และ OTOP ให้ยั่งยืน (2549) ได้ศึกษาถึง “สินค้า SMEs และ สินค้า OTOP เป็นที่นิยมจากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ รัฐบาลถึงมีมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตและการส่งออกสินค้า OTOP ปัจจุบันสินค้า SMEs และ สินค้า OTOP ยัง

ต้องการการพัฒนาเพื่อให้สินค้ามีคุณภาพ อีกทั้งต้องปรับปรุงสินค้าให้มีความแปลกใหม่ ซึ่งจะมีการเพิ่มทางเลือกสินค้าให้กับลูกค้ามากขึ้น และเป็นที่ถูกใจของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าที่ยั่งยืน โดยจะกล่าวถึงกลยุทธ์ในการพัฒนาสินค้า SMEs และ สินค้า OTOP ให้ยั่งยืน 5 ประการ ได้แก่ 1) การพัฒนาคน 2) การมุ่งกำจัดจุดอ่อน หรือมุ่งพัฒนาจุดแข็ง 3) การจัดการห่วงโซ่อุปทานและลอจิสติกส์ 4) การเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยบรรจุภัณฑ์ และ 5) การสร้างพันธมิตร”

ธีรชัย สิงคเสลิต (2551) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาและพัฒนากลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและสาเหตุและผลกระทบของปัญหาที่มีต่อต้นทุนของกิจการ ตลอดจนการนำเสนอแนวทางการแก้ไขให้แก่บริษัทรวมถึงการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน จากการศึกษาโดยการใช้แนวคิดห่วงโซ่แห่งคุณค่ามาเป็นกรอบในการวิเคราะห์สาเหตุต่างๆ ที่ละปัจจัยในกระบวนการของการทำงานทั้งหมดของบริษัท ผู้ศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นได้แก่การขาดการวางแผนงานและประสิทธิภาพของการบริหารงานและเป็นจุดอ่อนของบริษัทต่อการแข่งขัน การตลาดและการขาย การจัดเก็บสินค้า การผลิต การส่งมอบสินค้า การบริหารจัดการด้านการเงิน ผู้ศึกษาได้เสนอแนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานด้วยการนำแนวคิดการบริหารจัดการและการจัดการด้านคุณภาพมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการทำงานในระยะสั้น การให้พนักงานมีส่วนร่วมในการรับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และนำเสนอการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ในระยะยาวได้นำเสนอแนวกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัทเพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขัน

นราเขต ยิ้มสุข (2552) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม : กรณีศึกษาธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ ในอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ รวมทั้งการสร้างสมการทำนายคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเป็นผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก จำนวนทั้งสิ้น 147 คน ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยการเลือกตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการที่ก่อตั้งและดำเนินกิจการมาไม่ต่ำกว่า 5 ปี และมีลูกจ้างไม่ต่ำกว่า 2 คน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการในด้านความต้องการความสำเร็จ ความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ และความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับสูง สำหรับความเชื่อ อำนาจในตน ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจและความคิดในเชิงนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ความสำเร็จของผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการประยุกต์แนวความคิด
ทฤษฎีต่างๆ ของนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดย่อม อันจะเป็นการส่งผลต่อการศึกษาวิจัย
เรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตุ๊กตาผ้าในตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัด
ราชบุรี ซึ่งประกอบไปด้วยรูปแบบของธุรกิจการประกอบการตุ๊กตาผ้า กลยุทธ์ที่ใช้ในการ
ประกอบการในด้านการตลาด การจัดการ การเงิน และการผลิต รวมทั้งศึกษาถึงคุณลักษณะของ
ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในเขตตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี



ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตู้กตาผ้า ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี มีความมุ่งหมายที่จะศึกษาการประกอบอาชีพหัตถกรรมพื้นบ้านคือ การทำตู้กตาผ้า โดยศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์ในการประกอบการ ในด้านของการบริหารจัดการ การตลาด การเงิน การผลิต รวมทั้งศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคและแนวการแก้ไขปัญหา แนวทางการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงเลือกรูปแบบและวิธีการวิจัยโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ(qualitative research) โดยวิธีการการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. พื้นที่ศึกษา

พื้นที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ สถานประกอบการตู้กตาผ้า ในเขตตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

2. ขั้นตอนการวิจัย

2.1 ค้นคว้าทางเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อของการค้นคว้าอิสระเพื่อประกอบเป็นข้อมูลนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

2.2 นำเสนอหัวข้อการค้นคว้าอิสระ

2.3 ศึกษาประวัติความเป็นมาของหัวข้อวิจัย กำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัย และประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

2.4 จัดทำแนวคำถามวิจัย ในการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

2.5 จัดเตรียมเครื่องมือและการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ทำการวิจัย

2.6 สัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง

2.7 รวบรวมข้อมูล ถอดเทปคำสัมภาษณ์

2.8 วิเคราะห์ข้อมูล

2.9 สรุปผลวิจัย

2.10 จัดทำรูปเล่มของการค้นคว้าอิสระ

3. วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ เป็นการเก็บข้อมูลภาคสนาม และเก็บข้อมูลจากเอกสารเป็นส่วนประกอบ เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษารูปแบบการเก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้ศึกษาใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ในระหว่างการเก็บข้อมูลผู้ศึกษาขอได้อนุญาตในการใช้เครื่องบันทึกเทป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ผู้ศึกษาจับประเด็นในการตอบสนองเพื่อนำมาจดบันทึกคำสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนหลังจากการเก็บข้อมูลแล้วผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้นำมาทำการเรียบเรียงและจัดหมวดหมู่ของคำสัมภาษณ์ที่ลักษณะเดียว กรอบแนวคำถามในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์อันประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล(ถ้าผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่ขัดข้อง) พร้อมทั้งป้อนคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับรูปแบบและกลยุทธ์การบริหาร การจัดการ ความสำเร็จและปัญหาอุปสรรค การปฏิบัติงาน ประเภทสินค้า กระบวนการวางแผนในการประกอบการ การสังเกตผลที่เกิดขึ้น และการประเมินผล เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์และนำเสนอผลการดำเนินการศึกษาต่อไป ความน่าเชื่อถือของแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ได้รับการตรวจสอบโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรและผู้ประกอบการตุ๊กตาผ้า คุณพิเชียร เชษฐะซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ศึกษา วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากหลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การบริหารจัดการ การประกอบตุ๊กตา

4.2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการในการบริหารจัดการ การประกอบการตุ๊กตาผ้าเป็นกิจกรรมในการมีส่วนร่วมของผู้ให้ข้อมูล เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ

4.3 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เป็นการเข้าไปอยู่ และปฏิบัติตนเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ศึกษาทำวิจัย ซึ่งเป็นการสังเกตด้วยตัวผู้วิจัยเอง โดยผู้วิจัยเลือกการมีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้สังเกต เข้าร่วมในกิจกรรม การเลือกชมสินค้าภายในร้านตุ๊กตา เลือกซื้อตุ๊กตาด้วยตัวผู้วิจัยเองเพื่อให้มีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

5. แหล่งข้อมูลวิจัย

ประชากรที่ศึกษา หรือกลุ่มผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย

5.1 กลุ่มผู้ประกอบการตุ๊กตาผ้า

5.1.1 เจ้าของสถานประกอบการตุ๊กตาผ้า คือผู้ที่เป็นเจ้าของร้าน ในส่วนของโรงงานผลิต และหน้าร้านขายตุ๊กตา

5.1.2 กลุ่มผู้ผลิตรายย่อย หรือผู้รับจ้างทำของ และพนักงานภายในร้าน

5.2 กลุ่มผู้ซื้อสินค้า กลุ่มผู้ค้าปลีกและกลุ่มผู้ค้าส่ง

6. ระยะเวลาที่ใช้ในการทำวิจัย

ระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2553 ถึงเดือนพฤษภาคม 2553 รวมระยะเวลาที่ทำการวิจัยประมาณ 4 เดือน

7. แผนภูมิรายละเอียด ระยะเวลาทำการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงระยะเวลาทำการวิจัย

ช่วงเวลาที่ใช้	กุมภาพันธ์				มีนาคม				เมษายน				พฤษภาคม			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. การร่างเค้าโครงการวิจัย	←		→													
2. พบอาจารย์เพื่อขอคำแนะนำ	←															→
3. ขออนุมัติโครงการวิจัย					←	→										
4. ค้นหาข้อมูล เก็บข้อมูล	←							→								
5. จัดทำรูปเล่ม (3 บท)					←	→										
6. สร้างแนวคำถาม							←	→								
7. ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล									←	→						
8. ประมวลวิเคราะห์ผลข้อมูล											←	→				
9. เขียนรายงานการวิจัย													←	→		
10. รายงานผลการวิจัย															←	→
11. ผลงานวิจัยฉบับสมบูรณ์																↔

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการวิเคราะห์ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เรื่อง “รูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตุ๊กตาผ้า ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี” ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมของผู้ทำวิจัย ถึงกระบวนการการทำงานของการประกอบการตุ๊กตาผ้า ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

จากนั้นนำมาวิเคราะห์รูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตุ๊กตาผ้า รวมถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบการธุรกิจรวมถึงวิธีการแก้ปัญหาสำหรับการประกอบการ

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในบทนี้ จึงแบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ประวัติความเป็นมาของเจ้าของกิจการตุ๊กตาผ้าบ้านสิงห์

ตอนที่ 2 วิเคราะห์รูปแบบการประกอบการตุ๊กตาผ้า

ตอนที่ 3 วิเคราะห์กลยุทธ์การประกอบการตุ๊กตาผ้า

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข จากการประกอบการตุ๊กตาผ้า

รายละเอียดการวิจัยแต่ละส่วนสามารถอธิบายได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ประวัติความเป็นมาของเจ้าของกิจการตุ๊กตาผ้าบ้านสิงห์

ประวัติผู้บริหารศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว คือ คุณพิเชียร เชษฐะ ซึ่งเป็นเจ้าของสถานประกอบการ คุณพิเชียร เกิดวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2492 สมรสกับคุณแก้ว เชษฐะ เมื่อพ.ศ. 2514 มีบุตร 2 คน คือ คุณเพชรรัตน์ เชษฐะ และ คุณสาริษฐา เชษฐะ

วุฒิการศึกษา ประกาศนียบัตรวิชาการศึกษา (ป.กศ.) จากโรงเรียนฝึกหัดครูเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี เมื่อพ.ศ. 2509 ประโยคครูพิเศษมัธยม (พ.ม.) เมื่อพ.ศ. 2516ศึกษาศาสตร์บัณฑิต (ศษ.บ.)จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชเมื่อ พ.ศ. 2528

อดีตข้าราชการครู โรงเรียนบ้านหนองขวาง (ก.ร.ป.กลาง-อุปถัมภ์) หมวดการศึกษา อำเภอโพธาราม ส่วนการศึกษาจังหวัดราชบุรี พ.ศ. 2512 อดีตข้าราชการครูโรงเรียนชุมชน วัดกำแพงใต้ สังกัดเดิมเปลี่ยนมาเป็น สำนักงานการประถมศึกษาอำเภอโพธาราม สำนักงานการ

ประถมศึกษาราชบุรี สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ อดีตผู้ช่วยผู้อำนวยการ โรงเรียนชุมชนวัดกำแพงใต้ จนกระทั่งเกษียณอายุราชการก่อนกำหนด พ.ศ. 2543 ปัจจุบันดำรง ตำแหน่งข้าราชการบำนาญและเจ้าของศูนย์หัตถกรรมท้องถิ่นพิเชียรแก้ว

ตำแหน่งทางสังคม เป็นที่ปรึกษาจิตติมศักดิ์ ประจำคณะกรรมการการศึกษาศาสนา และวัฒนธรรม วุฒิสภา ประธานกรรมการวัดกำแพงใต้ พ.ศ. 2543 ประธานกรรมการ สถานศึกษา ขึ้นพื้นฐาน โรงเรียนชุมชนวัดกำแพงใต้ พ.ศ. 25454 รองประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยาลัยเทคนิค โพธาราม อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี พ.ศ. 2545 กรรมการที่ปรึกษา โรงเรียนโพธารามพัฒนาเสนา อำเภอโพธาราม ปี พ.ศ. 2542 ประธานนักเรียนฝึกหัดครูเพชรบุรี รุ่นที่ 12 ประจำจังหวัดราชบุรี พ.ศ. 2544 ประชากรหมู่บ้าน บำนาญ อำเภอโพธาราม พ.ศ. 2546 นายสมาคมผู้ปกครอง วิทยาลัยเทคนิคโพธาราม พ.ศ. 2546 ประธานที่ปรึกษากลุ่มหัตถกรรมตุ๊กตาจังหวัดราชบุรี

สิ่งที่ยึดมั่นสูงสุดของคุณพิเชียร คือ ชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์โดยเฉพาะฝึกฝน และปฏิบัติ ตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา อย่างเคร่งครัด ปฏิบัติมานานกว่า 30 ปี มีกรอบ แนวคิด ว่าคนเรา ดีและรวยเพียงคนเดียวไม่ได้ เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคมต้องใช้ชีวิตร่วมกัน ในสังคม ดังนั้นต้องทำให้สิ่งแวดล้อมของตัวเราเจริญขึ้น ร่ำรวยขึ้นหรืออย่างน้อยก็ช่วยให้คน ในชุมชนช่วยเหลือตัวเองได้ สังคมและประเทศชาติจึงอยู่รอดตลอดไปได้อย่างแท้จริง

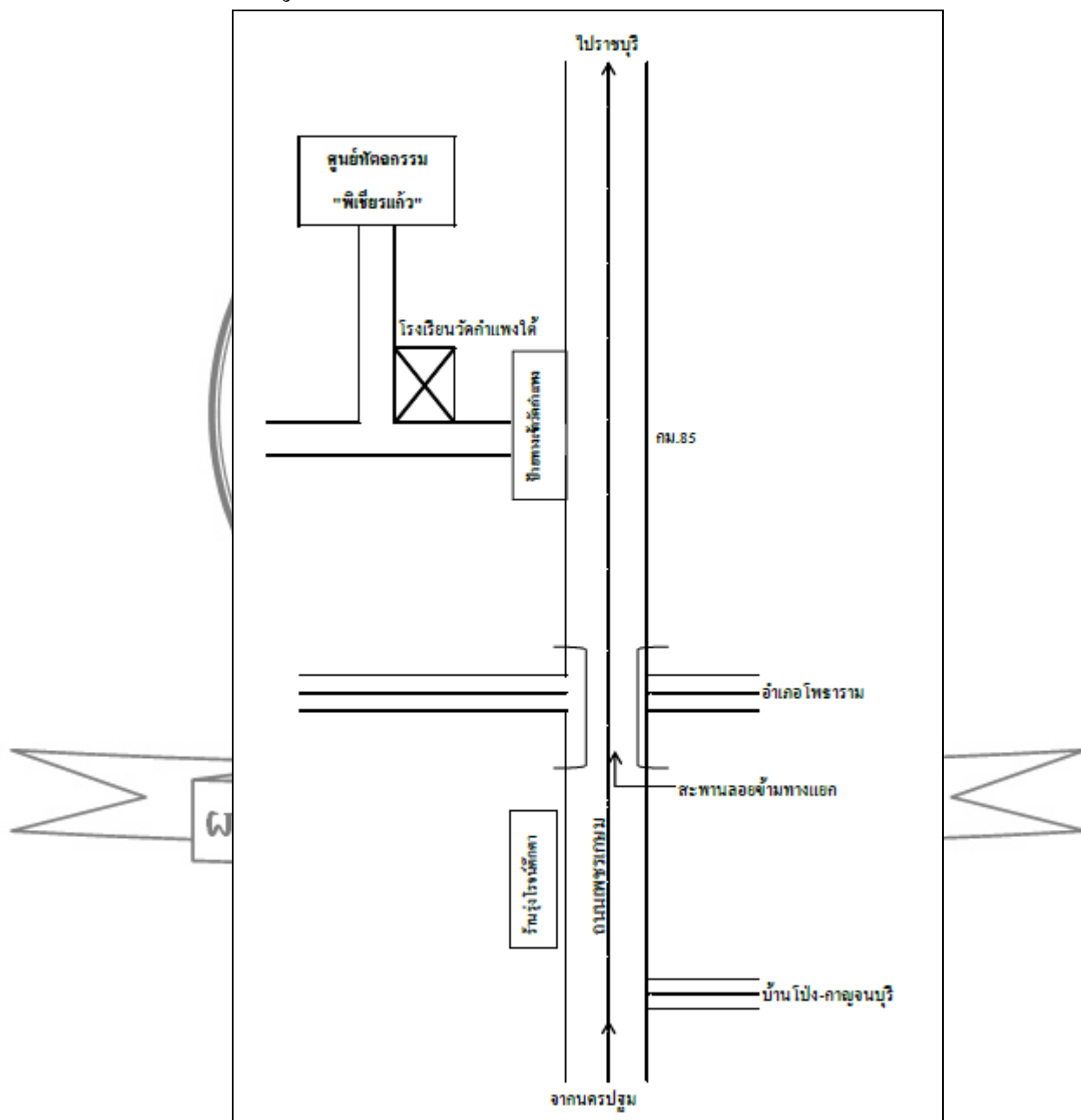
แนวทางปฏิบัติของคุณพิเชียรคือเผยแพร่งานอาชีพที่ตนเองถนัด ให้กับผู้ที่สนใจ สนับสนุนทั้งด้านสติปัญญา และทุนทรัพย์ในการสร้างบุคลากร ที่มีคุณภาพออกสู่สังคมร่วมกับ หน่วยงาน องค์กร ทั้งทางภาครัฐและเอกชนในการร่วมมือสร้างสรรค์สังคมทุกด้าน ทุกวิถีทาง ที่สามารถกระทำได้ ทั้งนี้ เพื่อบรรลุเป้าหมาย อันพึงปรารถนาของสังคมโดยรวมต่อไป

ที่ตั้ง ศูนย์หัตถกรรมท้องถิ่น “พิเชียร-แก้ว” เลขที่ 65/2 หมู่ที่ 9 ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี 70120 โทรศัพท์ (032)356058,(089)7418798 โทรสาร (032)232533

เส้นทางเดินทางสู่แหล่งผลิตตุ๊กตาชุมชนดั้งเดิมบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัด ราชบุรี ใช้เส้นทางไปตามถนนเพชรเกษมช่วงผ่านอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี มีร้านตุ๊กตาฝ้าย นานาชนิดหลากหลายรูปแบบ ตั้งเรียงรายอยู่ริมถนนเพชรเกษม เริ่มมีร้านขายตุ๊กตาก่อนถึงทางแยก เข้า อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี ร้านแรกที่อยู่ริมถนนด้านขวาออกจากกรุงเทพมหานคร ชื่อร้าน “รุ่งโรจน์ตุ๊กตา” มีคุณไพโรจน์ แก้วกิตติวัฒน์ เลขานุการนายกเทศมนตรี เป็นทั้งเจ้าของกิจการ และผู้บริหารควบคู่กัน ลักษณะของธุรกิจในรูปแบบของธุรกิจขนาดย่อม และมีร้านค้าต่อเนื่องไป เป็นระยะๆ จนเกือบสิ้นสุดอำเภอโพธาราม เล็กใหญ่ มากกว่า 10 ร้าน ความน่าสนใจของการทำ วิจัยนี้ ผู้วิจัยได้พบกับผู้ที่ถือได้ว่าเป็นต้นแบบรายแรกของการผลิตตุ๊กตาในเขตบ้านสิงห์ คือศูนย์

หัตถกรรมท้องถิ่นพิเชียรแก้ว มีอาจารย์พิเชียร เศษฐะ เป็นทั้งเจ้าของกิจการ และผู้บริหารควบคู่ไปด้วยเช่นเดียวกัน

เส้นทางการเดินทาง ศูนย์หัตถกรรมท้องถิ่นตั้งอยู่ริมถนนเพชรเกษมหลักกิโลเมตรที่ 85 แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าถนนวัดกำแพงใต้ สถานประกอบการอยู่ติดกับโรงเรียนวัดกำแพงใต้เส้นทางคมนาคมใช้การสัญจรทางรถยนต์เข้าถึงได้



ภาพที่ 1 แผนที่เส้นทางเดินทางถนนเพชรเกษม

จุดเริ่มต้นการทำตุ๊กตา

การเริ่มทำตุ๊กตาผ้าอาศัยแนวความคิดจากสิ่งที่อยู่รอบตัว และจากความรู้เดิมในเรื่องของการตัดเย็บผ้า จากรูปแบบที่มีอยู่จากสุนัขพันธุ์เทอเลีย เป็นแนวคิดเริ่มแรก ตุ๊กตาบ้านสิงห์ตัวแรก จึงกำเนิดขึ้นเป็นรูปตุ๊กตาสุนัข

มองเห็นผ้าปูหน้ารถก็เปิดความคิดว่าถ้าเราเอาผ้าปูหน้ารถที่มีลักษณะเหมือนขนสัตว์นี้ไปทำสุนัขขาย คงขายดี จึงเที่ยวหาซื้อผ้าตามร้านประดับยนต์ ตอนนั้นมีราคาแพงมาก อุปกรณ์และวัสดุต่างๆ ก็หายาก เพราะยังไม่มีใครทำต้องตระเวนหาในกรุงเทพฯ ด้วยความยากลำบาก คุณแก้วเป็นผู้ออกแบบเอง(พิเชียร เภฏฐะ 2553)

การทำเริ่มจากการทำเพียงสองคนกับคุณแก้ว ผมเป็นคนวาดและตัด คุณแก้วเป็นคนเย็บและผมเป็นคนขัด คุณแก้วเป็นคนแต่ง(พิเชียร เภฏฐะ 2553)

ตัวแรกที่ทำออกมาดูไม่จัดเลย ขนของมันชี้ไปคนละทิศละทางหางหูดูไม่เป็นธรรมชาติ จึงช่วยกันแก้ไขแบบใหม่ ให้ขนชี้เป็นธรรมชาติ ปรากฏว่าขายดีมาก ทำออกไม่ทันขาย พ่อค้าแม่ค้ามารับถึงบ้าน เข้าคิวรอกันยาวเหยียด(แก้ว เภฏฐะ 2553)

ตอนที่ 2 รูปแบบการประกอบการตุ๊กตาผ้า

ศูนย์หัตถกรรมท้องถิ่นพิเชียร-แก้ว จัดเป็นธุรกิจขนาดย่อม ที่อยู่ในภาคการค้าและการผลิต โครงสร้างขององค์กรแบบง่ายๆ สายการบังคับบัญชาสั้นๆ ช่องทางการติดต่อสื่อสารในแนวระดับ อำนาจการตัดสินใจอยู่ที่ผู้ประกอบ ระบบการควบคุมแบบไม่เป็นทางการ ลักษณะการออกแบบผลิตภัณฑ์ใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของของตัวผู้ประกอบการและบุคคลในครอบครัวเป็นหลัก

รูปแบบการบริหารจัดการของทางร้าน ผมเป็นคนควบคุมในทุกเรื่องด้วยตัวเอง ไม้ว่าเป็นเรื่องกระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพของสินค้า ผมและภรรยาดูแลเองทุกเรื่อง (พิเชียร เภฏฐะ 2553)

เพื่อแสดงให้เห็นถึงระบบกระบวนการผลิต จนถึงการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ภายในกิจการ โดยข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากเจ้าของกิจการตุ๊กตาผ้ามีดังนี้

วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตตุ๊กตาผ้า ผ้าขนสัตว์ เดิมนำมาจากประเทศไต้หวัน ซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ต่อมาศูนย์หัตถกรรมท้องถิ่นพิเชียรแก้ว จึงตั้งโรงงานผลิตผ้าขนขึ้น โดยมีจำนวนเครื่องจักรทอไม่มากนัก เมื่อประมาณปี 2528 ตุ๊กตาผ้าในเขตบ้านสิงห์ มีผู้ผลิตแพร่หลายมากขึ้นและขยายวงกว้างออกไปทั่วอำเภอโพธาราม จำนวนผ้าขนสัตว์จึงไม่เพียงพอแก่ความต้องการ จำนวนโรงงานผลิตผ้าขนสัตว์จึงขยายมากขึ้นตามไปด้วย ปัจจุบันโรงงานนี้มีเครื่องจักรทอผ้าถึง 200 เครื่อง ซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการ ผู้ลงทุนภาคเอกชนอื่นๆ มองเห็นความต้องการของตลาด จึงจัดตั้งโรงงานผลิตผ้าขนสัตว์ขึ้นอีก ปัจจุบันโรงงานใหญ่ตั้งขึ้นอีกหลายโรงงาน และยังมีการสั่งผ้าขนสัตว์เข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี และไต้หวัน อีกจำนวนหนึ่งเพื่อป้อนโรงงานผลิตตุ๊กตาตามที่ถูกค้าต่างประเทศได้สั่งและกำหนด

ผ้าที่ใช้ผลิตกันส่วนใหญ่แยกเป็น ผ้าชนิดขนแกะ คือ ผ้าขนที่มีขนปุยสวยงามเหมือนของจริง มีความนุ่ม มีราคาแพง เมื่อทำเป็นตุ๊กตารูปสัตว์แล้วดูเหมือนของจริงมาก ผ้าชนิดขนธรรมดา คือ ผ้าขนสัตว์ที่มีความปุยลดน้อยลงกว่าชนิดขนแกะ และมีราคาถูกกว่า แต่เป็นมันเงา และมีสีสรรสวยงาม สีส่วนใหญ่เป็นสีสดๆ ผ้าชนิดขนไฮไฟน์ คือ ผ้าขนที่มีความมัน และสปริงตัวดีมาก ซึ่งสามารถสังเกตเห็นได้จาก เมื่อเขย่าหรือสะบัดผ้า ขนของผ้าฟูขึ้นมาทันที ทำให้ตุ๊กตาที่ผลิตด้วยผ้าชนิดนี้มีความสวยงามมาก การเลือกชนิดผ้าควรดูความเหมาะสมของขนาดความยาวของขนและชนิดของผ้าให้ใกล้เคียงกับธรรมชาติมากที่สุด ทำให้ตุ๊กตาที่ผลิตออกมาสวยเหมือนของจริง

วัสดุที่ใช้ใส่เข้าไปภายในตัวตุ๊กตา มีหลายประเภท เช่น โยสังเคราะห์ Polyester มีลักษณะนิ่ม สปริงตัวคล้ายฟองน้ำ มีสีขาว น้ำหนักเบา ราคาสูง คุณภาพความนุ่ม การสปริงตัวก็ลดหลั่นกันลงไป โยูดจน เป็นขนซึ่งได้มาจากการทอผ้าขน มีน้ำหนักเบา ราคาปานกลาง โยลี เป็นโยที่ได้มาจากการนำเศษผ้าขนที่เหลือใช้ที่ได้จากการตัดตุ๊กตา มาเข้าเครื่องปั่นโยทำให้ได้เป็น โยลีออกมา โยชนิดนี้มีน้ำหนักมาก และราคาถูก โยฝ้าย ได้มาจากการปั่นเศษวัสดุที่เกิดจากการทอผ้า น้ำหนักมาก ราคาถูก โฟมเม็ดบดละเอียดใช้สำหรับขัดตุ๊กตาที่ต้องการ รูปทรงถาวร เช่น ลูกฟุตบอล ฟองน้ำ ได้มาจากการนำเอาเศษฟองน้ำที่เหลือใช้มาเข้าเครื่องปั่นให้เป็นชิ้นเล็กๆ ก็สามารถนำไปใช้ขัดตุ๊กตาได้

วัสดุตกแต่ง ที่ใช้ประกอบตัวตุ๊กตามีหลายชนิด เช่น

1. ดา มีหลายชนิด เช่น ดาแก้ว มีลักษณะใสคล้ายแก้วมีก้านสำหรับเสียบกับตุ๊กตา ปัจจุบันนิยมใช้พลาสติกแทน เพราะราคาถูก หาง่ายและมีความปลอดภัยสูงกว่าดาแก้วซึ่งมีลวดเสียบ ดากลึงมีลักษณะสามารถรอกกลิ้งไปมา มีตาต่ออยู่ข้างใน มีให้เลือกหลายขนาด ตากระดุม มีลักษณะเหมือนกระดุมสีดำ

2. จมูก มีหลายชนิด เช่น จมูกกลิ้ง จมูกหมา จมูกหมี จมูกสามเหลี่ยม มีทั้งชนิดมีก้าน และไม่มีก้าน มีขนาดเล็กใหญ่ให้เลือกตามต้องการ

3. ไหมพรมสีต่างๆ ใช้ในการถักปาก ถักขา หรือใช้ทำเป็นผม

4. ริบบิ้นผ้า สีต่างๆ มีหลายขนาดตั้งแต่ $\frac{1}{8}$ นิ้ว $\frac{1}{4}$ นิ้ว $\frac{1}{2}$ นิ้ว 1 นิ้ว ไปจนถึง 3 นิ้ว

5. สร้อย กระดิ่ง กระพรวน เชือกกรมสีต่างๆ เอ็ดไซ เอ็นด้า ใช้สำหรับทำหนด

6. กล้องเสียงเคยา เพื่อทำให้เกิดเสียงดัง กล้องเสียงระบบวงจรอิเล็กทรอนิกส์

7. ตัวบีบทำให้เกิดเสียงร้อง ใ้ส่ที่หางหรือหูเวลาบีบ มีเสียงร้องบี๊ดๆ ลักษณะเป็นตุกลมพลาสติกแบนๆ มีรูให้ลมผ่านลิ้นเสียง

8. ดอกไม้ ดอกไม้เป็นช่อเล็กๆ ที่เรานำมาเพื่อประกอบการตกแต่งประดับตัวตุ๊กตา ทำให้ตุ๊กตามีความสวยงามมากยิ่งขึ้น

การจัดซื้อ แหล่งผลิตแหล่งใหญ่ของตุ๊กตาผ้าอยู่ที่ชุมชนบ้านสิงห์และชุมชนใกล้เคียง ทำให้มีผู้ขายวัตถุดิบ นำสินค้ามาเสนอถึงแหล่งผลิตโดยตรง ผู้ประกอบการเลือกใช้กลยุทธ์การจัดซื้อจากหลายแหล่งหรือการจัดซื้อแบบคู่ขนานเพื่อการจัดส่งที่ทันเวลาและอำนาจต่อรองของผู้ซื้อที่สูงขึ้น

เรื่องการสั่งซื้อวัตถุดิบผมสั่งจากหลายที่ วัตถุดิบบางชิ้นมีเจ้าประจำมาส่ง ใช้

วิธีการ โทรสั่ง บางครั้งมีคนมาเสนอขายวัตถุดิบจากหลายที่มาก ผมเลือกที่ที่ราคาถูก และคุณภาพดีอยู่ในเกณฑ์ที่รับได้ และสามารถส่งของให้เราได้ตามเวลาที่เราต้องการ(ไพโรจน์ แก้วกิตติวัฒน์ 2553)

การออกแบบ การวางแผน ตลอดจนการปรับปรุงผลงานให้ดีขึ้น นับเป็นหลักการบริหารจัดการขั้นพื้นฐานที่ทุกการประกอบการต้องมีอยู่ในขั้นตอนการดำเนินการ การผลิตตุ๊กตาผ้าก็เช่นเดียวกัน มีขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้

การออกแบบ เลือกแบบ และทำแบบ โดยใช้กระดาษแข็งที่ใช้แล้วก็สามารถนำมาเขียนส่วนต่างๆ ของตุ๊กตาให้ครบชิ้นส่วนได้

นำแบบไปวาดลงบนพื้น หากเป็นผ้าขนยาว ต้องเขียนลูกศรลงในแบบเพื่อกำหนดคนให้ไปในทิศทางที่ต้องการให้เป็นธรรมชาติ

ตัดผ้าตามที่เราวาดไว้ด้วยมีดโกนหรือกรรไกรหรือใช้ความร้อนจากไฟฟ้าโดยเครื่องบล็อกร้อนหรือตัดด้วยบล็อกมีด ซึ่งใช้แรงอัดของเครื่องไฮดรอลิก

นำชิ้นส่วนต่างๆ ที่ตัดแล้วไปเย็บประกอบเข้าด้วยกัน เป็นตัว ซึ่งเรียกว่าเปลือก ปลิ้นเปลือกตุ๊กตาที่เย็บได้ แล้วยัดด้วยใยชนิดต่างๆ ต้องเลือกให้เหมาะสมกับชิ้นงานให้ได้รูปทรงที่สวยงาม บางแบบอาจต้องใส่เสียง เช่น กลองเสียง หรือตัวบีบเพื่อให้เกิดเสียงดัง

นำตุ๊กตาที่ยัดแล้วไปสอยปิดช่อง ตุ๊กตาบางแบบต้องใช้เข็มร้อยด้ายดึงหน้า ดึงขา ตบแต่งรูปทรงให้ดูน่ารัก

ขั้นตอนสุดท้าย คือการตกแต่งหน้าตา เลือกตา เลือกจมูก และส่วนประกอบอื่นๆ เช่น ปЛОกคอ ดอกไม้ โบว์ มาติด ประกอบให้ดูสวยงามน่ารัก ซึ่งในปัจจุบัน นอกจากมีกลองเสียง หรือตัวบีบ ใส่เข้าไปในท้องหรือที่หู หาง เพื่อให้เกิดเสียงดังอื่นๆ เวลาเขย่า หรือเกิดเสียงเวลาบีบ

แล้วยังมีระบบวงจรเสียงใช้พลังงานจากถ่านไฟฉายก้อนเล็ก 2 ก้อน มีเสียงสุนัข ช้าง เสือ แมว ไก่ แม่มด เด็กหัวเราะและเสียงเพลง โดยใส่ไว้ในท้องของตุ๊กตา ซึ่งเรียกว่า กลองเสียง ช้าง หันด้านลำโพงออกให้ติดกับผนังของตัวสัตว์ แต่ที่ตัวตุ๊กตาที่ต้องการใส่กลองเสียงชนิดนี้ ต้องเปิดช่องท้องติดซิปลไว้ เพื่อให้ลูกค้าเลือกว่าต้องการใส่กลองเสียงเป็นเสียงสัตว์ชนิดใด ระบบวงจรที่ทำให้เกิดเสียงนี้อาศัยความสั่นสะเทือน วงจรจึงทำงานเกิดเสียงดัง และหยุดอัตโนมัติ เมื่อดึงได้สัก 2-3 ครั้ง เมื่อประกอบส่วนต่างๆ เสร็จเรียบร้อยแล้ว บรรจุลงถุงแล้วนำส่งลูกค้าเพื่อจำหน่ายต่อไป

ขั้นตอนการผลิตตุ๊กตาของผู้รับจ้างผลิตรายย่อย เริ่มจากออกแบบตุ๊กตาหรือหาต้นแบบตุ๊กตาที่ต้องการผลิต หลังจากที่ได้แบบที่ต้องการก็ทำรูปแบบ ซึ่งตุ๊กตา 1 ตัว อาจมีแบบ 25-40 ชิ้น

นำแบบไปวางทาบบนผ้า วัดตามรอยจากนั้นก็ตัดตามรอยเส้น ซึ่งวิธีนี้เป็นวิธีที่ง่าย แต่ทำได้ช้า อีกวิธีทำได้โดยการนำแบบที่ได้ไปวางลงบนแผ่นกระเบื้องกันความร้อน จากนั้นตัดตามแบบ ใช้เส้นลวดกันความร้อนชนิดแบนติดตามขอบกระเบื้องกันความร้อนที่ตัดตามแบบ ล็อกติดเข้าด้วยกัน โดยใช้ลวดกันความร้อนเส้นเล็กเป็นตัวรัด เชื่อมต่อสายไฟที่ต้องไปเสียบเข้ากับหม้อแปลงไฟฟ้า ปรับแรงดัน สุดท้ายต่อด้ามจับด้วยไม้ วิธีการใช้ก็แค่เสียบปลั๊กไฟเข้ากับหม้อแปลงปรับแรงดันไฟฟ้า รอให้ลวดเกิดความร้อน จากนั้นป้อนลงบนผ้าวิธีนี้เป็นวิธีที่รวดเร็วในการตัดผ้า แต่ต้องใช้ทุนสูง โดยหม้อแปลงปรับแรงดันไฟฟ้ามีราคาอยู่ที่ประมาณ 12,000-13,000 บาท เมื่อได้ชิ้นส่วนตุ๊กตาทุกชิ้นครบ เย็บแต่ละชิ้นให้เรียบร้อย ขั้นตอนต่อไปก็คือการขัดใย ก่อนขัดใย ควรใช้ชิ้นส่วนที่แยกเย็บมาเย็บประกอบกันให้เรียบร้อย แล้วทำการขัดใย พร้อมตกแต่งภายนอก ให้เรียบร้อยการขัดใยใส่ในตัวตุ๊กตานั้นสามารถขัดด้วยมือได้สำหรับผู้ที่ยังไม่มีเงินทุนในการซื้อเครื่องขัดใย ส่วนเครื่องขัดใยนั้นมีราคาอยู่ที่ประมาณ 300,000 บาท คุณภาพตุ๊กตาที่ขัดใยด้วยเครื่องดีกว่าการใช้มือ จากนั้นก็ทำการเย็บปิดรูของตัวตุ๊กตาที่เป็นจุดขัดใย ก็เป็นอันเสร็จขั้นตอน พร้อมจำหน่าย

การทำตุ๊กตาในช่วงแรกๆ ยากมาก แต่เรารักชอบตุ๊กตา ก็เลยทำให้สนใจหาซื้อ มาแล้วก็แกะออกดูเป็นตัวอย่างตัดเป็นรูปแบบ และไปฝึกกับคนที่เขาทำเป็นมาก่อนพอเกิดความชำนาญแล้วทุกอย่างก็ทำง่ายขึ้น เห็นตัวอย่างก็ทำได้หมด (วิมล อิมเฮง 2553)

รูปแบบการจัดส่งสินค้า ตุ๊กตาบ้านสิงห์เป็นแหล่งผลิตที่มีชื่อเสียงไปทั่วประเทศ ผู้ค้าขายส่งหรือผู้ค้าปลีก รายย่อยต่างรู้จักผู้ผลิตที่บ้านสิงห์และมีการซื้อขายกันเป็นประจำ ส่วนมากผู้ซื้อมาที่ร้านจำหน่ายเพื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ๆ หากแต่รายใดที่เชื่อใจกันแล้วทางผู้ขายเลือกแบบจัดส่งให้ตามต้องการ โดยการจัดส่งคำนึงถึงความเหมาะสมของปริมาณสินค้ากับรถที่ส่งสินค้าไป ถ้าเป็นผู้ซื้อรายย่อยผู้ขายต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบในการรวมกันหลายๆ ราย ให้เต็มรถถึงส่งสินค้าทางผู้ซื้อต้องประมาณการระยะเวลาของสินค้าคงคลังของตนเอง กรณีนี้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายมีการค้าขายกันมาในระยะเวลาหนึ่งแล้ว

ลูกค้าบางคนมาซื้อสินค้าที่ร้านแล้วต้องการให้เราจัดส่งสินค้าให้ บางครั้งคนขับรถส่งสินค้าไม่วาง หรือบางครั้งจำนวนที่ลูกค้าซื้อไม่มาก เราก็ส่งให้แต่ต้องคุยกับลูกค้าในเรื่องของเวลาในการจัดส่งเพราะเราต้องรอให้ของเต็มรถเที่ยวนั้น(ไฟโรจน์ แก้วกิตติวัฒน์ 2553)

รูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ กลุ่มแรงงานที่ช่วยกิจการด้านต่างๆ หายากและได้มาแล้วฝึกจนชำนาญงาน ใช้งานดีแล้ว อยู่ได้ไม่นานก็ออก จึงเป็นปัญหาสำหรับเรื่องแรงงาน ผู้ประกอบการ ควรดูแลสวัสดิการ บำบัดทุกข์ บำรุงสุข เมื่อคนงานเกิดเจ็บป่วยหรือเดือร้อน ต้องให้ความช่วยเหลือ หรือเป็นที่พึ่งได้ เสมือนเป็นสมาชิกในครอบครัว ควรใช้เมตตาธรรมเป็นหลัก ในการปกครอง มีการประชุมอบรมจิตใจ ความประพฤติ มารยาทและทบทวนกฎระเบียบของโรงงานเป็นครั้งคราว

นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มจัดการย่อยซึ่งรับงานไปจัดการกันเอง ในลักษณะที่เราเรียกว่าสาขา โดยรับแบบและวัสดุไปผลิต แล้วส่งผลผลิตกลับมาสู่ระบบเพื่อตรวจสอบคุณภาพ แล้วส่งจำหน่ายในตลาดต่อไป ทำให้เกิดอาชีพการผลิตัวอย่างกว้างขวางในท้องถิ่น จากนั้นพ่อค้าแม่ค้า ทั้งหาบเร่ แผงลอย ร้านค้าทั่วไป หน่วยงานต่างๆ และคนกลางเข้ามารับไปส่งต่อห้างสรรพสินค้า ร้านค้าย่อย และร้านค้าปลีก

สำหรับเรื่องแรงงานผมมีการฝึกอบรมอยู่เป็นประจำ เราทำงานร่วมกันเหมือนครอบครัว มีปัญหาบ้างเรื่องการเปลี่ยนงานของแรงงาน แต่ผมคิดว่าถ้าคนงานมีขวัญและกำลังใจที่ดี ก็ทำให้งานดีไปด้วย(พิเชียร เชษฐะ 2553)

ลักษณะการเข้ามาซื้อของลูกค้าปลีกหน้าร้าน พบว่ามีการแวะเวียนเข้ามาโดยรถยนต์ส่วนบุคคล และรถทัวร์นำเที่ยว

มาดูสินค้าที่นี่เพราะทราบข้อมูลอยู่แล้วว่าเป็นแหล่งผลิตที่ราคาไม่แพง ต้องการทดลองซื้อสินค้าไปขายในเขตกรุงเทพฯ เห็นว่าเดินทางไม่ไกลมากนักก็เลยเดินทางมาด้วยตนเอง วันนี้ก็เลือกซื้อไปอย่างละตัวสองตัวแต่ซื้อไปหลายอย่าง เลือกเอาเฉพาะตัวที่รู้จัก หรือตัวที่อยากใช้เพื่อไปทดลองขายแล้วขายไม่ได้(วันวิสา ปิ่นเข้ม 2553)

เข้ามาเลือกตุ๊กตาไปฝากหลานๆ ที่บ้าน เด็กๆ จดชื่อตุ๊กตาที่ต้องการมาให้ ก็มีชื่อตามตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงตามภาพยนตร์เด็กทั่วไป (ปภาวดี คำสังข์และอุษา แซ่เตีย 2553)

ตอนที่ 3 กลยุทธ์การประกอบการตุ๊กตาผ้า

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์(Product) จากการดำเนินการด้านผลิตภัณฑ์ของกิจการตุ๊กตาผ้า จากยุคเริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน การออกแบบตุ๊กตามาไม่ต่ำกว่าหนึ่งพันรายการ การเก็บบันทึกในปัจจุบันได้นำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยบริหารจัดการทั้งในส่วนผลิตภัณฑ์และจำนวนสินค้าคงคลัง สินค้าส่วนมากเป็นรูปสัตว์ ซึ่งแนวคิดมาจากการคัดแปลงมาจากสินค้าตัวแรกคือ สุนัข ต่อจากนั้นจึงพัฒนาไปในรูปแบบต่างๆ และรับผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ในร้านมีสินค้าประกอบด้วย ตุ๊กตานานาชนิด ตุ๊กตาขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ ขนาดจัมโบ้ หรือเป็นตุ๊กตาประเภทของใช้ รวมถึงสินค้าที่เป็นลิขสิทธิ์จากโรงงานลูกค้า สินค้าที่ไม่เป็นลิขสิทธิ์ของทางร้านเอง สินค้าที่ไม่เป็นลิขสิทธิ์ของ โรงงานลูกค้า สินค้าที่ผลิตจากสาขาของทางร้านจากชุมชน ที่ตั้งให้เป็นสาขาของร้าน ที่อยู่ในการควบคุมคุณภาพของทางร้าน

ตุ๊กตาในเซตบ้านสิ่งมีความคล้ายกันในส่วนของผลิตภัณฑ์ในหลายๆ ร้านค้า ส่วนมากมีความสัมพันธ์กันทั้งในด้านส่วนตัวของเจ้าของกิจการหรือความเกี่ยวข้องกันในเรื่องของแหล่งวัตถุดิบที่มาจากที่เดียวกัน แหล่งแรงงานหรือผู้ผลิตรายย่อยกลุ่มเดียวกัน ต่างกันบ้างเล็กน้อยในส่วนประกอบของรายละเอียด ทำทางและขนาดของผลิตภัณฑ์

ตุ๊กตาขายดีต้องมีหลากหลายแบบ เริ่มแรกภรรยาผมเคยทำงานผลิตตุ๊กตาให้กับอาจารย์พี่เชียร โดยมีพื้นฐานอาชีพเดิมจากการเป็นช่างตัดเสื้อผ้า ทำผม หลังจากนั้นการเข้าสู่การประกอบการในปี 2528 ผมได้ลาออกจากการเป็นพนักงานของธนาคารออมสินได้เงินมาไม่มากนัก จึงหันมาเริ่มทำตุ๊กตาอย่างจริงจัง รูปแบบที่ผลิตก็เน้นไปในแนวทางตุ๊กตารูปสัตว์ โดยผมเป็นคนวาด ภรรยาเป็นคนตัดและเย็บ ใช้แรงงานในครอบครัว แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดูจากโทรทัศน์ หรือสินค้าใหม่ๆ ตามห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ๆ ที่ทันสมัย (ไพโรจน์ แก้วกิตติวัฒน์ 2553)

กลยุทธ์ด้านราคาผลิตภัณฑ์ (Prices) การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำโดยการคิดราคาขายจากการนำต้นทุน ที่เกิดขึ้นจริง นำมาบวกเพิ่มค่าดำเนินการและกำไรที่ต้องการเพื่อกำหนดเป็นราคาขาย แนวคิดเช่นเดียวกันนี้ ได้ถูกถ่ายทอดออกมาสู่การทำธุรกิจที่เป็นพันธมิตรกัน ระหว่างศูนย์หัตถกรรมท้องถิ่นพิเชียรแก้ว และร้านไฟโรจน์ตุ๊กตา ที่มีการพบปะสนทนากันอยู่เป็นประจำ แนวคิดในเรื่องของการตั้งราคาจึงออกมาในแนวทางเดียวกัน คือคิดจากต้นทุนการผลิตเป็นเกณฑ์

ทางร้านเป็นผู้ตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ขึ้นเอง โดยพิจารณาจากต้นทุนการผลิตทั้งหมด และลูกค้าที่ซื้อสินค้าปริมาณมาก สามารถซื้อสินค้าได้ถูกกว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้าจำนวนน้อยขึ้น ทางร้านไม่เคยเปรียบเทียบราคากับผู้ค้าท่านอื่น เนื่องจากเราถือคติว่า ทุกวันนี้ เราไม่ได้คิดแข่งกับใคร เราแข่งกับตัวเราเอง และลูกค้าของเรา โดยเราเน้นคุณภาพ เราเน้นในเรื่องวัสดุ(พิเชียร เกตุละ 2553)

บวกกำไรเข้าไป 5-10 % ก็พอแล้ว เอากำไรน้อย ให้ความสำคัญกับลูกค้าให้ลูกค้าเวะเวียนหรือแนะนำต่อกัน(ไฟโรจน์ แก้วกิตติวัฒน์ 2553)

จำนวนตุ๊กตาในร้านจำหน่ายจากการสังเกตผู้วิจัยเห็นว่ามีจำนวนมากมาย ขาดต่อการจำหน่าย และราคา มีผู้ขายประจำร้านได้ให้ข้อมูลถึงราคาที่ขายหน้าร้านว่า

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

วิธีการจําราคาขายใช้การดูขนาดของตัวตุ๊กตาแบ่งเป็นชนิดขายเป็นแพ็ค แพ็คเล็ก

แพ็คใหญ่ราคาต่างกัน แพ็คหนึ่งมี 12 ตัว หรือถ้าเป็นตัวๆ แบ่งราคาตามขนาดของตุ๊กตา หรือถ้าตัวไหนจําราคาไม่ได้ หรือไม่แน่ใจ ก็สอบถามจากเพื่อนที่ขายด้วยกัน หรือถามราคาจากเจ้าของร้านอีกที (ก้อนทอง สิงห์คำและบรรทม ศรีสำอังก์ 2553)

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือประเภทของผู้ซื้อ (Place) ตลาดตุ๊กตาในปัจจุบันนี้ได้กว้างขวางและแพร่หลายไปทั่วประเทศ และต่างประเทศโดยเฉพาะแถบประเทศทางตะวันออกกลาง กลุ่มลูกค้าของทางร้านมีทั้งขาประจำและขาจร แบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่ม คือ

1. กลุ่มลูกค้าขายตรง ได้แก่ลูกค้าที่รับสินค้าไปขายปลีกให้แก่ผู้บริโภคโดยตรงมีปริมาณการซื้อที่น้อยถึงปานกลาง มีจุดขายอยู่ทั่วไป ไม่เป็นหลักแหล่ง และรวมไปถึงร้านค้าขายปลีกที่อยู่ในชุมชนต่างๆ

2. กลุ่มลูกค้าขายส่ง ได้แก่ลูกค้าที่ส่งสินค้าไปเพื่อจัดขายส่งให้ร้านค้าทั่วไป หรือส่งตามห้างสรรพสินค้า หรือส่งต่างประเทศ มีปริมาณการซื้อมา

3. กลุ่มลูกค้าที่ส่งสินค้าไปเป็นของแถม หรือของแจก ซึ่งมีไม่บ่อยครั้งนัก แต่ก็มีปริมาณไม่น้อยสำหรับบริษัทหรือองค์กรใหญ่ๆ หรืออาจอยู่ในรูปของเข้าร่วมงานแต่งงาน

4. กลุ่มลูกค้าซื้อปลีก คือลูกค้าที่ซื้อไปใช้เองบ้าง เป็นของขวัญของฝาก ในเทศกาลต่างๆ เทศกาลพิเศษที่มีความแตกต่างของฤดูกาลที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น วันวาเลนไทน์ วันรับปริญญา เป็นต้น

ทางร้านใช้ช่องทางค้าส่งโดยประมาณ 60% ช่วงแรกส่งให้กับร้านเอี่ยมอรุณที่สำเพ็ง ปัจจุบันส่งตามผู้ค้าขายในต่างจังหวัดเป็นส่วนใหญ่(ไพโรจน์ แก้วกิตติวัฒน์ 2553)

กลุ่มลูกค้าซื้อปลีกส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยว บางทีมาเป็นรถทัวร์ บางทีขับรถผ่านแล้วแวะซื้อเป็นของฝากก็มี(ไพโรจน์ แก้วกิตติวัฒน์ 2553)

ลูกค้าที่สั่งผลิตเป็นของแจกในเทศกาลปีใหม่ ก็มีร้านบุญถาวร ธนาकारไทย พาณิชย์ กลุ่มโรงเรียนคาทอลิก(ไพโรจน์ แก้วกิตติวัฒน์ 2553)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

การส่งเสริมการขาย โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ จากกรมมีระบบการ

ผลิตที่ได้ทำการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้หมู่บ้านมีชื่อเสียงไปทั่วประเทศ เช่น เมื่อ สิงหาคม 2534 ทีวีสีช่อง 9 ได้มาถ่ายทำ บันทึกเมืองไทย 5 นาที นำแพร่ภาพออกอากาศทั่วประเทศ เมื่อต้นปี 2535 ช่อง 7 ออกรายการคนไทยวันนี้ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานและบุคคลสำคัญ มาเยี่ยมชมกิจการมากมาย เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด เจ้ากรมการทหารช่างจังหวัดราชบุรี ม.ล.ปิ่น มาลากุล อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการคณะนักศึกษา วิทยาลัยการปกครอง กรุงเทพฯ นักศึกษาผู้ใหญ่โชติเวช สถาบันราชมงคล นักเรียน ร.ร. ศุภราชบุรีรังสฤษฎ์ จอมบึง ข้าราชการครู สปอ. ธารโต จังหวัดยะลา คณะแม่บ้านทหารบกโดยการนำของคุณนายท่านผู้ว่าราชการจังหวัดราชบุรี

เจ้าหน้าที่จากสำนักงานการประถมศึกษาแห่งชาติฝ่ายสวัสดิการครู นอกจากนี้ยังได้ร่วมกับคณะกรรมการจัดทำหลักสูตรท้องถิ่น และให้ความร่วมมือกับทางศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน ในการเผยแพร่อาชีพผู้ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี และเป็นการส่งเสริมการขายให้กับผู้ค้าบ้านสิงห์อีกทางหนึ่งด้วย

ทางร้านมีการโฆษณาผ่านเว็บ www.thaitambon.com ซึ่งทางสำนักงานพัฒนาชุมชนเป็นคนประชาสัมพันธ์ให้ ทางร้านไม่มีเว็บไซต์ ของตนเองเนื่องจาก ทางร้านต้องการให้ลูกค้ามาที่ร้าน และไม่ต้องการให้ข้อมูลแพร่หลายไปยังหมู่คนใช้ แต่เราต้องการให้แพร่หลายไปยังหมู่คนขายโดยตรงซึ่งคนขายชอบมากถ้าเราไม่เปิดเผยกับหมู่คนใช้(พิเชียร เชษฐะ 2553)

ผู้ให้ข้อมูลอีกท่านที่ให้ข้อมูลเพิ่มในส่วนของการขายที่ใช้ช่องทางค้าปลีกเป็นส่วนใหญ่ โดยมีหน้าร้านขายอยู่ริมถนนเพชรเกษม

ตัวผมเองให้การต้อนรับลูกค้าที่แวะมาเยี่ยมชมถึงร้านด้วยตัวเอง ให้ความสำคัญกับความเป็นกันเองกับลูกค้าเท่าเทียมกันทั้งมาเดี่ยวหรือเป็นหมู่คณะ โดยใช้แนวคิดพื้นฐานให้เสมือนกับลูกค้าทุกคนเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว มีความรักความผูกพัน อยากให้สิ่งดีๆกับลูกค้าเหมือนให้ของกับลูกๆเช่นเดียวกัน ทางร้านได้จัดมุมกาแฟไว้ให้บริการแก่ลูกค้าโดยจัดร้านไว้ด้านหน้าให้ลูกค้าได้เข้ามาพักผ่อน นั่งคุยแลกเปลี่ยนมุมมองในด้านต่างๆ ซึ่งกันและกัน(ไพโรจน์ แก้วกิตติวัฒน์ 2553).

กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน การให้ความรู้การฝึกฝนพิเศษ (People) หลักการบริหารจัดการของศูนย์หัตถกรรม “พิเชียร-แก้ว” ยึดหลักการจัดการแบบคุณธรรม มีความเกื้อกูล เป็นแบบอุตสาหกรรมภายในครัวเรือน หรือเรียกได้ว่าเป็นศูนย์หัตถกรรมท้องถิ่น (Local handicraft center) มีการฝึกอบรมพนักงานในการกระบวนการผลิตทั้งในส่วนของพนักงานประจำ และผู้รับจ้างรายย่อยที่รับงานไปทำอีกทอดหนึ่ง ให้มีคุณภาพเท่าเทียมกันในการผลิตทุกๆ ที่

ผู้ให้ข้อมูลของร้านรุ่งโรจน์ตุ๊กตาในอีกตำแหน่งหนึ่งทางการเมืองท้องถิ่นคือดำรงตำแหน่งเลขานุการนายกเทศมนตรี ให้ข้อมูลว่า

ได้มีการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นต่อยอดจากพื้นฐานการผลิตตุ๊กตาซึ่งเป็นอาชีพที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนที่มีอยู่แล้วให้ยั่งยืน โดยการใช้งบพัฒนาท้องถิ่นจัดซื้อจัดหาจักรเย็บผ้าอุตสาหกรรมแบ่งจ่ายให้ชาวบ้านในชุมชนนำไปผลิตตุ๊กตาเพื่อร่วมกันขายส่งให้กับร้านขายส่งในชุมชน สร้างรายได้ให้กับตนเอง และพัฒนาอาชีพให้สืบต่อไป(ไพโรจน์ แก้วกิติวัฒน์ 2553)

ลักษณะพิเศษเฉพาะ สำหรับพนักงานในการปฏิบัติงานในการขาย ตุ๊กตาผ้า(Physical evidence) การขายสินค้าของทางศูนย์ที่ลดกรรมท้องถิ่น และร้านค้าปลีกที่มีลักษณะของผลิตภัณฑ์ไม่สลับซับซ้อน เทคนิคต่างๆ ในตัวสินค้าไม่มากนัก ตัวแทนขายได้รับการฝึกฝนใช้เวลาไม่นานนักก็สามารถปฏิบัติงานได้

ส่วนมากเรานั้นการขายส่งเป็นหลัก พนักงานที่ขายในร้านจึงไม่มีลักษณะพิเศษในการให้บริการ เพียงแต่ใช้ความรู้สั่งสมโดยประสบการณ์จากรุ่นพี่ที่มีอยู่ ทั้งในเรื่องของ แบบตุ๊กตา ราคา วิธีการทำงานเป็นในลักษณะของพี่สอนน้อง (พิเชียร เขกฐะ 2553)

กระบวนการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และผู้บริโภค ให้กลับมาใช้บริการซ้ำ (Process) หลักการสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า และกลับมาซื้อสินค้ากับทางร้านตลอดไป

ผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

การสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้าต้องอาศัยหลักการ

1. สร้างศรัทธา ต้องทำให้ลูกค้าเชื่อถือ มีบุคลิกภาพภูมิฐาน และมีภูมิรู้เชิงธุรกิจ การจัดการระบบการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอธัชชาติดี จิตใจกว้างขวาง หนักแน่น มั่นคง มีคุณธรรม ซื่อสัตย์ และรับผิดชอบ สามารถส่งงานได้ตามนัดหมาย จัดสถานที่ผลิตให้ดูดี สะอาด เรียบร้อย และเหมาะสม มีการให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความปรารถนาดีอย่างจริงใจ
2. สินค้ามีคุณภาพ มีความประณีต รูปลักษณ์สวยงามน่ารัก มีการบรรจุหีบห่อกระทำอย่างเหมาะสม รัดกุม ส่งมอบสินค้าต้องนับจำนวนไม่ผิดพลาด มีการบริการหลังการขาย เช่น

ความผิดพลาดในการผลิต ผิดพลาดในเรื่องรูปแบบหรือจำนวน ต้องพิจารณาแก้ไขโดยด่วน ตามเหตุผลอันควรโดยยึดหลักคุณธรรม

3. สินค้าราคาไม่แพงเกินไป เราควรคำนวณวัสดุ ค่าแรง และต้นทุนอื่นๆ ให้ดี เพื่อกำหนดราคาที่เหมาะสม ไม่ขึ้นๆ ลงๆ และลูกค้าต้องยอมรับและพอใจกับราคาสินค้าที่กำหนด 4) การมีน้ำใจ คืนกำไรสู่ลูกค้า ในช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลปีใหม่ ควรได้จัดของขวัญหรือมีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ ส่งบัตรอวยพรให้กับลูกค้า

4. ติดตามถามข่าวคราว ทุกข์ สุข ความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจของลูกค้าอยู่เสมอ เพื่อให้ไม่被客户ลืมและบางทีอาจได้รับการสั่งซื้อสินค้าเพิ่มเติมก็ได้

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข จากการประกอบการตุ๊กตาผ้า

ในขบวนการทำงานกล่าวได้ว่าทุกสถานประกอบการ ต้องพบกับข้อบกพร่องในธุรกิจที่ตนเองได้ดำเนินการมาทั้งสิ้น ขึ้นอยู่กับว่าผู้ประกอบการหรือผู้บริหารในองค์กรนั้นๆ สามารถมองเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและแก้ปัญหาเหล่านั้น ได้คล่องมากน้อยแค่ไหน ปัญหาในการประกอบการและแนวทางการแก้ปัญหาในธุรกิจตุ๊กตาผ้าพอแยกออกได้ดังนี้

แหล่งเงินทุนเริ่มแรก ต้นทุนเงินทุนนับเป็นปัญหาขั้นต้นๆ ของธุรกิจการประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางทั่วไป การแก้ปัญหาโดยการเข้าหาแหล่งเงินทุนทั้งการช่วยเหลือจากภาครัฐ เช่นกองทุนหมู่บ้าน หรือการได้รับการสนับสนุนเครื่องมือ เครื่องจักรทางเทศบาล

การบริหารเงินทุนหมุนเวียน มีความสำคัญมากสำหรับการประกอบธุรกิจ การมีกระแสเงินสดหมุนเวียนเพื่อจ่ายให้กับค่าแรงงาน และค่าวัสดุอุปกรณ์การผลิตก็ไม่น้อยกับความต้องการใช้เงิน การแก้ปัญหาโดยการ เรียกเก็บเงินจากลูกค้าเป็นเงินสด หรือโอนเงินค่าสินค้าก่อนส่งสินค้าให้ลูกค้า

การเปลี่ยนงานของพนักงาน จากคำกล่าวที่มีมาแต่โบราณว่า “คนในอยากออก คนนอกอยากเข้า” นับว่ายังสามารถนำมาใช้ได้อยู่ในปัจจุบัน แรงงานในท้องถิ่นในวัยหนุ่มสาว มักไม่ค่อยให้ความสนใจกับกับแหล่งงานของชุมชนเท่าที่ควร มาฝึกฝนพอทำงานได้ก็เลิกให้ความสนใจเปลี่ยนไปทำอาชีพด้านอื่นกันเสียส่วนมาก เป็นผู้ที่อายุมาก หรือเด็กในวัยอยากเรียนรู้ก็ให้ความสนใจแต่เมื่อได้รับความรู้แล้วก็เปลี่ยนงานไปเช่นเดียวกัน การแก้ปัญหาโดยการจ้างเหมาให้กลุ่มชุมชนรับงานไปทำ

การเบิกเงินล่วงหน้าของผู้รับจ้างผลิต ในชนบทความสัมพันธ์ของความเป็นพี่ เป็นน้อง เป็นญาติ เพื่อนพ้อง นับว่ายังมีความผูกพันกันอยู่ การเจ็บไข้ได้ป่วย ลูกเรียนหนังสือ ของบุคคลใน รับผิดชอบของผู้ที่รับจ้างเหมางานตุ๊กตาไปทำนับเป็นเหตุผลในการขอเบิกเงินล่วงหน้าจากผู้ว่าจ้าง ได้ทุกทีไป ทำให้มีภาระที่ต้องผลิตสินค้าเพื่อใช้หนี้เงินเบิกล่วงหน้า เป็นเหตุให้ต้องมีการเร่งรัด ผลงานเพื่อให้ได้เงินให้เพียงพอต่อการใช้จ่าย ปัญหานี้ นับเป็นการแก้ที่ยากพอสมควรในสังคม ชนบท สังคมของความเป็นคนไทยที่มีความอ่อนนุ่มล้วย ช่วยเหลือเกื้อกูลกันมาแต่ครั้งโบราณกาลมา

แรงงานมีฝีมือหายาก ผู้ที่มีฝีมือในการออกแบบ ตัด เย็บ ตุ๊กตา มีอยู่จำนวนไม่มากนัก หากมีฝีมือพอทำงานได้ก็มักหันไปเริ่มทำกิจการของตนเองขึ้นมาซึ่งก็เป็นธรรมชาติของมนุษย์ป่ ฤษณทั่วไปหากแต่ถ้าถ้ามีความสำเร็จในการประกอบการ เป็นคุณประโยชน์กับชุมชนและ ประเทศชาติสืบไป หากช่างมีฝีมือเหล่านั้นไม่ประสบความสำเร็จก็มักถอดใจเลิกอาชีพนี้ไปเลย ทำ ให้สูญเสียบุคลากรฝีมือดีไป การแก้ปัญหาแบบนี้ใช้วิธีการของการคิดแบบ ชนะ-ชนะ ทั้งสองฝ่าย คือการให้ช่างมีฝีมือเหล่านั้นค่อยลงทุนร่วมกันกับผู้ประกอบการรายเดิมและค่อยๆ เริ่มลงมือทำไป พร้อมๆกัน แบ่งปันผลประโยชน์อย่างเหมาะสม โดยให้การบริหารจัดการอยู่กับช่างมีฝีมือท่านนั้น ผู้บริหารรายเดิมก็ช่วยระดมการดำเนินงานให้ธุรกิจให้อยู่รอดร่วมกัน

การขยายตัวของส่วนการผลิต การทำธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมครัวเรือน สถานที่ที่ใช้ ผลิตสินค้านับเป็นปัจจัยที่สร้างปัญหาให้กับผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก จากแรกเริ่มเดิมทีส่วนมาก ก็ใช้บ้านตัวผู้ประกอบการเองเป็นแหล่งผลิตสินค้า สำนักงาน โขว์รรูมสินค้า สารพัดประโยชน์ หาก มีการขยายกิจการ ปัญหานี้ นับว่าหนักหนาพอสมควร สามารถแก้ปัญหานี้ได้คงต้องใช้เวลามาก พอควร หรืออีกทางก็แก้ปัญหาเหมือนดังที่กล่าวมาแล้วคือการ ใช้วิธีจ้างเหมาแก่บุคคลภายนอก

พื้นที่จัดเก็บสินค้า คลังสินค้า ที่จัดแสดงสินค้า ที่มีจำนวนมากหลายรูปแบบปัญหาที่ คือการจัดเรียงทำให้สิ้นเปลืองพื้นที่เป็นอย่างมาก ต้นทุนด้านพื้นที่เพิ่มขึ้น แนวทางการแก้ปัญหาคือ ทำพื้นที่จัดเก็บสินค้าในแนวสูงในพื้นที่คลังสินค้า และการแสดงสินค้าให้ลูกค้ามาเลือกชมใช้วิธีการ ผูกเชือกใสเส้นเล็กๆ ยึดโยงจากด้านบนหลังคาอาคาร

วัตถุดิบ ที่ใช้ในการผลิตนับเป็นต้นทุนผันแปร (Variable cost) ที่สูงโดยประมาณร้อยละ 70 ของต้นทุนการผลิต วิธีทำให้ต้นทุนการผลิตในส่วนนี้ต่ำลงคือ 1) การสั่งซื้อแบบคู่ขนาน ด้วยการ สั่งสินค้าจากหลายรายเพื่อประโยชน์ด้านราคาและเวลาในการส่งสินค้า 2) การรวมกันซื้อของธุรกิจ เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองของผู้ซื้อวัตถุดิบในการทำตุ๊กตาในเรื่องของราคาที่เป็นปัจจัยหลักของ การผลิต

เครื่องมือเครื่องจักร ในการผลิตมีราคาสูงพอสมควรสำหรับชุมชน แก้ปัญหาด้วยการขอ งบประมาณจากหน่วยงานราชการ เพื่อเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มสำหรับชุมชน

การออกแบบของผลิตภัณฑ์ มีการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบอย่างรวดเร็วตามสมัยนิยมที่เกิดจากสื่อสารมวลชนต่างๆ ทั้งโทรทัศน์ ภาพยนตร์ต่างประเทศต่างๆ การแก้ปัญหาคือผลิตตามความสมควรเพื่อคู่มือทางความต้องการของตลาด

การตรวจสอบคุณภาพ ผู้กตาคที่ผลิตมีตั้งแต่ขนาดเล็ก จนถึงขนาดใหญ่ มีจำนวนมากการตรวจสอบคุณภาพของอุตสาหกรรมขนาดย่อมทำได้ด้วยตัวเจ้าของกิจการเอง ทำให้การตรวจสอบไม่ทั่วถึงมีสินค้าไม่ได้คุณภาพหลุดไปถึงมือลูกค้าได้ ผู้ประกอบการแก้ปัญหาด้วยการให้ผู้รับผิดชอบที่รับงานไปทำร่วมตรวจสอบมาในขั้นแรก และความรับผิดชอบใช้ชื่อเสียงที่สะสมกันมาเป็นสิ่งรับประกันคุณภาพไปในตัวเอง

ความล่าช้าของการขนส่ง สินค้าที่จัดส่งให้ลูกค้าที่มีปัญหาล่าช้า ที่เกิดกับการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ค้ารายย่อย จำนวนที่สั่งมามากพอส่งด้วยรถขนส่งเที่ยวเดียวต่อรายจึงจำเป็นต้องรวบรวมกันหลายรายเพื่อให้เต็มปริมาณรองรับของรถขนส่ง การสั่งสินค้าจึงมีความล่าช้าออกไป การแก้ปัญหาโดยผู้ขายติดต่อประสานงานไปยังลูกค้าที่อยู่ในเส้นทางเดียวกัน โดยการระบุนวันที่จัดส่งสินค้าผ่านและรับใบสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้า ในการลดต้นทุนค้าขนส่งร่วมกัน



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องการประกอบการตุ๊กตาผ้า ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ในครั้งนี้เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการการตุ๊กตาผ้า ปัญหา อุปสรรคที่เกิดจากการประกอบการตุ๊กตาผ้า รวมถึงแนวทางการแก้ปัญหาในการประกอบการตุ๊กตาผ้า

1. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตุ๊กตาผ้า พบว่าการประกอบการตุ๊กตาผ้าเป็นธุรกิจที่เริ่มต้นจากแรงงานครอบครัว ทำการค้าขายแบบธุรกิจค้าปลีก ลูกค้าเป็นผู้เข้ามาหาแหล่งผลิต จากนั้นมีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การวางแผน การออกแบบ ให้มีความทันสมัย ทันความต้องการที่เปลี่ยนแปลงตามวัฒนธรรม อาทิการออกแบบตุ๊กตาตามแบบการ์ตูนดังตามสื่อทั่วไป ชุมชนบ้านสิงห์และชุมชนใกล้เคียง ผู้ประกอบการตุ๊กตาผ้าจึงนำรูปแบบที่ได้พบเห็นมาศึกษา และพัฒนาเป็นรูปแบบในเอกลักษณ์ของตนเอง เมื่อผู้ประกอบการยุคแรก เริ่มผลิตไม่ทันต่อความต้องการของตลาด จึงขยายกิจการออกสู่ความร่วมมือของชุมชนด้วยการเชิญชวนผู้ที่มีความสนใจเข้าร่วมฝึกฝน การตัด การเย็บ เพื่อให้เป็นไปตามรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ เริ่มด้วยการสังเกตสภาพพื้นที่ในเขตชุมชนบ้านสิงห์ ลักษณะของพื้นที่เป็นที่ราบ เส้นทางคมนาคมหลักใช้การสัญจรทางรถยนต์ กลุ่มชาวบ้านรวมตัวกันผลิตตุ๊กตาผ้า ใช้ส่วนหนึ่งของบ้านพักอาศัยเป็นที่ผลิตสินค้า การค้าปลีกของตุ๊กตาผ้าบ้านสิงห์อยู่บริเวณริมทางถนนเพชรเกษม ส่วนใหญ่ลักษณะร้านค้าที่ก่อสร้างชั่วคราวเป็นโรงเรือนชั้นเดียวขนาดใหญ่ได้รับความนิยมจากลูกค้าที่แวะเวียนมาเลือกซื้อมากกว่าในลักษณะร้านค้าที่เป็นอาคารพาณิชย์

วิธีค้นหาข้อมูลการประกอบการใช้วิธีการสัมภาษณ์ และขอข้อมูลจากผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิต การจัดจำหน่ายตุ๊กตาผ้าบ้านสิงห์ จากประวัติความเป็นมาของเจ้าของกิจการก่อนประสบความสำเร็จ ต้องใช้แรงกายแรงใจทุ่มเท ในการสร้างผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาผ้าให้เป็น

ที่นิยม ต้องใช้แรงบันดาลใจ ความตั้งใจที่มีอยู่เดิม ความมุ่งมั่นความอดทนอย่างสูง และต้องพัฒนา รูปแบบของสินค้าให้ทันสมัยนิยมอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาฐานลูกค้าที่ร่วมซื้อสินค้าให้ยั่งยืน

ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยพบว่าการประกอบการตุ๊กตาผ้าไม่เพียงสร้างรายได้ให้กับ ผู้ประกอบการและครอบครัวเท่านั้น แต่การมีสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าเป็นการพัฒนาชุมชนและ ประเทศชาติด้วยการสร้างอาชีพที่เกี่ยวข้องกับตุ๊กตาให้กับผู้ที่อยู่ในชุมชนและบริเวณใกล้เคียง สร้างอาชีพให้กับพนักงานที่มาร่วมงาน สร้างรายได้ให้แก่ประเทศชาติในรูปของการเสียภาษีบำรุง ท้องที่อีกด้วย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย เพื่อให้ได้ทราบถึงรูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการ ตุ๊กตาผ้า ด้านการบริหารจัดการ ด้านกลยุทธ์การตลาดที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ตาม เป้าหมาย และทิศทางที่กำหนดไว้อย่างเป็นระบบ ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการประกอบการ ตุ๊กตาผ้า รวมถึงการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับกลุ่มผู้ประกอบการทั้งรายเก่า และรายใหม่ที่น่าสนใจในการดำเนินธุรกิจประเภทนี้ สรุปได้ดังนี้

รูปแบบของการประกอบการตุ๊กตาผ้าถือได้ว่าเป็นธุรกิจขนาดย่อม ที่ใช้แหล่งเงินทุนทั้ง ของตนเองหรือแหล่งเงินทุนจากภายนอก ผู้ประกอบการเองเป็นผู้กำหนดทิศทาง ออกแบบ ผลิตภัณฑ์ ราคาต้นทุน วางแผนการปฏิบัติงาน จัดระบบการทำงานของพนักงาน ประสานงานกับ แหล่งวัตถุดิบและผู้ซื้อสินค้า ลงมือผลิตหรือควบคุมการผลิต ตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทดสอบการใช้งานจริงจนกระทั่งดูแลระบบจัดส่งด้วยตัวของผู้ประกอบการเอง

รูปแบบของการประกอบการตุ๊กตาผ้า มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. การออกแบบผลิตภัณฑ์ ออกแบบโดยการนำสิ่งที่มีอยู่ในสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัว เช่น สัตว์ต่างๆ รูปตัวการ์ตูนที่ได้รับความนิยมหรือสินค้าที่จำหน่ายจากแหล่งอื่น ผู้ประกอบการ สามารถนำมาดัดแปลงสร้างเป็นสินค้าในรูปแบบของตนขึ้นมาใหม่ได้ รวมถึงการรับจ้างผลิตสินค้า ลิขสิทธิ์จากผู้ว่าจ้างทั่วไป

2. การปฏิบัติงาน แรงงานที่ดำเนินการเริ่มแรกจากแรงงานภายในครอบครัว เมื่อธุรกิจ ขยายตัวขึ้นจึงขยายการผลิตด้วยการใช้แรงงานจากชุมชนรอบข้างสถานประกอบการ เงินทุนที่นิยม ใช้ในธุรกิจขนาดย่อมที่เริ่มจากแรงงานในครอบครัวเป็นการนำเงินที่มีสะสมอยู่มาลงทุนหรือการ ช่วยเหลือจากภาครัฐในรูปแบบของกองทุนหมู่บ้าน วัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบเป็นตัว สินค้า ชุมชนบ้านสิงห์ใช้วิธีรวมกันซื้อจากผู้ค้าส่งรายใหญ่หลายราย และนำมากระจายลงสู่ผู้ผลิต รายย่อยในท้องถิ่น สถานที่ผลิตใช้บริเวณเดียวกันกับบ้านพักอาศัย สถานที่จำหน่ายในลักษณะของ การขายส่งผู้ซื้อมารับสินค้าถึงสถานที่ผลิตได้โดยตรง หรือผู้ขายจัดส่งสินค้าให้ถึงผู้ซื้อ หากมีปริมาณสินค้ามากพอเหมาะสมกับรถที่ใช้ส่งสินค้าในรอบนั้นๆ

กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากการผลิตสินค้าตามแนวคิดที่เริ่มจากสุนัข ขยายสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แปลกแตกต่างชนิดกันนับพันชนิดที่ออกแบบโดยผู้ประกอบการเองตามจินตนาการ ผลิตตุ๊กตาดิลิธิท์และได้เรียนรู้จากการได้เห็นจากสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ทางโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของจริงจากแหล่งจำหน่ายสินค้าชั้นนำของประเทศ ผู้ประกอบการได้นำสิ่งเหล่านี้มาพัฒนาสินค้าของตนเองให้มากขึ้น หรือการสร้างแตกต่างจากตุ๊กตาผ้ารูปแบบเดิมๆ มาใส่ความแปลกใหม่ด้วยการเพิ่มเสียงแบบต่างๆ เข้าไปในผลิตภัณฑ์ด้วย

กลยุทธ์การตั้งราคา กลุ่มผู้ผลิตตุ๊กตาบ้านสิงห์เป็นผู้กำหนดเรื่องราคาสินค้าตามต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงโดยไม่ได้คำนึงถึงคู่แข่งทางการค้า กลยุทธ์การกำหนดราคาเช่นนี้คำนวณได้โดยการนำเอาผลรวมของราคาที่ผลิตสินค้าแต่ละชิ้นบวกด้วยค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเมื่อรวมได้แล้วจึงบวกกำไรเข้าไปตามต้องการ

กลยุทธ์การจัดจำหน่าย ผู้ผลิตตุ๊กตาบ้านสิงห์ แยกตลาดออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มค้าส่ง ทำการผลิตจากชุมชน ลูกค้าเป็นผู้เข้ามาเลือกหาซื้อในแหล่งที่เป็นจุดศูนย์รวมของการผลิต ผู้ประกอบการประเภทนี้ไม่จำเป็นต้องอยู่ในแหล่งคมนาคมที่ติดถนนหลักหรือริมถนนเพชรเกษม

2. กลุ่มค้าปลีก มีแหล่งทำเลทองของร้านค้าอยู่ริมถนนเพชรเกษมทั้งขาเข้าและขาออกของถนนเพชรเกษม มีรวมประมาณ 10 ร้าน กลยุทธ์ที่ทั้งสองกลุ่มนำมาใช้มีความคล้ายกันโดยใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำเพื่อทำให้เกิดกลยุทธ์ผลัดหรือทำให้สินค้ากระจายไปสู่ระบบจัดจำหน่ายโดยเร็ว การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า เพื่อทำให้เกิดการซื้อซ้ำในครั้งต่อไป

การส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการขายโดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการที่นำคณะมาศึกษาดูงาน การมาถ่ายทำของรายการโทรทัศน์ การได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การเข้าเยี่ยมชมจากภาคเอกชน รวมถึงการแวะเวียนมาเที่ยวชมสินค้าของผู้ที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาบ้านสิงห์ ที่กล่าวมานับเป็นการช่วยส่งเสริมการขายที่สำคัญทางหนึ่ง ส่วนการสร้างเว็บไซต์สำนักงานพัฒนาชุมชนเป็นผู้ดำเนินการให้ รวมถึงการส่งเสริมการขายด้วยการคืนกำไรสู่ลูกค้า เช่น ในช่วงเทศกาลปีใหม่ จัดของขวัญหรือมีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ ส่งบัตรอวยพรให้กับลูกค้า เป็นต้น

การบริหารจัดการบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน การให้ความรู้การฝึกฝนพิเศษ ศูนย์หัตถกรรมท้องถิ่นมีการฝึกอบรมพนักงานในการกระบวนการผลิตทั้งในส่วนของพนักงานประจำ และผู้รับจ้างรายย่อยที่รับงานไปทำอีกทอดหนึ่ง ให้มีคุณภาพเท่าเทียมกันในการผลิตทุกๆ ที่ ตลอดจนการ

ตรวจสอบคุณภาพของงานโดยละเอียดในทุกๆ ครั้งของการส่งสินค้าที่ผลิตจากผู้รับจ้างรายย่อย มีการฝึกอบรมให้ผู้รับจ้างรายย่อยทราบถึงรูปแบบของสินค้าที่ผ่านคุณภาพ เพื่อการตรวจสอบขั้นต้นก่อนส่งสินค้าให้แหล่งผลิต

ลักษณะพิเศษเฉพาะ สำหรับพนักงานในการปฏิบัติงานในการขาย ตู้กดน้ำ การขายสินค้าของทางศูนย์หัตถกรรมท้องถิ่น และร้านค้าปลีกที่มีลักษณะของผลิตภัณฑ์ไม่สลับซับซ้อน เทคนิคต่างๆ ในตัวสินค้าไม่มากนัก ตัวแทนขายได้รับการฝึกฝนใช้เวลาไม่นานนัก ก็สามารถปฏิบัติงานได้

กระบวนการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และผู้บริโภคนั้น ให้กลับมาซื้อสินค้าซ้ำ หลักการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และกลับมาซื้อสินค้ากับทางร้านตลอดไป การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าต้องทำให้ลูกค้าเชื่อถือ ระบบการผลิตมีประสิทธิภาพ มีอรรถาธิบายที่ดี จิตใจกว้างขวาง ส่งงานได้ตามนัดหมาย จัดสถานที่ผลิตให้สะอาดเรียบร้อย และเหมาะสม สินค้ามีคุณภาพ ราคาไม่แพง กำหนดราคาที่เหมาะสม ไม่ขึ้นๆ ลงๆ และลูกค้าต้องยอมรับและพอใจกับราคาสินค้าที่กำหนด การติดตามถามข่าวความเคลื่อนไหว ทุกข์ สุข ความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจของลูกค้าอยู่เสมอ

2. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่เรียกว่า ธุรกิจขนาดย่อม นับเป็นการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว รวมถึงชุมชนใกล้เคียง สถานประกอบการตู้กดน้ำ ผู้ประกอบการเป็นผู้เผชิญความเสี่ยงทั้งทางด้านเงินทุน ความไม่แน่นอนของธุรกิจ หากเกิดผลประกอบการสำเร็จ สามารถสร้างความเจริญเติบโตให้กับครอบครัวและชุมชนรวมถึงการพัฒนาประเทศชาติก็ได้อีกทางหนึ่งด้วยซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ A. Blbrahim and J.R. Goodwin (อำนาจ ชีรวนิช 2544 : 10) คือ

1. โอกาสกำหนดชีวิตตนเอง ดำเนินชีวิตอย่างเป็นอิสระ ไม่ต้องขึ้นตรงตามนโยบายของผู้อื่น
2. โอกาสสร้างความแตกต่าง ผู้ประกอบการสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ รูปแบบการจัดการบริการได้ด้วยตนเอง
3. โอกาสได้รับกำไรไม่จำกัด โดยสามารถกำหนดค่าดัชนีกำไรได้เองทั้งกำไรมาก กำไรน้อย

4. โอกาสได้รับกำไรความพึงพอใจส่วนบุคคล หากธุรกิจประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการนำความสุขที่ได้รับนี้ นำสู่รุ่นลูกหลานและสังคมในโอกาสต่อไป ทำให้เกิดอิสระทางความคิดในการคิดสร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ

การประกอบธุรกิจส่วนตัว หรือการเป็นผู้ประกอบการ ได้รับผลสำเร็จหรือไม่ สามารถวัดได้จากผลิตภาพ (Productivity) หาได้จาก ผลผลิตต่อต้นทุนหรืออีกกรณีหนึ่งหาได้จาก ดัชนีกำไร หาได้จาก ยอดขายต่อต้นทุน ซึ่งการใช้กำไรเป็นเกณฑ์ในการวัดมักใช้ระยะเวลา 1 ปี ตามระบบบัญชีของแต่ละธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในการวัดความสำเร็จขององค์กร สามารถนำวิธีการคำนวณดังกล่าวข้างต้นมาวัดความสำเร็จเป็นตัวเลขของผู้ประกอบการตุ๊กตาผ้าได้

3. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลและข้อค้นพบจากการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตุ๊กตาผ้า สำหรับผู้สนใจการประกอบการตุ๊กตาผ้าแต่ที่มีทุนน้อย ต้องลองหัดทำด้วยตนเอง ด้วยการศึกษาในรูปแบบ การตัด การเย็บ การแต่ง หากไม่มีทุนควรรับจ้างเป็นลูกมือคนที่ทำได้ไปก่อน เป็นการฝึกทักษะความชำนาญ และได้เก็บออมเงินทุน ทดลองทำตุ๊กตาสัก 10-20 ตัว ส่งขายตามร้าน หรือทดลองขายปลีกดูเพื่อทดลองตลาด หาทางสร้างตลาด และเพิ่มปริมาณการผลิตขึ้นเรื่อยๆ

ตุ๊กตาบ้านสิงห์มีความสามารถในการครองตลาดในประเทศได้ในระดับหนึ่ง ผู้ประกอบการตุ๊กตาบ้านสิงห์ควรยกระดับความสามารถในการผลิตและจำหน่ายออกสู่ตลาดต่างประเทศด้วยการใช้สิ่งที่มีอยู่เดิมพัฒนาให้เข้าสู่มาตรฐาน อาจใช้รูปแบบของระบบบริหารจัดการจากห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่เป็นต้นแบบ

การจัดการพื้นที่ขายของสถานประกอบการตุ๊กตาผ้าควรปรับเปลี่ยนให้มีลักษณะโปร่งโล่งสบาย ภายในร้านมีสินค้าปริมาณมากและการจัดเรียงไม่เป็นระเบียบ ควรแยกเก็บสินค้าคงคลังไว้คนละส่วนกับสินค้าขาย หากสินค้าขายออกไปเหลือปริมาณน้อยลงแล้วจึงนำออกมา ทำให้พื้นที่การเลือกสินค้าได้สะดวกขึ้น

3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป จากการทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่าการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตุ๊กตาผ้า ในเขตตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรีคงเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ซึ่งในอนาคตการศึกษาข้อมูลต่างๆ คงมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย จึงมีการศึกษาข้อมูลใหม่ๆ เพิ่มขึ้นจากปัจจุบัน แนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรเลือกศึกษาปัจจัยด้านในด้านหนึ่ง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์เฉพาะด้าน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์. การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร : เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชัน, 2547.

แก้ว เชฎฐะ. ผู้บริหารศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว. สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2553.

ก้อนทอง สิงห์คำ. พนักงานขาย. สัมภาษณ์, 25 มกราคม 2553.

จรรยา ทองदार. มนุษย์สัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : ทิพย์วิสุทธิ์, 2536

จิตรา เหลืองอ่อน. “การสนับสนุนด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.”
ภาคนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
ศาสตร์, 2543.

เจริญชัย ฉิมเนียม. “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย.”
สารนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2547.

ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน. กรุงเทพมหานคร :
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และสุนิ เลิศแสวงกิจ. การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร : วังอิศร,
2541

ทรงชัย บุญส่งรุ่งเรือง. “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ กรณีศึกษา
โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มอาชีพสตรีดอกไม้ประดิษฐ์.” วิทยานิพนธ์
มหาบัณฑิต สาขาเทคนิคศาสตร์(ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2548

ทับทิม วงศ์ประยูรและคณะ. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร :
อภิชยาสยามการพิมพ์, 2542.

ธงชัย สันติวงษ์. หลักการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : บริษัท สำนักพิมพ์ไทยวัฒนา
พานิช จำกัด , 2539

ธีรชัย สิงคเสลิต. “การศึกษาและพัฒนากลยุทธ์และแผนการปฏิบัติการเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิง
แข่งขัน การณศึกษา บริษัท สยาม เค.พี.ที. จำกัด.” การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2551.

นราเขต ยี่มสุข. “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเเร็จของ
ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม : กรณีศึกษาธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ ในอำเภอองครักษ์
จังหวัดนครนายก.” งานวิจัยส่วนบุคคลศิลปศาสตรมหาบัณเฑิต สาขาจิตวิทยา
อุตสาหกรรมและองค์การ ภาควิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2552.

ประกัสสร บุญมี. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร :
ประสานการพิมพ์,2543.

ปรีดา นาคเนาวิท. เศรษฐศาสตร์จุลภาค1. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง,2541.

ปภาวดี คำสังข์. ลูกค้าประเภทซื้อปลีก. สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2553.

บรรทม ศรีสำอางค์. พนักงานขาย. สัมภาษณ์, 25 มกราคม 2553.

ศุสดี รุมาคม. การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : พิสิกส์เซ็นเตอร์, 2538

พิเชียร เชญฐะ. เจ้าของและผู้บริหารศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว. สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2553.

พิชญ จงสถิตย์วัฒนา. การบริหารการตลาด : การวิเคราะห์กลยุทธ์และการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 5.
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

ไพโรจน์ แก้วกิตติวัฒน์. เจ้าของและผู้บริหารร้านรุ่งโรจน์ตุ๊กตา. สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2553.

ภัทรกิตต์ เนตินิยม. การบริหารการเงินสำหรับ SME. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร, 2546

ยุดา รักไทย และสุภาวดี วิทยะประพันธ์. การพัฒนาภาวะผู้นำ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร
, 2547

เรวดี ชาตรีวิเศษภูร์. พัฒนาระบบงานสู่ความสำเร็จ. พิมพ์ครั้งที่ 2 . กรุงเทพมหานคร : ดีไลท์, 2537

วิฑูรย์ สิมะโชคดี. SMEs เสาหลักของอุตสาหกรรมผู้ชาติ. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี
(ไทย-ญี่ปุ่น), 2542.

วิทยากร เชียงกุล. รายงานสภาวะการศึกษาไทยปี 2540. กรุงเทพมหานคร : อัมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิช
ซิ่ง, 2546.

วิมล ประคัลพงค์และคณะ. การเงินธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : บริษัท สำนักพิมพ์สุภา จำกัด, 2543

วีรนาถ มานะกิจ. พฤติกรรมของบุคคลในองค์การ. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัย
รามคำแหง, 2533

วีรวิฐ มาณะศิรินันท์. ธุรกิจส่วนตัว SME. กรุงเทพมหานคร : ชีระป้อมวรรณกรรม, 2546

วิมล อิ่มเฮง. ผู้รับจ้างผลิตรายย่อย. สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2553.

วันวิสา ปิ่นแฉ่ม. ลูกค้าประเภทซื้อส่ง. สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2553.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. องค์การและการจัดการ ฉบับปรับปรุง(ปรับปรุงใหม่).
กรุงเทพมหานคร :ซีรฟิล์มและไอทีแก๊ซ จำกัด,2542.

_____. การบริหารการตลาดยุคใหม่ . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ธรรมสาร, 2546.

ศิวาพร มัชฌุกรานนท์. การบริหารธุรกิจขนาดย่อม . พิมพ์ครั้งที่ 9.กรุงเทพมหานคร : กรมศาสนา,
2533.

สมคิด บางโม. ธุรกิจทั่วไป. กรุงเทพมหานคร : วิทย์พัฒน์,2538

_____. องค์การและการจัดการ.กรุงเทพมหานคร : บริษัทวิทย์พัฒน์จำกัด,2545.

สมชาย หิรัญกิติ และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์.การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร:ซีรฟิล์ม
และไอทีแก๊ซ, 2542.

สุนทร อุจจ์ศรี. “ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมในการจัดจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด :
กลยุทธ์ในการดำเนินงาน และภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการ.” งานวิจัยส่วน
บุคคลศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

สุปัญญา ไชยชาญ. หลักการตลาด.กรุงเทพมหานคร : บริษัท พี.เอ.ลิฟวิ่ง จำกัด,2543.

เสรี วงษ์มณฑา. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : บริษัท เอ.เอ็น. การพิมพ์ จำกัด,2548

แสงจันทร์ ศรีประเสริฐ. เศรษฐศาสตร์ทั่วไป.มหาสารคาม : ห้างหุ้นส่วนจำกัดอภิชาติการพิมพ์
,2542.

โสภณ ฟองเพชร. การเงินธุรกิจ.กรุงเทพมหานคร : บริษัทเพอร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด
,2545.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. การบริหารการตลาด กลยุทธ์ และยุทธวิธี.กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2543

อำนาจ ชีระวนิช. ผู้ประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา.
นนทบุรี : บริษัท มาเออร์ บอัส แพคเกจจิ้ง จำกัด,2544.

อุษา แซ่เตี๋ย. ลูกค้าประเภทซ้อปลีก.สัมภาษณ์,20 มกราคม 2553.

ภาษาอังกฤษ

Kotler, Philip. Marketing Management. 8th .Englewood Cliffs : Hall International, Inc. 1994.



ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา



ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

แนวคำถามที่ใช้สัมภาษณ์เจ้าของ ผู้ประกอบการตุ๊กตาผ้า

ตอนที่ 1 ความเป็นมาของการประกอบการตุ๊กตาผ้า

1. ประวัติส่วนตัว เจ้าของและผู้บริหาร “ศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว”
2. สถานที่ตั้งและเส้นทางการเดินทาง
3. การเริ่มต้นของการประกอบการตุ๊กตาผ้า

ตอนที่ 2 รูปแบบการประกอบการตุ๊กตาผ้า

1. แหล่งวัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์การผลิต
2. รูปแบบการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ
3. รูปแบบ การปฏิบัติการในส่วนของการผลิต
4. รูปแบบการจัดส่งสินค้าและการรับประกันสินค้า
5. รูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์
6. ลักษณะกลุ่มลูกค้า

ตอนที่ 3 กลยุทธ์การบริหารการประกอบการตุ๊กตาผ้า

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์
2. กลยุทธ์ด้านราคาผลิตภัณฑ์
3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือประเภทของผู้ซื้อ
4. กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน การให้ความรู้การฝึกฝนพิเศษ
5. ลักษณะพิเศษเฉพาะ สำหรับพนักงานในการปฏิบัติงานในการขาย ตุ๊กตาผ้า
6. กระบวนการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และผู้บริ โภค ให้กลับมาใช้บริการซ้ำ

ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ปัญหาจากการประกอบการตุ๊กตาผ้า

ปัญหาและอุปสรรค ในการประกอบการ และแนวทางการแก้ปัญหาในการประกอบการ ในด้านการผลิต การเงิน แรงงาน สถานที่และการขนส่ง



ผลงานวิจัยนักรักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา



ภาพที่ 2 ป้ายศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว



ภาพที่ 3 ทางเข้าสู่ศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว



ภาพที่ 4 ภาพบรรยากาศศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว



ภาพที่ 5 ตุ๊กตาตัวแรกของศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว



ภาพที่ 6 สินค้าภายในศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว



ภาพที่ 7 สินค้าภายในศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว



ภาพที่ 8 สินค้าภายในศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว



ภาพที่ 9 สินค้าภายในศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว



ภาพที่ 10 สินค้าภายในศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว



ภาพที่ 11 เจ้าของและผู้บริหารศูนย์หัตถกรรมพิเชียรแก้ว



ภาพที่ 12 บรรยายภาพร้าน รุ่งโรจน์ตุ๊กตา



ภาพที่ 13 เจ้าของและผู้บริหารร้าน รุ่งโรจน์ตุ๊กตา

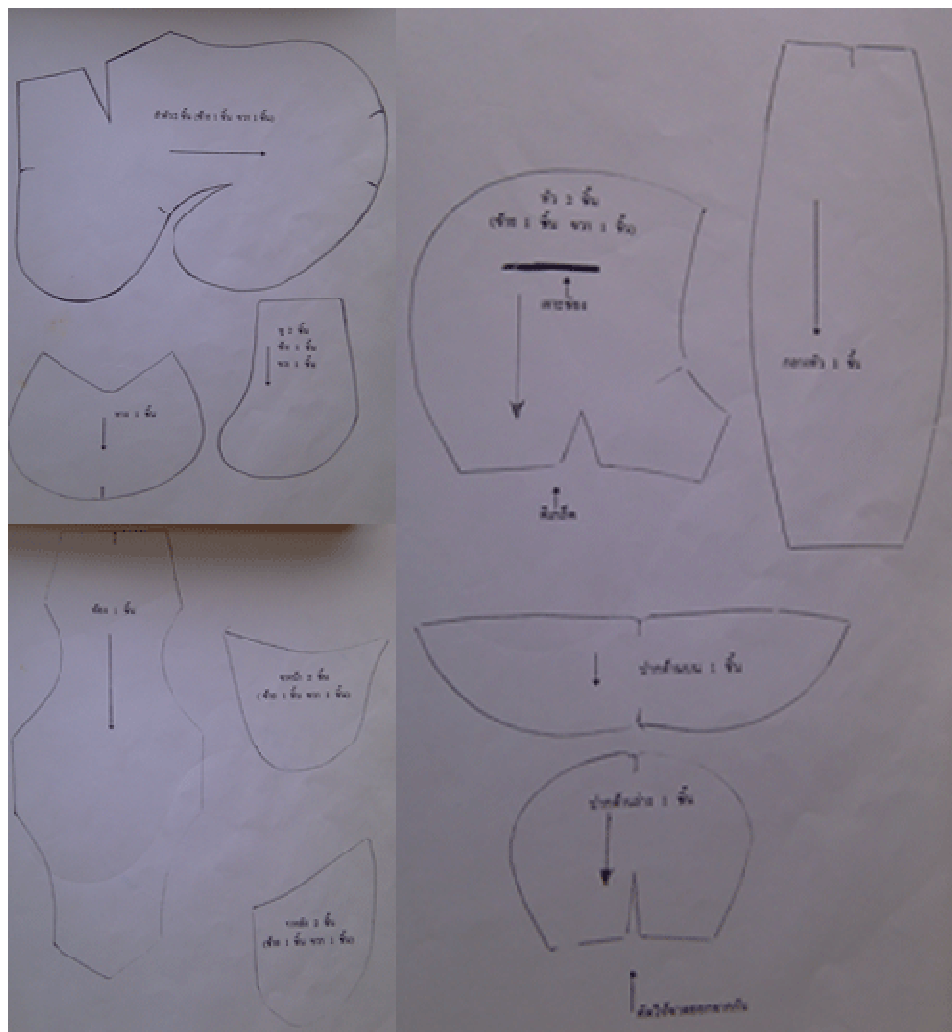


ภาพที่ 14 ตัวอย่างใบขอจดลิขสิทธิ์ของร้านตุ๊กตารุ่งโรจน์



ภาคผนวก ค
การทำคู่มือฐานข้อมูล

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา



ภาพที่ 15 แบบตุ๊กตาสุนัขตัวจิ๋ว

วัสดุอุปกรณ์

1. ผ้าขนแกะ 10 มิล สีน้ำตาลไหม้ สีครีม ๒ สีขาว (ใช้ผ้า 3 สี)
2. ฝ้าขูดขนสีครีม
3. จมูกเบอร์ 3 ตามแนวสีน้ำตาลเบอร์ 50
4. กรรไกร , เข็ม , ด้าย , กาว
5. โยโฟลีสเตอร์

วิธีทำ

วาดแบบตุ๊กตา โดยวางแบบลงบนผ้าด้านผิด (ด้านไม่มีขน) ให้ลูกศรชี้ไปตามขนผ้าดังนี้

1. ผ้า 10 มิล สีน้ำตาลไหม้

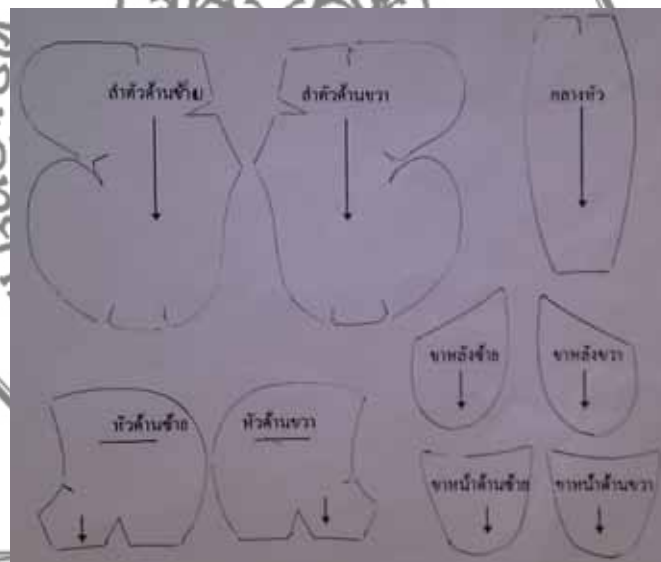
1.1 วาดลำตัว 2 ชิ้น(ด้านซ้ายและขวาใช้แบบเดียวกันคว่ำแบบและหงายแบบให้ประกบกันได้)

1.2 วาดหัวด้านข้าง 2 ชิ้น (ซ้าย – ขวา)

1.3 ขาหน้า 2 ชิ้น(ซ้าย – ขวา)

1.4 ขาหลัง 2 ชิ้น(ซ้าย – ขวา)

1.5 กลางหัว 1 ชิ้น



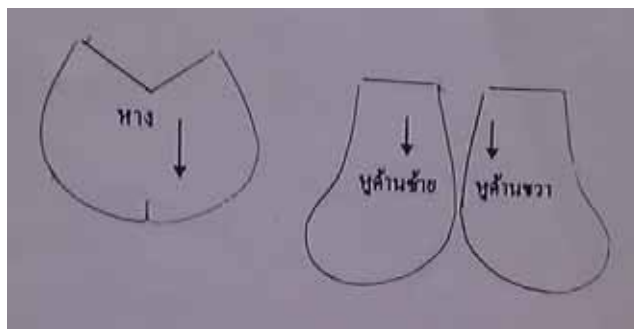
ภาพที่ 16 ภาพการวาดแบบตุ๊กตา

ผลงานวิจัยนศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

2. ผ้าขนาด 10 มิล สีครีมไข่

2.1 วาดหาง 1 ชิ้น

2.2 วาดหู 2 ชิ้น



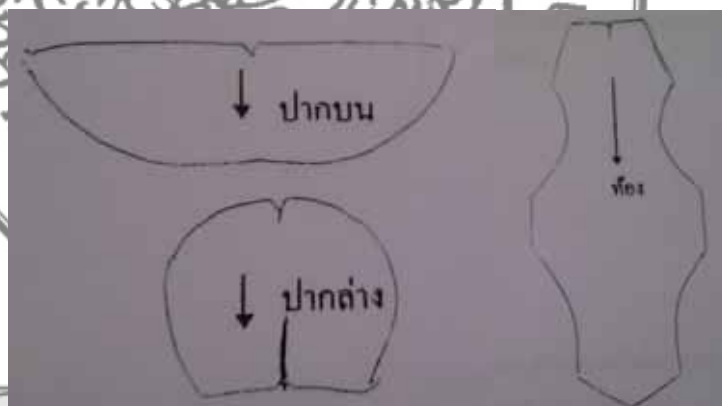
ภาพที่ 17 ภาพการวาดหางและหู

3. ผ้าขนาด 10 มิล สีขาว

3.1 วาดท้อง 1 ชิ้น

3.2 วาดปากบน 1 ชิ้น

3.3 วาดปากล่าง 1 ชิ้น



ภาพที่ 18 ภาพการวาดปากและท้อง

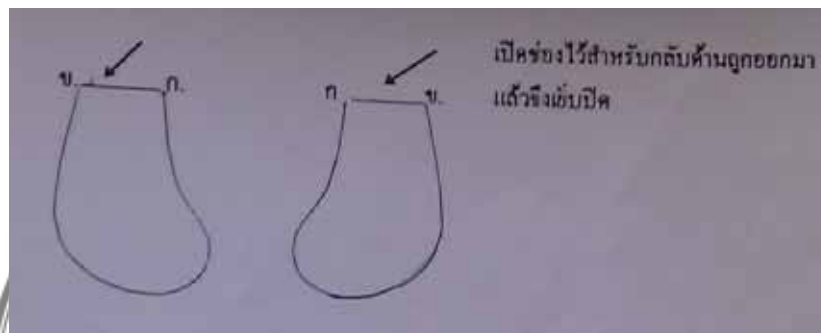
4. ผ้าชุดขนสีครีม

4.1 วาดหู 2 ชิ้น (ซ้าย-ขวา) เมื่อวาดครบทุกชิ้นส่วนแล้วใช้กรรไกรตัดตามเส้นที่วาด

การเย็บ

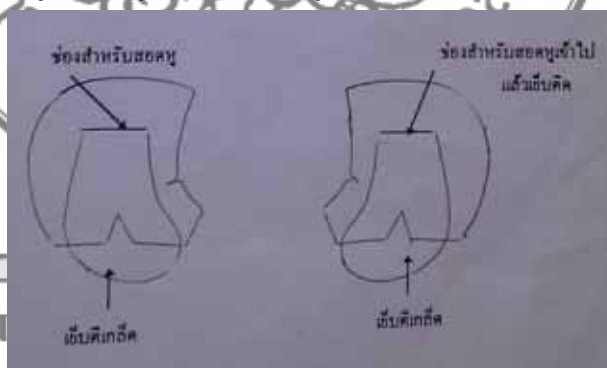
ส่วนหัวตุ๊กตาสุนัขตัวจิ๋ว

1. นำหูชั้นที่เป็นผ้าขนเคสึkrim ไข่และผ้าชุดมาวางประกบกันด้านถูก(มีขน) อยู่ด้านใน ด้านผิดอยู่ด้านนอกแล้วเย็บจากจุด ก. วนไปถึงจุด ข. จาก ข. – ก. ไม่ต้องเย็บ เปิดช่องไว้สำหรับกลับด้านตุ๊กออกมา แล้วจึงเย็บปิด เย็บเช่นเดียวกันทั้งหูด้านซ้ายและหูด้านขวา ด้านผ้าขนเคสึkrimจะเป็นคู่ด้านถูก(ด้านนอก) ผ้าชุดขนจะอยู่ด้านใน



ภาพที่ 19 ภาพการเย็บส่วนหู

2. นำหัวด้านข้างซ้ายและขวามาเย็บติดเกล็ด แล้วนำหูมาสอดเข้าในช่องแล้วเย็บติดกับชั้นหัวทั้งสองข้าง หูด้านผ้าชุดขนจะอยู่ข้างใน หูด้านผ้าขนจะอยู่ข้างนอก



ภาพที่ 20 ภาพการเย็บส่วนหัว

3. นำชั้นกลางหัว หัวด้านซ้าย หัวด้านขวา ปากด้านล่าง มาเย็บติดกัน ดังนี้

3.1 เริ่มจากจุด ก. ของชั้นกลางหัว ชนกับ จุด ก. ของชั้นหัวด้านขวา เย็บไล่ไปตามความโค้งของชั้นหัวด้านขวา ไปจนจุด ข. ของชั้นกลางหัวชนกับจุด ข. ของชั้นกลางหัวด้านขวา ด้านซ้ายก็เย็บเช่นเดียวกัน

3.2 นำชั้นปากบนมาเย็บติดกับหัว เริ่มจากจุด ง. ด้านซ้าย ผ่านจุด ก. ด้านซ้าย มาถึงจุด ค.(จุดกึ่งกลาง) แล้วเย็บต่อมาถึงจุด ก.ด้านขวา ต่อไปถึงจุด ง. ด้านขวา

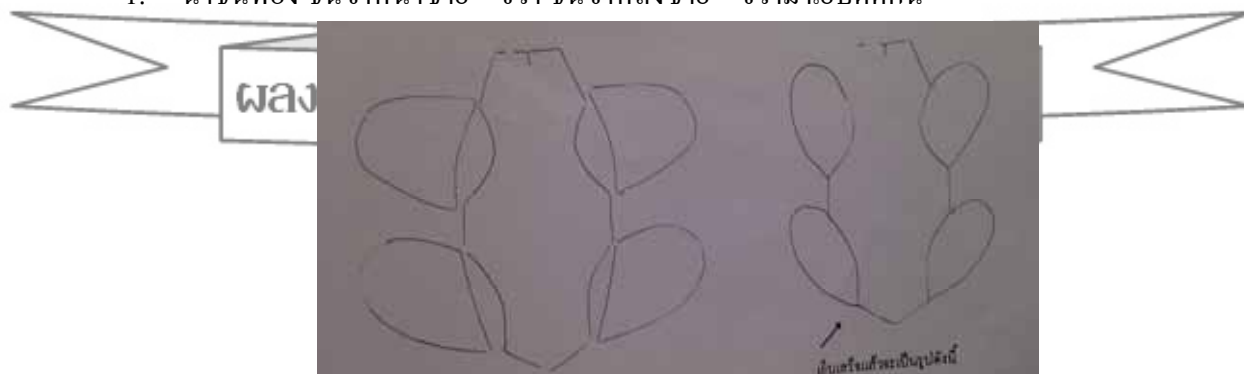
- 3.1. นำชิ้นปากกลางมาเย็บติดกับปากบน โดยเริ่มจากจุด จ. ด้านซ้ายชนกัน แล้วเย็บมาถึงจุด ง. ด้านซ้าย เย็บโค้งตามรูปปากมาถึงจุด ข.(จุดกึ่งกลาง) เย็บต่อมาถึงจุด ง. ด้านขวา ต่อมาถึงจุด จ. ด้านขวา เสร็จแล้วเย็บจาก จ. ถึง ข.



ภาพที่ 21 ภาพการเย็บส่วนหัวและปาก

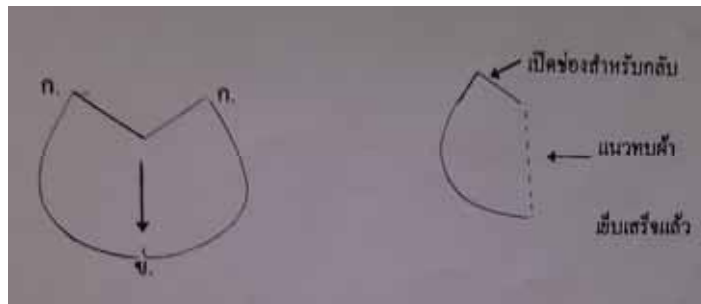
การเย็บส่วนตัวตุ๊กตา

1. นำชิ้นท้อง ชิ้นขาหน้าซ้าย – ขวา ชิ้นขาลังซ้าย – ขวามาเย็บติดกัน



ภาพที่ 22 ภาพการเย็บส่วนท้องและขา

2. ชิ้นหางจับทบกันให้ด้านมีขนผ้า(ด้านถูก) อยู่ข้างใน ด้านเรียบ(ด้านผิด) อยู่นอกแล้วเย็บ วนจากจุด ก. มาถึงจุด ข. ด้านบนเปิดช่องไว้สำหรับกลับด้านถูกออกมา แล้วเย็บปิด



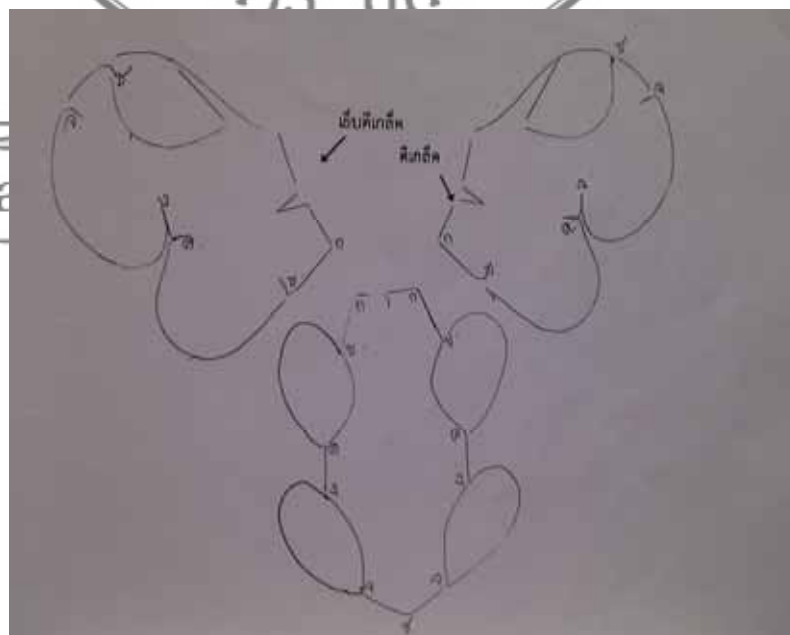
ภาพที่ 23 ภาพการเย็บหาง

- นำหางไปเย็บติดกับลำตัวด้านซ้ายตรงจุด ข. แล้วนำชิ้นตัวด้านขวาวางประกบทับให้ผ้าด้านถูกอยู่ข้างใน ด้านผิดอยู่ข้างนอก แล้วเย็บจากจุด ก. ถึงจุด ข.



ภาพที่ 24 ภาพการเย็บหางติดกับลำตัว

- นำชิ้นท้องและลำตัวมาเย็บติดกันดังนี้



ภาพที่ 25 ภาพการเย็บท้องติดกับลำตัว

เริ่มเย็บจากจุด ก. ของลำตัวด้านซ้ายติดกับจุด ก.ของท้องด้านซ้ายลงมาถึงจุด ข. วนไปถึงจุด ค. จากจุด ค. ไปหาจุด ง. จากจุด ง. เย็บวนไปหาจุด จ. และจากจุด จ. ไปถึงจุด ช. ด้านขวาเริ่มจาก ก. – ช. เช่นเดียวกัน ก็จะได้ส่วนที่เป็นบ่าตัวสุนัขจิว

- นำส่วนหัวกับลำตัวมาเย็บต่อกัน เปิดช่องสำหรับขั้วโย แล้วเย็บปิดให้เรียบร้อย แล้วใช้กาวติดตาและจมูก จะได้ตุ๊กตาสุนัขตัวจิวที่น่ารัก



ภาพที่ 26 ตุ๊กตาสุนัขตัวจิว

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นางสาววราพร อางนันทน์

ที่อยู่ 106 ม.11 ต.หนองงูเหลือม อ.เมือง จ.นครปฐม 73000 โทรศัพท์ 081-981-9269

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2547 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาคอมพิวเตอร์
ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

พ.ศ. 2551 ศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิต
วิทยาลัยมหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2552 – ปัจจุบัน บริษัท กรุงเทพธุรกิจบริการ จำกัด

พ.ศ. 2551 – 2552 บริษัท เอส.ที.เทรลเลอร์ จำกัด

พ.ศ. 2548 - 2550 บริษัท ดี ซี ทู ดีไซน์สเตรชั่น จำกัด

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา