

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในบทนี้แสดงผลการศึกษาการวิจัยและพัฒนาธุรกิจนาคบ่อในชุมชนจังหวัดสangklaburi ของ 6 กรณีศึกษา ซึ่งเป็นโครงการวิจัยอย่าง 6 โครงการคือ

1. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ถั่วลิสงค้าวทราย กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคีรีสร้างสรรค์ หมู่ที่ 4 ตำบลน้ำน้อย อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสangklaburi
  2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์น้ำตาลผงของกลุ่มสตรีบ้านคลองฉนวน หมู่ที่ 6 ตำบลชุมพล อําเภอสทิงพระ จังหวัดสangklaburi
  3. การพัฒนาส่งเสริมการตลาดของธุรกิจหัตถกรรมอิฐและกระเบื้องดินเผา บ้านท่านาห้อม ตำบลน้ำน้อย อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสangklaburi
  4. การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา บ้านสทิงหม้อ ตำบลสทิงหม้อ อําเภอสิงหนคร จังหวัดสangklaburi
  5. การพัฒนาศักยภาพด้านการบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์โ่องปูนซีเมนต์ บ้านบ่อคาน ตำบลบ่อคาน อําเภอสทิงพระ จังหวัดสangklaburi
  6. รูปแบบการแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จักราน ใจกลางตัวเมืองบ้านชุมแพ ตำบลดีหลวง อําเภอสิงหนคร จังหวัดสangklaburi
- ในแต่ละกรณีศึกษาได้เสนอผลการศึกษาตามประเด็นต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ การวิจัยและขั้นตอนในการวิจัย คือ
1. ผลการศึกษาสภาพทั่วไปและปัญหาการดำเนินงานเฉพาะด้านใดด้านหนึ่งที่แต่ละกรณีศึกษาเห็นว่ามีความสำคัญและเลือกแก้ปัญหาและพัฒนา
  2. แนวทางการพัฒนาและผลการพัฒนา
  3. ผลการทดลองใช้สิ่งที่พัฒนาและการประเมินผล

## 1. กรณีศึกษาที่ 1 : การพัฒนาระบบจัดการผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีบ้านคลองจนวน หมู่ที่ 6 ตำบลชุมพล อําเภอสหทิพะ จังหวัดสงขลา

### 1.1 สภาพทั่วไปและปัญหาการดำเนินงานทางด้านการตลาด โดยเฉพาะเรื่องบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์น้ำตาลผง ของกลุ่มสตรีบ้านคลองจนวน มีดังนี้

สำหรับตัวผลิตภัณฑ์น้ำตาลผงสำหรับชงของกลุ่มสตรีบ้านคลองจนวน จัดว่าข้างไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปนัก เพราะเป็นตัวผลิตภัณฑ์ที่นิยมทำกันในเฉพาะพื้นที่ เมื่อมีการจัดวางขายตัวผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดทั่วๆ ไปปรากฏว่ายังไม่ค่อยได้รับความสนใจจากลูกค้าเท่าไนก็ ลูกค้าที่ซื้อประจำของกลุ่มนั้นจะเป็นผู้ขายปลีกที่มาจากกรุงเทพฯ โดยจะสั่งซื้อครั้งละหลายๆ กิโลกรัม เพื่อนำไปขายต่อ โดยใช้บรรจุภัณฑ์ใหม่ และใช้แพลกสินค้าของตนเอง จึงทำให้ผู้ซื้อสินค้าจากผู้ขายดังกล่าวไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีบ้านคลองจนวน เพราะว่าตัวบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มสตรีบ้านคลองจนวนไม่มีความดึงดูดใจที่จะทำให้ลูกค้ามีความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์หรือต้องการซื้อสินค้า เพราะจากที่ทางกลุ่มได้สังเกตเห็นนั้น พบว่าผลิตภัณฑ์น้ำตาลผงสำหรับชง บรรจุอยู่ในถุงพลาสติกสีขาวมีขนาดถุงละ 10 บาท มีปริมาณ 200 กรัม และขนาดถุงละ 40 บาท ปริมาณ 1 กิโลกรัม ตัวถุงที่ดีจะเพื่อบรรจุหัวขอตัวผลิตภัณฑ์และสถานที่ มีรูปแบบไม่ค่อยสะดวกเท่าไนก็จึงทำให้สินค้าไม่ค่อยได้รับความสนใจจากลูกค้าเท่ากันน้ำตาลแวร์ที่เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ของกลุ่มนี้ซึ่งได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักของลูกค้ามากกว่า

ทางด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีบ้านคลองจนวน ทางกลุ่มได้จัดรูปแบบการจัดจำหน่ายออกเป็น 2 รูปแบบ คือ ขายปลีกและขายส่ง โดยขนาดของผลิตภัณฑ์จะแบ่งออกเป็น 2 ขนาด คือ ขนาดถุงละ 200 กรัม และขนาดถุงละ 1 กิโลกรัม นอกจากนี้ทางกลุ่มสตรีบ้านคลองจนวน ได้กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นเครื่องประ斯顿กับปัญหาภาวะการขาดทุนเนื่องมาจากการกลุ่มได้ขายสินค้าเป็นเงินเชื่อให้แก่ลูกค้า โดยลูกค้าจะชำระเงินในวัดดัดไปหรือเรียกตามภายหลังว่า “จวดต่อวง” คือลูกค้าจะรับสินค้าไปขายก่อน แล้วเมื่อขายสินค้าหมดลูกค้าก็จะนำเงินมาชำระคืนพร้อมทั้งรับสินค้าไปขายต่อ แต่พบว่ามีลูกค้าบางรายเมื่อนำสินค้าไปแล้วไม่จ่ายชำระเงินหรือจ่ายไม่ครบตามจำนวน ด้วยสาเหตุนี้ทำให้ทางกลุ่มสตรีบ้านคลองจนวนได้ยกเลิกระบบการขายแบบสินเชื่อ ดังนั้นเมื่อลูกค้าซื้อสินค้าลูกค้าจะต้องจ่ายชำระเงินในทันทีที่รับสินค้าไปเพื่อป้องกันปัญหาการขาดทุนจากสถานะเหตุดังกล่าว

สำหรับในเรื่องของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าประจำ เช่น พ่อค้าคนกลาง กลุ่มลูกค้าจากกรุงเทพฯ ซึ่งกลุ่มลูกค้าเหล่านี้จะสั่งซื้อครั้งมากๆ โดยจะสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์ เพื่อให้ทางกลุ่มผลิตสินค้าได้เพียงพอตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ และกลุ่ม

ลูกค้าเป้าหมายอีกกลุ่มหนึ่งคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัด หรือกลุ่มนักศึกษาที่เดินทางผ่านแล้วสนใจและซื้อผลิตภัณฑ์

สำหรับสภาพปัจจุบันด้านการตลาดโดยเฉพาะตัวบรรจุภัณฑ์ มีข้อบกพร่องคือ

1. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ทำให้ไม่สะดวกในการใช้และทำให้น้ำตาลมีความชื้นได้ง่าย เพราะถุงมีลักษณะเป็นถุงพลาสติกผูกยาง ขนาดบรรจุถุงละ 200 กรัม
2. ตัวบรรจุภัณฑ์ไม่มีฉลากบอกประโภชชื่อใช้สอย และรูปถักยัณของบรรจุภัณฑ์ ไม่สอดคล้องกับผู้ซื้อและไม่มีสีสัน

## 1.2 แนวทางการพัฒนาและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำตาลผงของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านคลองจนวน

ดังนี้จากข้อสรุปปัจจุบันเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์น้ำตาลผง ดังกล่าวผู้วิจัยได้จัดสนทนากลุ่มเพื่อระดมสมองหารูปแบบในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สรุปผลการสนทนากลุ่ม ได้สาระสำคัญดังนี้คือ

1. เพิ่มรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นของพลาสติกใสขนาดบรรจุ 10 กรัม และปิดปากของด้วยการซีล เพื่อทำให้สะดวกในการบริโภคกับกาแฟ
2. ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาด 200 กรัม ซึ่งเป็นถุงพลาสติกมัดยางเป็นถุงพลาสติกที่ปิดปากถุงด้วยการซีล เพื่อทำให้รักษาคุณภาพของน้ำตาลไม่ให้ชื้นเร็ว
3. ออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์แบบของขนาดบรรจุ 10 กรัม โดยฉลากนั้นเป็นสติ๊กเกอร์ซึ่งเขียนเฉพาะชื่อผลิตภัณฑ์และมีตราสินค้า
4. ออกแบบฉลากที่มีชื่อและตราผลิตภัณฑ์โดยมีรูปใบatalเป็นพื้น นอกจากนั้นระบุรายละเอียดเรื่องคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และสถานที่ผลิต

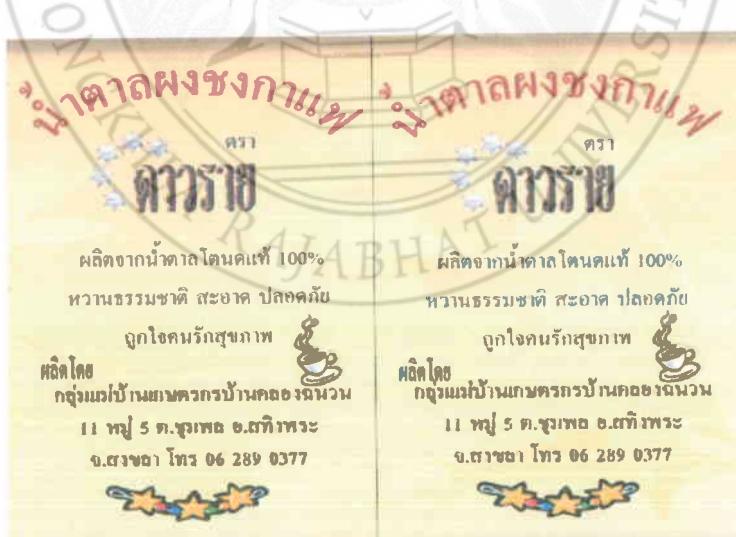
หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ร่วมกับกลุ่มธุรกิจ วางแผนการพัฒนาโดยจัดทำโครงการพัฒนาชื่อโครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำตาลผง ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านคลองจนวนแล้วผู้วิจัยและกลุ่มธุรกิจได้ดำเนินการพัฒนาได้บรรจุภัณฑ์ 2 รูปแบบ คือ

1. บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะ เป็นของพลาสติกใสขนาดบรรจุ 10 กรัมและมีฉลากที่เป็นสติ๊กเกอร์เขียนเฉพาะชื่อผลิตภัณฑ์ ละมีตราสินค้าเป็นรูปดาว 5 ดวง โดยมีรูปใบatalเป็นคลอกหลัง ดังมีตัวอย่างฉลาก ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 ฉลากบรรจุภัณฑ์น้ำตาลผงของขนาดบรรจุ 10 กรัม

2. บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นถุงพลาสติก ปิดปากถุงด้วยการซีล ขนาดบรรจุ 200 กรัม ติดฉลากที่มีชื่อและตราผลิตภัณฑ์โดยมีรูปใบตาลเป็นพื้น และในฉลากระบุรายละเอียด คุณสมบัติ ของผลิตภัณฑ์ เช่น เป็นน้ำตาลโคนคแท้ 100% จากธรรมชาติ เป็นต้น นอกจากนั้นยังระบุผู้ผลิต สถานที่ผลิต พร้อมเบอร์โทรศัพท์ โดยมีตัวอย่างฉลาก ดังภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 ฉลากบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์น้ำตาลผงแบบถุงขนาด 200 กรัม

### 1.3 ผลการทดลองใช้บรรจุภัณฑ์พัฒนาแล้วและการประเมินผล

เมื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงชงกาแฟแล้วจึงได้นำบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาแล้วไปทดลองขายตลาด โดยใช้บรรจุภัณฑ์ใส่น้ำตาลโตนดผงแล้วนำไปวางจำหน่ายในงานแสดงสินค้า OTOP ที่ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ในระหว่างวันที่ 8 – 12 ธันวาคม 2549 ในระหว่างช่วงเวลาดังกล่าวได้ติดตามประเมินผลการทดลองใช้บรรจุภัณฑ์น้ำตาลโตนดผง โดยมีกรอบแนวทางการประเมิน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 4.1 กรอบแนวทางการประเมินความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำตาลผงชงกาแฟ

| วัตถุประสงค์การประเมิน                           | ตัวชี้วัด   | เครื่องมือเก็บข้อมูล<br>ตัวชี้วัด                              | แหล่งข้อมูล   | การวิเคราะห์   | เกณฑ์การประเมินผล   |
|--|---|--|---|--|---|
| ความพึงพอใจของผู้ซื้อต่อบรรจุภัณฑ์น้ำตาลผงชงกาแฟ | คะแนนความพึงพอใจของผู้ซื้อต่อบรรจุภัณฑ์น้ำตาลผงชงกาแฟ | แบบสอบถาม<br>ของผู้ซื้อต่อ<br>บรรจุภัณฑ์<br>น้ำตาลผงชง<br>กาแฟ | ผู้ซื้อสินค้าใน<br>งาน OTOP<br>จำนวน 100 คน<br>ที่ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี<br>ระหว่างวันที่<br>8-12 ธันวาคม<br>2549 | ใช้วิธีการหา<br>ค่าเฉลี่ยจาก<br>คะแนนความ<br>พึงพอใจ | คะแนน ความพึงพอใจจัด<br>เป็นแบบ Rating Scale<br>เป็น 5 ระดับ คือ <sup>มากที่สุดมีคะแนนเท่ากับ 5</sup><br><br>มาก “ 4<br>ปานกลาง “ 3<br>น้อย “ 2<br>น้อยที่สุด “ 1 |

จากการอนแนวทางการประเมินดังกล่าวผู้วิจัยได้ดำเนินการแล้วมีผลการประเมิน ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ระดับความพึงพอใจของผู้ชี้อิที่มีต่อบรรจุภัณฑ์นำตาลดงชงกาแฟ

| รายการประเมิน                       | ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจ |
|-------------------------------------|---------------------------|
| 1. ด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์             |                           |
| สีสัน                               | 3.03                      |
| รูปทรงและขนาด                       | 3.61                      |
| ความเหมาะสมของวัสดุ                 | 3.76                      |
| ความชัดเจนของป้ายฉลาก               | 4.15                      |
| ความทันสมัย                         | 2.85                      |
| 2. ด้านความสะดวกของการใช้บรรจุภัณฑ์ |                           |
| การเก็บรักษา                        | 3.44                      |
| การนำไปใช้                          | 3.46                      |
| การขนส่ง                            | 2.65                      |
| 3. ด้านคุณภาพของบรรจุภัณฑ์          |                           |
| ความสะอาด                           | 3.05                      |
| การปกป้องสินค้า                     | 3.45                      |
| ความแข็งแรงคงทน                     | 3.40                      |

จากตารางที่ 4.2 ผลการประเมินด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์พบว่า ผู้ชี้อิ้มีความพึงพอใจในทุกองค์ประกอบอยู่ในระดับมาก ยกเว้นความพึงพอใจเรื่องสีสันและความทันสมัยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความพึงพอใจของผู้ชี้อิในเรื่องความสะดวกของการใช้บรรจุภัณฑ์นั้น องค์ประกอบต่างๆ ได้รับความพึงพอใจจากผู้ชี้อิในระดับมาก ยกเว้นเรื่องการขนส่งที่ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ท้ายสุดระดับความพึงพอใจในองค์ประกอบต่างๆ ในด้านคุณภาพของบรรจุภัณฑ์มีระดับปานกลาง ในเรื่องความสะอาดและความแข็งแรงคงทน และมีความพึงพอใจในเรื่องการปกป้องสินค้าในระดับมาก จากผลการศึกษานี้พบว่า ความพึงพอใจในตัวบรรจุภัณฑ์ เรื่องความทันสมัย สีสัน การขนส่ง และความสะอาด ยังอยู่ในระดับปานกลางที่สมควรมีการปรับปรุงต่อไป

## 2. กรณีศึกษาที่ 2 : การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ถั่วถิลงคั่วทราย กสุ่นแม่น้ำบ้าน เกษตรกรครีสร้างสรรค์ หมู่ที่ 4 ตำบลน้ำน้อย อําเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2.1 สภาพทั่วไปและปัญหาการดำเนินงานทางด้านการตลาด โดยเฉพาะเรื่องบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ถั่วถิลงคั่วทรายของกสุ่นแม่น้ำบ้านเกษตรกรครีสร้างสรรค์ มีดังนี้

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ถั่วถิลงคั่วทรายของกสุ่นนั้นเป็นถุงพลาสติกแบบหนา ไม่มีความถ่าย ไม่มีการพับที่ก้นถุง และพับด้านข้างถุง (ภาพที่ 4.3) ด้วยเหตุนี้จึงทำให้บรรจุภัณฑ์ไม่เป็นที่ดึงดูดใจและยังไม่เป็นที่น่าจะซื้อของลูกค้า ฉลากสินค้ายังไม่มีจุดเด่น ตราสินค้ายังไม่มีความชัดเจน ยังไม่ระบุรายละเอียดของสินค้า เช่น ประโภชน์หรือคุณค่าทางโภชนาการ และไม่มีสัญลักษณ์หรือจุดเด่นที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ หรือไม่มีการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ถั่วถิลงคั่วทรายก่อนการพัฒนา

## 2.2 แนวทางการพัฒนาและการพัฒนาระบบภัยท่องผลิตภัณฑ์ถ้วนสังค่าวทรายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคีรีสร้างสรรค์

จากข้อสรุปปัญหาเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้จัดให้วิทยากร ซึ่งเป็นอาจารย์สาขาวิชาการตลาดมาบรรยายให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องบรรจุภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์แก่คณะผู้วิจัยและกลุ่มธุรกิจ หลังจากนั้น ได้มีการสนทนากลุ่มเพื่อระดมสมองหารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาให้ดีกว่าเดิมและเป็นที่พอใจของธุรกิจ โดยมีสาระสำคัญดังนี้

### 2.2.1 สรุปสาระสำคัญจากการบรรยายเรื่อง “การพัฒนาและการออกแบบบรรจุภัณฑ์” ดังนี้คือ

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง กิจกรรมเกี่ยวกับการออกแบบการผลิตภาชนะบรรจุ หรือสิ่งห่อหุ้มสินค้า เพื่อความปลอดภัยและประโยชน์ใช้สอย เป็นเครื่องมือที่สำคัญในด้านการตลาด โดยบรรจุภัณฑ์มีหน้าที่ที่สำคัญ 2 ด้าน คือ ด้านเทคนิคและด้านการตลาด หน้าที่ด้านเทคนิค เช่น การบรรจุ การป้องกันคุณภาพอาหาร การขนส่ง การวางแผนขาย และการรักษาสิ่งแวดล้อม หน้าที่ด้านการตลาดของบรรจุภัณฑ์ คือ การส่งเสริมการขาย การแสดงข้อมูล และดึงดูดความสนใจ เป็นต้น

สำหรับประเภทของบรรจุภัณฑ์ มี 3 ประเภท คือ

1. บรรจุภัณฑ์ชั้นใน เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ห่อหุ้มตัวสินค้า เพื่อป้องกันรักษาไม่ให้ตัวสินค้าได้รับความเสียหาย หรือเพื่อความสะดวกในการนำไปใช้งาน

2. บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สอง เพื่อห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นที่หนึ่ง ป้องกันไม่ให้ตัวสินค้าเสียหาย และยังช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้า เพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค

3. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง ทำหน้าที่ในการเก็บรักษาและขนส่งสินค้า

นอกจากนี้ ป้ายฉลากยังเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ควบคู่กับการบรรจุภัณฑ์ โดยจะแสดงข้อมูลรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. ป้ายฉลากแสดงตราสินค้า

2. ป้ายฉลากแสดงคุณภาพของสินค้า

3. ป้ายฉลากแสดงรายละเอียดของสินค้า วิธีการใช้ ส่วนประกอบ สถานที่ผลิต วันเดือนปีที่ผลิต และวันหมดอายุ

### 2.2.2 สาระสำคัญจากการระดมสมอง เพื่อพัฒนาระบบภัยท่องผลิตภัณฑ์ มีดังนี้คือ

กลุ่มผู้วิจัยและกลุ่มธุรกิจได้ร่วมกันออกแบบบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ที่แก้ไขข้อบกพร่องของแบบเดิม โดยบรรจุภัณฑ์ใหม่ได้มีฉลากสินค้า ซึ่งมีตราสินค้าที่ชัดเจน ชื่อสินค้า และคำโฆษณาจูงใจ นอกจากนั้นในฉลากได้ให้ข้อมูลที่สำคัญ เช่น ประโยชน์และคุณค่า

ทางอาหารของสินค้า ที่อยู่ของแหล่งผลิตและที่สำคัญคือ มีสัญลักษณ์ที่ได้รับการตรวจสอบจากองค์กรอาหารและยา พร้อมทั้งวัน เดือน ปีที่ผลิตและหมดอายุ

ส่วนตัวบรรจุภัณฑ์นี้ได้เปลี่ยนรูปแบบจากถุงพลาสติกแบบหนา ไม่มีความถาวร ไม่มีการพับกัน หรือพับข้างเป็นถุงพลาสติกแบบหนาสีใส มีความถาวร พับข้าง ซึ่งปากถุง และจับจีบที่ปากถุง ดังภาพที่ 4.4 ตัวบรรจุภัณฑ์ใหม่นั้นนี้



ภาพที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ถั่วลิสงคั่วทรายที่พัฒนาแล้ว

### 2.3 ผลการทดลองใช้บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาแล้ว

เมื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ คือ ถุงใส่ถั่วลิสงคั่วทรายในรูปแบบใหม่ได้แล้ว กลุ่มธุรกิจได้นำไปใช้และวางแผนค้าขายที่สหกรณ์หมู่บ้าน โดยมีการประเมินผลความพึงพอใจจากผู้ซื้อ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้สอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มธุรกิจและร้านที่รับสินค้าไปจำหน่ายผลปรากฏว่ามีความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ใหม่ซึ่งมีสีสันสวยงามมากขึ้น มีความสะดวกในการบรรจุและมีความมั่นคงแข็งแรงมากขึ้นกว่าเดิม

### **3. กรณีศึกษาที่ 3 : การพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจหัตถกรรมอิฐและกระเบื้องมุงหลังคาดินเผา บ้านท่านางหอม ตำบลน้ำหน้อย อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**

#### **3.1 สภาพทั่วไปและปัญหาการดำเนินงานทางด้านการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจหัตถกรรมอิฐและกระเบื้องมุงหลังคาดินเผา บ้านท่านางหอม มีดังนี้**

ธุรกิจไม่มีลูกค้าประจำแน่นอน ดังนั้นจึงผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อเท่านั้น ลูกค้าของธุรกิจส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับที่พักที่เที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานี ลูกค้าที่อยู่ในจังหวัดสงขลาหรือใกล้เคียงมีน้อย และปัจจุบันนี้กระเบื้องมุงหลังคาดินเผาไม่ได้รับความนิยม เพราะบุญยากในการใช้ไม่สามารถแข่งขันกับกระเบื้องมุงหลังคาที่ทำจากปูนซีเมนต์แบบสมัยใหม่ ซึ่งมีความสะดวกในการใช้มากกว่า นอกจากนั้นสินค้านี้ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายในปัจจุบัน และธุรกิจเองไม่มีการประชาสัมพันธ์ เพราะไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบยังมีศักยภาพที่จะเพิ่มการผลิตกระเบื้องมุงหลังคาดินเผานี้ได้อีกมาก และกระเบื้องนี้มีคุณสมบัติที่ดีกว่ากระเบื้องปูนซีเมนต์ เพราะว่าทำให้ภายในบ้านที่ใช้กระเบื้องนี้มีความเย็นมากกว่า เนื่องจากเป็นวัตถุที่มาจากการธรรมชาติ ดังนั้นถ้าสินค้านี้มีการส่งเสริมทางการตลาดให้ลูกค้ารู้จักแพร่หลายมากขึ้น ก็ทำให้ธุรกิจเพิ่มยอดขายได้ และเป็นทางเลือกเพิ่มขึ้นให้แก่ประชาชนที่นิยมวัสดุจากธรรมชาติ

#### **3.2 แนวทางการพัฒนาและการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจหัตถกรรมอิฐและกระเบื้องมุงหลังคาดินเผา**

จากสภาพปัจจุหาใน 3.1 คณะผู้วิจัยจึงได้จัดstanทนาภกุ่มเพื่อระดมสมองหาแนวทางการส่งเสริมการตลาดได้ผลดังนี้คือ

คณะวิจัยพร้อมผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด ได้เสนอแนวทางการส่งเสริมการตลาด โดยจัดทำสื่อต่างๆ เพื่อโฆษณากระเบื้องมุงหลังคาดินเผา (ดังภาพที่ 4.5 – 4.9) คือ

##### **1. ป้ายโฆษณาจำนวน 4 ป้าย ดังนี้ คือ**

- จัดทำป้ายบริเวณโรงอิฐและกระเบื้องดินเผาจำนวน 1 ป้าย
- จัดทำป้ายทางเข้าโรงอิฐและกระเบื้องดินเผาจำนวน 1 ป้าย
- จัดทำป้ายบริเวณถนนลพบุรีรามศรีฯ จำนวน 2 ป้าย

##### **2. จัดทำนามบัตรของผู้ประกอบการ**

##### **3. จัดทำแผ่นพับแนะนำสินค้า**

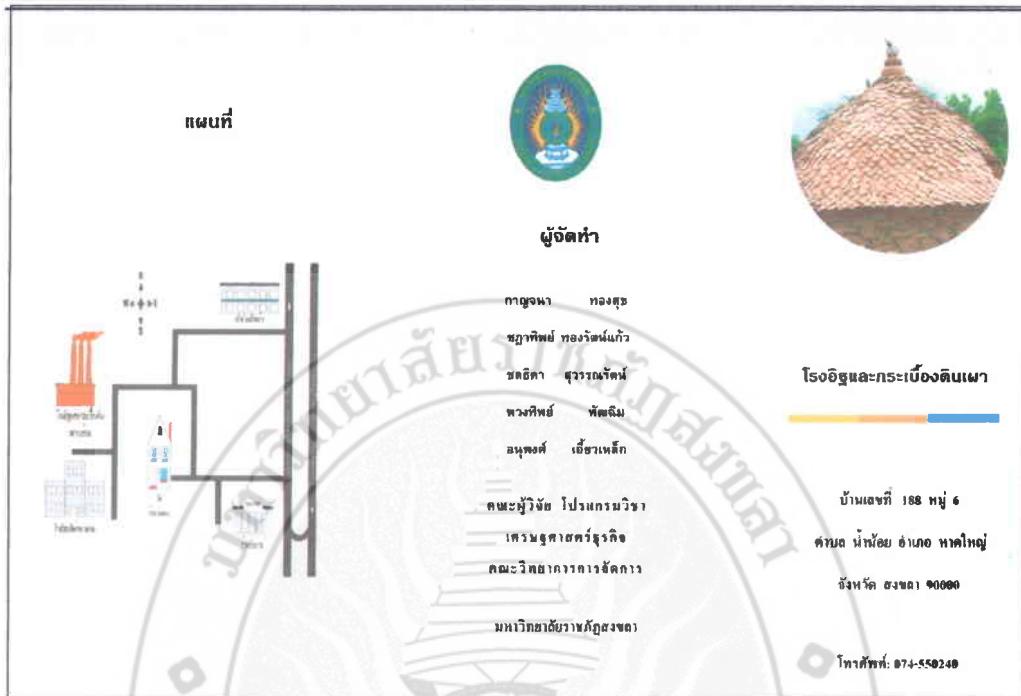
เมื่อได้แนวทางการจัดทำสื่อต่างๆ ดังกล่าวแล้ว คณะวิจัยได้จัดทำสื่อดังกล่าว โดยได้รับความสนับสนุนวัสดุ และแรงงานจากผู้ประกอบการธุรกิจและองค์กรบริหารส่วนตำบล



ภาพที่ 4.5 ป้ายโฆษณาเพื่อติดตั้งที่ทางเข้าและบริเวณหน้าโรงอิฐและกระเบื้องคินเพา



ภาพที่ 4.6 ป้ายโฆษณาเพื่อติดตั้งริมถนนพบบูรีแม่ศรี



ภาพที่ 4.7 แผ่นพับโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าด้านหน้า

#### ภาพที่ 4.8 แผ่นพับโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าด้านหลัง



ภาพที่ 4.9 นามบัตรของผู้ประกอบการอิฐและกระเบื้องดินเผาบ้านท่านา闷

### 3.3 ผลการทดลองใช้สื่อเพื่อส่งเสริมการตลาดของสินค้ากระเบื้องมุนหลังคาดินเผาบ้านท่านา闷

เมื่อได้จัดทำสื่อเสริฐสื่อเสริฐเรียบร้อยแล้ว จึงนำสื่อ เข่น ป้ายไปติดตั้งในสถานที่ต่างๆ ดังกล่าว ส่วนナンบัตรและแผ่นพับ โฆษณาสินค้าให้ลูกค้าโดยผู้ประกอบการ หลังจากทดลองใช้สื่อไปได้ 1 เดือนครึ่ง ปรากฏว่ามีผู้สนใจสอบถามเกี่ยวกับสินค้าจำนวน 20 ราย และมีลูกค้าสั่งซื้อจำนวน 7 ราย เมื่อเปรียบเทียบในช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้วปรากฏว่าไม่มีผู้มาสอบถามเกี่ยวกับสินค้าเลย และมีลูกค้าสั่งซื้อสินค้าเพียง 2 รายเท่านั้น ดังนั้นสรุปว่าผลการทดลองใช้สื่อเพื่อโฆษณาสินค้าทำให้มีทั้งผู้สนใจและลูกค้าสอบถามมาเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วในช่วงเวลาเดียวกัน โดยเฉพาะลูกค้าเพิ่มขึ้น 5 ราย จาก 2 ราย

### 4. กรณีศึกษาที่ 4 : การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา บ้านทิงหม้อ ตำบลทิงหม้อ อําเภอสิงหนคร จังหวัดสระบุรี

#### 4.1 สภาพทั่วไปและปัญหาการดำเนินงานทางด้านการตลาดของธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านทิงหม้อ โดยพิจารณาจากส่วนประสมการตลาด มีดังนี้

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์ในด้านรูปแบบมี 3 ประเภท ประเภทแรกคือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน เช่น หม้อหู หม้อสวัด หม้อหุงต้ม เพลัง ไห กาน้ำ สำหรับอาหารที่สองคือ

ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นของที่ระลึกและของประดับตกแต่ง เช่น แจกัน กระถางต้นไม้ อ่างบัว เป็นต้น ประเภทที่สามคือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประโยชน์อื่นๆ เช่น ของเล่นของเด็ก กระปุกออมสิน

ผลิตภัณฑ์รูปแบบที่มีจำนวนการผลิตมากกว่าประเภทอื่น คือ ผลิตภัณฑ์ตัวที่ใช้ในครัวเรือน

ส่วนลดลายที่ใช้บนผลิตภัณฑ์กระเบื้องดินเผา ได้แก่ ลายก้านจาก หรือ ก้านมะพร้าวคู่ ลายก้านมะพร้าวหยักขึ้น ลายก้านแยก ลายลูกพริกหรือท่าแนว ลายคิวนาง และลายดอกพิกุล ในบรรดาลายทั้งหลายนี้ลายคิวนางเป็นลายเก่าแก่ที่ผู้ประกอบการนิยมใช้มากที่สุด

2. การตั้งราคาของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผานั้นผู้ประกอบการใช้หลักการตั้งราคาโดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เช่น ขนาด ความยากง่ายของการผลิต และลดลายที่ทำได้ยากหรือง่าย เป็นต้น

3. สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผานี้มีที่เดียวคือ แหล่งผลิตซึ่งอยู่ในบริเวณบ้านของผู้ประกอบการ

4. ผู้ประกอบการไม่ได้ส่งเสริมการตลาด

จากสภาพการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจปรากฏว่า ธุรกิจไม่มีการโฆษณา สินค้า และช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อย เนื่องจากธุรกิจไม่มีการส่งสินค้าไปจำหน่ายที่อื่นเลย นอกจากแหล่งผลิต ดังนั้น พ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อสินค้าที่แหล่งผลิตจึงมีเพียง 3 รายเท่านั้น

#### **4.2 แนวทางการพัฒนาและการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาน้ำเงินสหิงหม้อ**

จากสภาพปัจจุหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยและกลุ่มธุรกิจจึงได้ระดมสมองหาแนวทางแก้ปัญหา โดยมีอาจารย์สาขาวิชาการตลาด เป็นผู้ให้คำปรึกษา ผลสรุปว่า ทางธุรกิจควรจัดทำนามบัตร แผ่นพับโฆษณาสินค้าเครื่องปั้นดินเผาน้ำเงินสหิงหม้อ และแบบสอบถามลูกค้าของธุรกิจแล้วนำสินค้าไปเสนอขายพ่อค้าคนกลาง

จากข้อสรุปดังกล่าว ผู้วิจัยได้ช่วยเหลือผู้ประกอบการทำนามบัตร แผ่นพับโฆษณาสินค้า และแบบสอบถามลูกค้าของธุรกิจ

#### **4.3 ผลการทดลองหาช่องทางการจัดจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาน้ำเงินสหิงหม้อ**

เมื่อผู้วิจัยและผู้ประกอบการได้จัดทำสื่อสำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าแล้ว จึงนำสื่อต่างๆ ดังกล่าวไปแจกจ่ายและนำเสนอขายสินค้าแก่พ่อค้าคนกลาง ที่ร้านจำหน่ายต้นไม้ในอำเภอหาดใหญ่ทั้งหมด 12 ราย ผลปรากฏว่ามีผู้ประกอบการร้านจำหน่ายต้นไม้รับข้อเสนอขาย

สินค้า และตกลงคิดต่อซึ่อเครื่องปืนดินเผาบ้านทิ้งหม้อ 1 ราย และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปืนดินเผาจะดำเนินการหาช่องทางการจำหน่ายเพิ่มต่อไป

## 5. กรณีศึกษาที่ 5 : การพัฒนาศักยภาพด้านการบัญชีของธุรกิจผลิตภัณฑ์อ่องปูนซีเมนต์บ้านบ่อคาน อําเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

### 5.1 สภาพทั่วไปและปัญหาการดำเนินงานด้านการบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อ่องปูนซีเมนต์บ้านบ่อคาน

ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อ่องปูนซีเมนต์ใช้เงินทุนครั้งแรกในการประกอบธุรกิจจำนวน 60,000 บาท ซึ่งเงินทุนนี้ได้มาจากโครงการขององค์กรบริหารส่วนตำบลที่ช่วยเหลือผู้ประสบภัยแล้ง หลังจากนั้นธุรกิจไม่ได้หาเงินมาลงทุนเพิ่ม โดยอาศัยรายได้จากการจำหน่ายต้นค้ามาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนมาตลอด 25 ปีจนถึงปัจจุบัน ส่วนด้านการบัญชีธุรกิจไม่มีการจัดทำบัญชี แม้แต่การจดบันทึกรายรับรายจ่ายใดๆ เนื่องจากธุรกิจนี้มีเจ้าของรายเดียวและผู้ประกอบการมีการศึกษามาไม่สูงและขาดความรู้ในการทำบัญชี นอกจากนี้ธุรกิจยังไม่เคยได้รับการพัฒนาในการทำธุรกิจทุกด้านจากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน ในปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจคิดจะไปขอรับเงินจากกองทุนหมู่บ้านถ้าประสบปัญหาขาดแคลนเงินทุน นอกจากนี้ธุรกิจมีปัญหาว่าไม่สามารถหาเหตุผลไปบอกลูกค้าเพื่อขอขึ้นราคางานค่าไฟทั้งๆ ที่ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น เช่นค่าน้ำมันเชื้อเพลิงในการขนส่ง

### 5.2 แนวทางการพัฒนาและการพัฒนาศักยภาพทางบัญชีของธุรกิจผลิตภัณฑ์อ่องปูนซีเมนต์บ้านบ่อคาน

จากข้อสรุปปัญหาทางด้านการเงินและการบัญชีของธุรกิจดังกล่าว ในหัวข้อ 5.1 ผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านบัญชี (อาจารย์สาขาวิชาบัญชีของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา) จึงได้ช่วยกันหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจดังนี้คือ

1. จัดฝึกอบรมทักษะในการจัดทำบัญชีให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ
2. ให้ผู้ประกอบการทดลองบันทึกข้อมูลทางบัญชีเป็นเวลา 2 สัปดาห์
3. จัดการทดสอบความเข้าใจในการบันทึกข้อมูลทางบัญชี

เมื่อสรุปแนวทางการพัฒนาแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดลองปฏิบัติ โดยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญด้านบัญชีเป็นผู้ฝึกอบรมการทำบัญชีให้แก่ผู้ประกอบการเป็นเวลา 6 ชั่วโมง โดยมีสาระสำคัญ เช่น ประโยชน์ของการทำบัญชี วิธีการทำบัญชี หลังจากนั้นจึงได้ทดลองให้

ผู้ประกอบการบันทึกข้อมูลการบัญชีที่ผู้เชี่ยวชาญออกแบบให้ตามแบบฟอร์มในภาพที่ 4.10 และภาพที่ 4.11 เป็นเวลา 2 สัปดาห์ แล้วผู้เชี่ยวชาญและผู้วิจัยจะได้มาริดิตตามเพื่อตรวจสอบผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญได้ให้คำแนะนำเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ประกอบการ ได้มีความมั่นใจในการทำบัญชีเพิ่มขึ้น

| วัน เดือน ปี | รายการ | รายรับ | รายจ่าย | คงเหลือ | รหัสบัญชี |
|--------------|--------|--------|---------|---------|-----------|
|              |        |        |         |         |           |
|              |        |        |         |         |           |
|              |        |        |         |         |           |
|              |        |        |         |         |           |
|              |        |        |         |         |           |
|              |        |        |         |         |           |

ภาพที่ 4.10 แบบฟอร์มบัญชีอย่างง่าย

| รายการ                                  | รหัสบัญชี | จำนวนเงิน | จำนวนเงินรวม |
|---|-----------|-----------|--------------|
| รายได้ :                                |           |           |              |
|   |           |           |              |
|   |           |           |              |
|   |           |           |              |
|   |           |           |              |
| ค่าใช้จ่าย :                            |           |           |              |
|   |           |           |              |
|   |           |           |              |
|   |           |           |              |
|   |           |           |              |
| รวม (รายได้มากกว่าค่าใช้จ่าย = ได้กำไร) |           |           |              |
| (รายได้น้อยกว่าค่าใช้จ่าย = ขาดทุน)     |           |           |              |

ภาพที่ 4.11 แบบฟอร์มสรุปยอดบัญชี

### **5.3 ผลการทดลองฝึกทักษะในการทำน้ำยูชีของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์โอ่งปูนชีเมนต์บ้านบ่อ丹**

เมื่อผู้ประกอบการได้ทดลองบันทึกบัญชีรายรับรายจ่ายไปเป็นเวลา 2 สัปดาห์ แล้ว ผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญได้มาติดตามสอบถามความรู้ความเข้าใจและอธินาಯเพิ่มเติมจนกระทั่งผู้ประกอบการมีความเข้าใจและทักษะพอที่จะทำบัญชีด้วยตนเอง

6. กรณีศึกษาที่ 6 : รูปแบบการแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงานของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จัก  
สา尼ยิตาลโคนด บ้านชะแม ตำบลลิดดีหลวง อําเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

6.1 สภาพทั่วไปและปัญหาในด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จังหวัดไทรโยค

ผลิตภัณฑ์จักษานไบตอล โถนดของกลุ่มอาชีพบ้านช่างแม่ เป็นสินค้าประเภทเครื่องประดับและของใช้ เช่น หมวก ปืนปักผน และกล่องใส่กระดาษทิชชู ตัวผลิตภัณฑ์มีจุดเด่นที่เป็นสินค้าที่มีความประณีตสวยงามและเป็นงานหัตถกรรม นอกจากนั้นยังมีความคงทนและราคาไม่แพง อย่างไรก็ตามการผลิตสินค้านี้มีปัญหาหลายประการ เช่น วัสดุที่ใช้ในการผลิตเป็นสิ่งที่หาได้ในพื้นที่แหล่งผลิต แต่มีวิธีการที่ยากลำบากในการไปนำวัสดุคือไปตามมาใช้ เนื่องจากภัยคุกคามทางการค้าโลกที่ให้ไบตอลนั้นอยู่บนต้นตาล โถนดที่มีลำต้นสูงมากต้องอาศัยผู้ช่างนาญในการปีนต้นตาล โถนด ซึ่งมีน้ำอุบลในปัจจุบันเท่านั้น จึงจะนำกับตาลมาได้ ดังนั้นจึงทำให้ราคาของภัยคุกคามทางการค้าโลกมีราคาสูงขึ้น นอกจากนั้นข้อตอนในการนำไปใช้ต้องออกมานำจากภัยคุกคามนั้นต้องใช้แรงงานคน ซึ่งยุ่งยากใช้เวลานาน เพราะว่าทางกลุ่มอาชีพยังไม่มีเครื่องจักรหรือเทคโนโลยีเข้ามาช่วย

ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มนี้โอกาสทางด้านการตลาดเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน เพราะได้รับความช่วยเหลือในการประชาสัมพันธ์จากเจ้าหน้าที่ของทางราชการ แต่ทางกลุ่มกลับผลิตสินค้าส่งให้แก่ผู้สั่งซื้อได้ไม่ทัน เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างเท่านั้นมาใช้ในการผลิต และในช่วงหลังสมาชิกบางคนนิยมไปทำงานโรงงาน เพราะว่าได้รายได้ตอบแทนเป็นรายวันในขณะที่ถ้าใช้เวลามาทำผลิตภัณฑ์จักสถานียต่อจะไม่ได้รายได้ทันทีถึงแม่ทำเสร็จแล้ว เนื่องจากต้องรอเวลาให้สินค้าจำหน่ายได้ก่อนจึงจะได้ค่าตอบแทน ด้วยเหตุดังกล่าวปัจจุบันกลุ่มอาชีพผลิตสินค้าจักสถานียต่อในด้านชั้นแม่เงินมีปัญหาสำคัญคือ การผลิตสินค้าได้น้อยไม่เพียงพอ กับความต้องการของลูกค้า เนื่องจากขาดแคลนแรงงาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจจะหาแนวทางในการแก้ปัญหาดังกล่าว

## 6.2 แนวทางการแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จัดสานஇ<sub>ட</sub>லட்<sub>ட</sub>ன்கு<sub>ட</sub>ந்தை<sub>ட</sub>ம்

จากการศึกษาสภาพปัญหาด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพที่ศึกษาพบว่ามีปัญหาการขาดเทคโนโลยีในการนำไปใช้ต่อจากก้าวต่อไป ขาดแคลนแรงงานในการจัดสานஇ<sub>ட</sub>லட்<sub>ட</sub>ன்கு<sub>ட</sub>ந்தை<sub>ட</sub>ம் ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการ SWOT เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ทางด้านการผลิต โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกประชานกลุ่มอาชีพ และครูผู้สอนวิชาการงานพื้นฐานอาชีพของโรงเรียนบ้านจะแม่น มีสาระสำคัญดังนี้

1. จุดแข็งของกลุ่มอาชีพ คือ ประชานกลุ่มอาชีพเป็นผู้ที่มีฝีมือในการผลิตผลิตภัณฑ์จัดสานஇ<sub>ட</sub>லட்<sub>ட</sub>ன்கு<sub>ட</sub>ந்தை<sub>ட</sub>ம் ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ทำได้รับรางวัล 4 ดาวในระดับจังหวัด และบุคคลผู้นี้เคยมีประสบการณ์ในการเป็นวิทยากรสอนผู้อื่นให้ทำผลิตภัณฑ์จัดสานஇ<sub>ட</sub>லட்<sub>ட</sub>ன்கு<sub>ட</sub>ந்தை<sub>ட</sub>ம் มาแล้ว ดังนั้นประชานกลุ่มอาชีพสามารถที่จะซักจุ่มนบุคคลในหมู่บ้านมาเรียนรู้วิธีการจัดสาน เพื่อมาร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มหรือแรงงานที่มาช่วยผลิตผลิตภัณฑ์จัดสานஇ<sub>ட</sub>லட்<sub>ட</sub>ன்கு<sub>ட</sub>ந்தை<sub>ட</sub>ம் เพิ่มขึ้นได้

2. จุดอ่อนของกลุ่มอาชีพนี้คือ การจัดสานผลิตภัณฑ์இ<sub>ட</sub>லட்<sub>ட</sub>ன்கு<sub>ட</sub>ந்தை<sub>ட</sub>ம் ถึงแม้จะเรียนรู้ได้ไม่ยากนัก แต่การจัดสานนี้ต้องใช้เวลานาน ดังนั้นบุคคลที่ทำได้ต้องเป็นผู้ที่มีใจรักในงานฝีมือและมีความอดทน อย่างไรก็ตามในปัจจุบันนี้คนในบ้านหุ่นสาวไม่สนใจงานลักษณะนี้ ซึ่งจะสังเกตได้ว่าสมาชิกในกลุ่มอาชีพเป็นผู้ที่อยู่ในวัยกลางคนคือ อายุ 40 ปีขึ้นไปทั้งสิ้น และจำนวนสมาชิกในกลุ่มนี้เพียง 10 คนเท่านั้น และยังไม่มีที่ทำว่าจะมีสมาชิกใหม่สมัครเข้ามาเพิ่มเติมอีก ดังนั้นสภาพเช่นนี้จึงทำให้กลุ่มอาชีพขาดแคลนแรงงานในการผลิตไม่สามารถผลิตสินค้าได้ทันตามความต้องการของตลาด

3. โอกาสของกลุ่มอาชีพในด้านการผลิตคือ วิธีการผลิตสินค้านี้เป็นสิ่งที่เรียนรู้ได้ไม่ยาก ดังนั้นถ้ากลุ่มสามารถหาบุคคลที่จะมาเรียนรู้วิธีการจัดสานஇ<sub>ட</sub>லட்<sub>ட</sub>ன்கு<sub>ட</sub>ந்தை<sub>ட</sub>ம் ได้ก็จะทำให้ได้สมาชิกและแรงงานมากขึ้นผลิตสินค้าได้เพิ่มขึ้น และจากการไปเก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยได้พบว่าโรงเรียนบ้านจะแม่น ซึ่งเป็นโรงเรียนในระดับปรสมศึกษาตั้งอยู่ใกล้กับที่ทำการของกลุ่มอาชีพจัดสานஇ<sub>ட</sub>லட்<sub>ட</sub>ன்கு<sub>ட</sub>ந்தை<sub>ட</sub>ம் นอกจากนี้เมื่อผู้วิจัยได้พบและสัมภาษณ์ครูผู้สอนวิชาการงานพื้นฐานอาชีพ ผลปรากฏว่าครูผู้นี้ยินดีจะให้ความร่วมมือที่จะนำความรู้เรื่องการจัดสานஇ<sub>ட</sub>லட்<sub>ட</sub>ன்கு<sub>ட</sub>ந்தை<sub>ட</sub>ம் ของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 4 และปีที่ 5

4. อุปสรรคของกลุ่มอาชีพคือ สมาชิกกลุ่มนี้มีไม่นักบางคนคงการผลิตสินค้าส่งให้กลุ่ม เพราะได้ไปทำงานที่โรงเรียนอุตสาหกรรม ซึ่งต้องการคนงานเพิ่มขึ้น จึงเป็นสาเหตุให้ปริมาณสินค้าของกลุ่มลดลง

ดังนั้นจากข้อมูลต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมาวิเคราะห์และสรุปเป็นกลยุทธ์หรือรูปแบบในการแก้ปัญหาทางด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพที่ผลิตสินค้าได้น้อยไม่เพียงพอ กับคำสั่งซื้อของลูกค้าในกรณีที่ต้องการเป็นจำนวนมากในเวลาที่กำหนด ดังนี้

กลยุทธ์แก้ปัญหาของกลุ่มอาชีพดังกล่าวใช้วิธีการหาแรงงานจากนักเรียนจากโรงเรียนบ้านชะแມ ซึ่งอยู่ใกล้ที่ทำการกลุ่มอาชีพมาช่วยในการผลิตสินค้าเพิ่ม โดยการจัดฝึกอบรมการผลิตผลิตภัณฑ์จักรสานไทยตามให้แก่นักเรียน เพื่อให้มีทักษะในการผลิตสินค้าดังกล่าว ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอโครงการแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานของกลุ่มอาชีพจักรสานไทยโดยต้นดบ้านชะแມ โครงการนี้เกิดจากความร่วมมือของ 3 ฝ่าย คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏสระบุรีจำนวน 5 คน โรงเรียนบ้านชะแມ โดยการสนับสนุนของครูใหญ่และการปฏิบัติของครูผู้สอนวิชาการงานพื้นฐานอาชีพ สุดท้ายคือ กลุ่มอาชีพจักรสานไทยโดยต้นดบ้านชะแມ ประธานกลุ่มอาชีพที่รับเป็นวิทยากรในการฝึกอบรม

### **6.3 การปฏิบัติงานเพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานของกลุ่มอาชีพจักรสานไทยโดยบ้านชะแມ ได้จัดกิจกรรมต่างๆ ดังนี้**

6.3.1 จัดสนับสนุนกลุ่มเพื่อระดมสมองในการวางแผนปฏิบัติงาน ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานของกลุ่มอาชีพดังกล่าวข้างต้น แก่บุคคลต่างๆ ใน การสนับสนุนกลุ่มเพื่อระดมสมองในการวางแผนเพื่อปฏิบัติงานแก้ปัญหาดังกล่าวแล้ว นอกจากนั้น การกระทำ เช่นนี้ ได้ทำให้เกิดความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องและมีผลให้การแก้ปัญหาประสบความสำเร็จได้ สำหรับผู้ร่วมสนับสนุนนั้นเป็นผู้ที่อยู่ในชุมชนบ้านชะแມ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในโครงการ คือ

(1) ครูใหญ่โรงเรียนบ้านชะแມ ซึ่งให้การสนับสนุนอำนวยความสะดวกทุกด้านในการจัดการฝึกอบรม

(2) ครูผู้สอนวิชาการงานพื้นฐานอาชีพของโรงเรียนซึ่งเป็นผู้จัดทำหลักสูตรในการฝึกอบรมร่วมกับประธานกลุ่มอาชีพโดยการแนะนำของครูใหญ่

(3) ประธานกลุ่มอาชีพ ซึ่งรับผิดชอบเป็นวิทยากรในการฝึกอบรม

(4) กรรมการของกลุ่มอาชีพ 1 คน

(5) ผู้ใหญ่บ้านชะแມ

(6) ประธานกลุ่มศรีจำเภอสทิงพระ

(7) สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลดีหลวง 1 คน

(8) ตัวแทนผู้ปกครองนักเรียน 1 คน

อนึ่งการดำเนินงานในการจัดสอนท่านากลุ่มนี้ผู้ช่วยผู้วิจัยทั้ง 5 คน ได้เป็นผู้ปฏิบัติโดยได้รับคำแนะนำและดูแลจากผู้วิจัย

ผลการสอนท่านากลุ่มสรุปว่า ครูใหญ่โรงเรียนบ้านชะแມยินดีให้ความร่วงเมื่อใน การบริหารจัดการฝึกอบรมโดยรับหลักสูตรการฝึกอบรมทักษะในการผลิตผลิตภัณฑ์จักสถานี่ยาตาม ไว้ในส่วนหนึ่งของการเรียนการสอนวิชาการงานพื้นฐานอาชีพเป็นผู้จัดทำร่วมกับประธานกลุ่มอาชีพโดยการแนะนำของครูใหญ่ สำหรับงบประมาณที่ใช้ในการฝึกอบรมนั้น ได้รับการสนับสนุน จากมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา อนึ่งผลจากการสอนท่านากลุ่ม ได้ให้ความคิดเห็นในเรื่องงบประมาณ ดังกล่าวว่าทางโรงเรียนบ้านชะแມและองค์กรบริหารส่วนตำบลดีหลวงควรจะให้การสนับสนุน งบประมาณในครั้งต่อไปถ้าโครงการมีการดำเนินงานต่อเนื่อง ส่วนผู้ที่เป็นวิทยากรในการฝึกอบรม ครั้งนี้ คือ ประธานกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จักสถานี่ยาตามบ้านชะแມ

6.3.2 จัดทำโครงการแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานของกลุ่มอาชีพจักสถานี่ยาตามบ้านชะแມ โดยการฝึกอบรมการผลิตผลิตภัณฑ์จักสถานี่ยาตามบ้านชะแມให้แก่นักเรียน โรงเรียนบ้านชะแມ โดยผู้วิจัยร่วมกับประธานกลุ่มอาชีพและครูผู้สอนวิชาการงานพื้นฐานอาชีพ พร้อมกันนั้น ได้จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมดังกล่าว

6.3.3 ดำเนินการฝึกอบรมตามแผน โดยประธานกลุ่มอาชีพเป็นวิทยากรและ ครูผู้สอนวิชาการงานพื้นฐานอาชีพเป็นผู้ช่วยวิทยากรและใช้ห้องเรียนประจำของนักเรียนและ สถานที่ในโรงเรียนเป็นสถานที่ฝึกอบรม โดยอบรมในช่วงเวลา 13.00-15.00 น. ตั้งแต่วันที่ 7 พฤษภาคม 2549 – วันที่ 28 ธันวาคม 2549 รวมระยะเวลาฝึกอบรมประมาณ 2 เดือน ในโครงการนี้ เมื่อฝึกอบรมเสร็จแล้ววิทยากร ได้มีการประเมินผลนักเรียนผู้รับการฝึกอบรม แล้วคัดเลือกนักเรียน ที่มีผลการประเมินที่เป็นที่พอใจของวิทยากร ได้ 7 คน จากที่ตั้งเป้าหมายไว้ 15 คน

#### 6.4 การประเมินผลโครงการแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานของกลุ่มอาชีพ

วัตถุประสงค์ในการประเมินโครงการนี้ คือ ผลการฝึกอบรมจะต้องทำให้นักเรียน ผู้รับการฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจและทักษะในการผลิตผลิตภัณฑ์จักสถานี่ยาตามบ้านชะแມได้ตามที่ วิทยากร คือ ประธานกลุ่มอาชีพพอยใจ โดยตั้งเป้าหมายไว้ไม่น้อยกว่า 15 คน จากผู้เข้าอบรม 27 คน ผลปรากฏว่าเมื่อการฝึกอบรมลืนสุดลงแล้ว วิทยากรได้ทดสอบผู้เข้าอบรมทั้งภาคทุนถาวร และภาคปฏิบัติ แล้วได้คัดเลือกนักเรียนที่ผ่านเกณฑ์ของวิทยากรได้ 8 คน ซึ่งผลการคัดเลือก เป็นไปตามเป้าหมายที่โครงการวางไว้เพียง 53 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นกลุ่มอาชีพจึงมีโอกาสได้แรงงาน

ที่จะมาช่วยผลิตผลิตภัณฑ์จัดสถานียาตalog โหนดให้แก่กลุ่มอีก 8 คน และถ้าในภาคเรียนต่อไปมีการจัดโครงการเช่นนี้อีก ก็จะทำให้กับกลุ่มอาชีพมีแรงงานเพิ่มขึ้นอีก

