

หัวข้อวิจัย : การจัดการธุรกิจการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา กรณีศึกษา ส้มแขกแช่อิ่ม

ผู้วิจัย : ญฐาระวี พงศ์กระพันธุ์

หน่วยงาน : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ปีพ.ศ. : 2556

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อจัดการธุรกิจในการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา กรณีศึกษา ส้มแขกแช่อิ่มซึ่งขอบเขตงานวิจัยนี้ครอบคลุมตั้งแต่ ขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัยประกอบด้วย (1) การศึกษาเบื้องต้นในข้อมูลต่างๆ ของการจัดการธุรกิจการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (2) ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (3) ศึกษาวิธีและแนวทางการดำเนินงานวิจัย (4) วิเคราะห์ข้อมูลผลการดำเนินงานวิจัยในการจัดการธุรกิจแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร (5) สรุปผล ซึ่งงานวิจัยนี้ได้นิยามศัพท์ว่า ความต้องการ หมายถึง ความปรารถนาของผู้ประกอบการในการผลิตผลิตผลทางการเกษตรหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ส้มแขก หมายถึง ส้มแขกที่ใช้เป็นวัตถุดิบหลักในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ส้มแขกแช่อิ่ม การแปรรูป หมายถึง การนำส้มแขกมาผ่านกระบวนการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในวิธีการผลิต ชุมชนบ้านท่าสาป หมายถึง ชุมชนที่แปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เข้าไปศึกษาในการทำวิจัยครั้งนี้ ตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 1 ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา การจัดการทางธุรกิจ หมายถึง กระบวนการของการวางแผน การจัดองค์กร การจัดคนเข้าทำงาน การอำนาจการ และการควบคุม เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรในการประสานทรัพยากรและวัตถุประสงค์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การทางธุรกิจ คือ กำไรสูงสุด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง แนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ ดังนั้นการจัดการธุรกิจการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ครั้งนี้ ได้เน้นหนักไปที่ปัญหาต่างๆ ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัญหาด้านการผลิตมีทั้ง 2 รายการ มี

คะแนนเฉลี่ยของ จำนวนแรงงานไม่เพียงพอ มีคะแนนเฉลี่ย 38.05 และคะแนนเฉลี่ยของ ทุนในการดำเนินการมีน้อย มีคะแนนเฉลี่ย 35.39 ส่วนปัญหาด้านการตลาดมีทั้ง 2 รายการ มีคะแนนเฉลี่ย การขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีคะแนนเฉลี่ย 53.88 และคะแนนเฉลี่ยของ ราคาผลส้มแขกที่รับซื้อมาไม่แน่นอน มีคะแนนเฉลี่ย 46.12 ซึ่งแนวทางการที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปประยุกต์แก้ไขปัญหาด้านต่างๆเพื่อเพิ่มอัตราการผลิตโดยภาพรวมได้

นิยามศัพท์: ความต้องการ ,ส้มแขก ,การแปรรูป ,ชุมชนบ้านท่าสาป , การจัดการทางธุรกิจ ,หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

Research :Business management, processing agricultural products in OTOP project. Community enterprise products home port cursed The Muang. Yala case study of glace guests.

Researcher :Miss Nattharawee Phongkraphan

Faculty :Management

Academic Year :2556

Abstract

This research aims. To business management in the processing of agricultural products in the One Tambon One Product of community enterprise home port curse cursed The Muang Yala case study of glace guest which covers the scope of this research. Steps in the research include: (1) the initial data. Of business management, processing agricultural produce of the One Tambon One Product (2) Concepts and theories related research (3) the methods and means of operations research (4) analyze the results of research in management. Business processing agricultural products (5) concluded that this research has defined the term as a means to the desire of the operator to produce agricultural products OTOP Garcinia means Garcinia used as the primary product. Product processing. Garcinia Garcinia crystallized processing refers to the process of science and technology in production methods. Community home port curse transforms a community agricultural project in one district. One of the products that go into the making of this research is located at Moo 1. Tambon Tha Sap Muang Yala Business management refers to the process of planning, organizing, staffing, directing and controlling so. Operations of the organization and its purpose is to coordinate resources to effectively achieve the objective of a business is to maximize profit means the One Tambon One Product One. To create prosperity for the community to raise the wekk-being of the community for the better. The production or exisiting local resource management. Into a quality product. The unique features of their own. Consistent with the local culture. To both domestic and international markets. Therefore , business management, processing agricultural products in the One Tambon One Product project this time. To focus on the issues. The results of this study found that

Production problems with the score of the two items. The number of workers is not sufficient. And an average score of 38.05 Cost of operation is minimal. An average 35.39 Parts problem marketing has 2 reviews. Continued lack of publicity. An average of 53.88 and average. Price Garcinia purchased the uncertainty. This approach has 46.12 average derived from this research. Can be applied to solve problems in various fields to increase production by a glance.

Definition : demand, Orange, privatization, community lake waterfront homes, business management, One tambon One Product.

บทที่ 1

ความเป็นมาและความสำคัญ

สภาพสังคมปัจจุบันเป็นสังคมของการบริโภค เป็นผลทำให้คนส่วนใหญ่มีการพัฒนาในด้านต่างๆเพื่อให้ก้าวทันเทคโนโลยี ซึ่งกลุ่มเกษตรกรจะต้องรับมือกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้กลุ่มเกษตรกรได้มีเศรษฐกิจที่มีมั่นคงรู้จักใช้จ่ายที่เหมาะสมและจะเกิดความสุขกายและสุขใจและสอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่เน้นถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นพื้นฐานของการดำเนินชีวิตซึ่งอยู่ระหว่างสังคมระดับท้องถิ่นและระดับสากล และนอกจากนี้ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554) ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญา และการเรียนรู้ส่งเสริมการรวมตัว ร่วมคิด ร่วมทำในรูปแบบที่หลากหลาย และจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องตามความพร้อมของกลุ่มเกษตรกร รวมถึงภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้สร้างสรรค์คุณค่าของผลิตภัณฑ์พร้อมทั้งสร้างระบบ บ่มเฉพาะวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มเกษตรกรควบคู่กับการพัฒนาความรู้และทักษะต่างๆ ในการประกอบอาชีพ เช่น การรวมกลุ่มของกลุ่มเกษตรกรในการผลิตและจำหน่ายสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้น กลุ่มเกษตรกรจึงต้องมีความรู้ทางบัญชี ระบบบัญชี เพื่อให้มีข้อมูลสำหรับแสดงผลการดำเนินงาน และฐานะการเงินของการรวมกลุ่มของกลุ่มเกษตรกร และนำข้อมูลที่ได้ตัดสินใจและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านท่าสาป ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 79 หมู่ 1 ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา เป็นกลุ่มเกษตรกรที่รวมกลุ่มกันทำการแปรรูปส้มแขก ซึ่งจะต้องพึ่งพิงความรู้จากภายนอกและมีการลงมือทดลอง ในการจัดทำผลิตภัณฑ์ โดยสนับสนุนจากสำนักเกษตรกรอำเภอ ซึ่งยังขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ โดยเฉพาะด้านการบัญชีส่งผลทำให้กลุ่มเกษตรกรไม่มีระบบในการจัดทำและรวบรวมเอกสารทางบัญชีเพื่อสรุปข้อมูลเกี่ยวกับฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานที่ชัดเจน รวดเร็ว และถูกต้อง ส้มแขกเป็นพืชใบสกุล *Garcinia* ใบวงศ์ *Guttijerae* มีแหล่งที่มาจาก 2 แหล่ง คือ ส้มแขกที่ได้จากอินเดียมีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Garcinia cambogia* Desr และที่พบบริเวณภาคใต้ของไทยมีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Garcinia atroviridis* Grigt ส้มแขกเป็นพืชที่มีกรดผลไม้อยู่เป็นจำนวนมากเช่น Citric acid , tartaric acid , malic acid เป็นต้น ซึ่งกรดผลไม้เหล่านี้มีรสเปรี้ยว มีคุณสมบัติช่วยถนอมอาหารและเป็น antioxdant ส่วน citric acid มีประโยชน์ทางการแพทย์ใช้แทนน้ำย่อย ส่วนเกลือของมันสามารถจับกับแคลเซียมทำให้ยับยั้งการแข็งตัวของเลือด สารที่นำมาใช้อ้างอิงว่ามีคุณสมบัติลดความอ้วน คือ alpha hydroxycitric acid (HCA) ซึ่งสารนี้จะ

ช่วยลดสร้างไขมัน และเพิ่มสารสร้างไกลโคเจน ทำให้ลดความอยากอาหาร ส่วนสรรพคุณตามตำรายาพื้นบ้านคือ ช่วยบรรเทาปวดท้องในสตรีมีครรภ์ เป็นยาระบายอ่อนๆและมีฤทธิ์เป็นยาขับปัสสาวะล้มแชกในพื้นที่จังหวัดยะลา มีจำนวนมากจึงได้นำมาแปรรูปในหลากหลาย เช่น ลัมแชกตากแห้ง ลัมแชกแช่อิ่ม และชาชงลัมแชก เพื่อใช้ดื่มเป็นเพื่อเป็นยาระบาย

เพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์ของรัฐบาล กลุ่มชาวบ้านชุมชนหมู่บ้านท่าสาป ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา จึงได้มีการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรกรในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์การแปรรูปลัมแชก เพื่อการส่งออกขึ้น รวมถึงบริเวณที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้ชุมชนที่มีการเพาะปลูกลัมแชกซึ่งง่ายต่อการกระบวนการผลิตและลดระยะเวลาในการขนส่งวัตถุดิบเพื่อนำมาแปรรูป นอกจากนี้ทำให้ประชาชนในชุมชนบ้านท่าสาป ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา มีอาชีพเสริมนอกจากการกรีดยางพารา จากความสำคัญของการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรกรที่กล่าวมาทั้งหมด สะท้อนให้เห็นความจำเป็นในการวิจัยเรื่อง “ศึกษาการจัดการธุรกิจแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรกรในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน” เพื่อวางนโยบายในการจัดการธุรกิจการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรและการเสริมสร้างศักยภาพในกระบวนการผลิตการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรกร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดองค์กรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา
2. เพื่อศึกษาการจัดการด้านการผลิต การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา
3. เพื่อศึกษาการจัดการด้านการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. กลุ่มอาชีพชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา สามารถนำผลการศึกษาไปพัฒนา และปรับปรุงการจัดการ และการดำเนินธุรกิจการแปรรูปลัมแชก ให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. กลุ่มอาชีพชุมชนอื่นๆกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและผู้สนใจในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของกลุ่มหรือการแปรรูปลัมแชก สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้เพื่อการเสริมสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว
3. องค์กร สถาบันศึกษา และหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการส่งเสริมและเผยแพร่ให้กับกลุ่มอาชีพ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

นักเรียน นักศึกษาและประชาชนในชุมชนต่างๆ ได้มีความรู้และมีการประกอบอาชีพเสริมต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ จะได้กลุ่มอาชีพที่ทำการแปรรูปส้มแขกและศึกษาถึงการจัดการธุรกิจของกลุ่มอาชีพชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ตั้งแต่การจัดตั้งองค์การดำเนินการธุรกิจในรูปแบบต่างๆ ของกลุ่มทั้งในอดีตและปัจจุบัน และจะเน้นการศึกษาถึงผลิตภัณฑ์หลักที่ได้รับ การรับรองจากองค์การอาหาร และยา(อย.)แล้วได้แก่ การแปรรูปส้มแขก ทั้งในด้านสภาพการผลิต โดยรวมการจัดซื้อวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ขั้นตอนการผลิต ต้นทุนการผลิต การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ปริมาณยอดขาย การส่งเสริมการขาย รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพชุมชนบ้านท่าสาป

นิยามศัพท์

ความต้องการ หมายถึง ความปรารถนาของผู้ประกอบการในการผลิตผลิตผลทางการเกษตรหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ส้มแขก หมายถึง ส้มแขกที่ใช้เป็นวัตถุดิบหลักในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ส้มแขกแช่เย็น

การแปรรูป หมายถึง การนำส้มแขกมาผ่านกระบวนการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มาใช้ในวิธีการผลิต

ชุมชนบ้านท่าสาป หมายถึง ชุมชนที่แปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เข้าไปศึกษาในการทำวิจัยครั้งนี้ ตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 1 ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

การจัดการทางธุรกิจ หมายถึง กระบวนการของการวางแผน การจัดองค์กร การจัดคนเข้าทำงาน การอำนวยการ และการควบคุม เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การในการประสานทรัพยากรและวัตถุประสงค์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การทางธุรกิจ คือ กำไรสูงสุด

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง แนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่ สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยการศึกษาการจัดการธุรกิจแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา กรณีศึกษา สัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งได้มีการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีจากวารสาร ตำรา เอกสาร งานวิจัยต่างๆ มีดังนี้

1. แนวคิดและความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ
2. แนวคิดด้านการจัดการ
3. แนวคิดด้านต้นทุนการผลิต
4. แนวคิดด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์
5. แนวคิดด้านบริหารทรัพยากรบุคคล
6. แนวคิดด้านกลยุทธ์การบริหารการผลิต
7. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย .(2552).ได้ให้ความหมายของธุรกิจว่า “การดำเนินกิจการทุกอย่างเพื่อมุ่งหวังผลกำไร และ ธุรกิจเป็นผู้ผลิตสินค้า และ ให้บริการ ผู้ระบบเศรษฐกิจ”

จากความหมายข้างต้นทำให้สรุปได้ว่า ธุรกิจคือกระบวนการของธุรกิจที่ประกอบไปด้วย การผลิตสินค้า หรือ การให้บริการตามความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งการจำหน่ายสินค้า โดยได้รับกำไรเป็นผลตอบแทน จากความหมายทำให้สามารถจำแนกส่วนประกอบสำคัญของธุรกิจได้ คือ

1. การผลิต (Productions) คือ การดำเนินกิจกรรมการผลิตต่าง ๆ อาทิเช่น วัตถุดิบสำหรับการผลิต สินค้าสำเร็จรูป ผลิตผลทางการเกษตร เป็นต้น
2. การบริการ (Services) คือ การดำเนินกิจกรรมของธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการ ที่สามารถสนองตอบความพึงพอใจของลูกค้า เช่น การให้บริการที่ปรึกษาทางการเงิน การให้บริการโรงแรม การขนส่ง เป็นต้น

3. การจัดจำหน่าย (Distributions) คือ การดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการกระจายและจำหน่ายสินค้าทั้งสินค้าอุตสาหกรรม และ สินค้าสำหรับผู้บริโภค

4. กำไร (Profit) คือ ผลตอบแทนที่ผู้ดำเนินธุรกิจจะได้รับจากการดำเนินงาน โดยเกิดจากผลต่างระหว่างรายได้ของธุรกิจและต้นทุนในการดำเนินงาน ดังนั้นกำไรจึงเป็นสิ่งที่สนใจในการดำเนินธุรกิจอย่างไรก็ตามผู้ดำเนินธุรกิจต้องรับความเสี่ยงจากการดำเนินงานด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 2-1 ผลกำไรของธุรกิจ

2.1.1.1 วิวัฒนาการของธุรกิจ

ในอดีตการค้าดำเนินธุรกิจยังไม่มี ความซับซ้อนอย่างที่ เป็นอยู่ในปัจจุบัน โดยในช่วงแรกธุรกิจเกิดจากความ ต้องการของมนุษย์ที่ต้องการ สิ่ง ที่ตนเองไม่มี จึงเกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน เพื่อตอบสนองความต้องการ เมื่อระบบ การแลกเปลี่ยนมีความซับซ้อนมากขึ้นจึงมีการใช้ระบบเงินตราเป็นตัวกลางเพื่อใช้วัดมูลค่าของสินค้าที่ได้แลกเปลี่ยนกัน นับตั้งแต่นั้นมาธุรกิจจึงมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่หากจะพิจารณาถึงวิวัฒนาการของธุรกิจโดยละเอียดแล้วสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ยุคก่อนปฏิวัติอุตสาหกรรม ในช่วงเวลานี้วิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยียังมีไม่มากการค้าทางชีวิตของคนส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับ การทำการเกษตร มีการใช้แรงงานในการผลิตผลทางการเกษตรเป็นหลัก

2. ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม ธุรกิจมีการผลิตสินค้าจำนวนมากขึ้นสนองความต้องการของลูกค้า และ มีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีมากขึ้น ทำให้ธุรกิจมีการนำเครื่องจักรเข้ามาใช้ปัจจัยหลักในกระบวนการผลิต ในช่วงเวลานี้ธุรกิจจึงใช้แรงงานลดลง แรงงานที่ยังคงมีการจ้างงานอยู่ในธุรกิจจะเป็นแรงงานกึ่งทักษะที่มีความสามารถในการทำงานร่วมกับระบบการผลิตที่ใช้เครื่องจักร

3. ยุคผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีมีเกิดขึ้นมากกว่าในช่วงปฏิวัติอุตสาหกรรม มีธุรกิจเกิดขึ้นจำนวนมาก อีกทั้งความต้องการสินค้ามีมากขึ้น การลงทุนและการแข่งขันทางธุรกิจจึงเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดโอกาสในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสำหรับผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจสินค้าสำหรับอุตสาหกรรม

4. ยุคการผลิต ธุรกิจมุ่งเน้นที่จะพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อผลิตสินค้าให้ได้จำนวนมากและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ทาง การผลิตขึ้นมา เช่น เฮนรีฟอร์ดได้คิดค้นระบบการผลิตแบบสายการผลิต (Assembly Line) เพื่อนำมาใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตทำให้เกิดประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการผลิตลง เป็นต้น

5. ยุคการตลาด ธุรกิจมีเพิ่มมากขึ้นประกอบกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีส่งผลให้ธุรกิจแต่ละแห่งสามารถผลิตสินค้าออกมาในปริมาณมาก แนวทางการดำเนินธุรกิจในช่วงเวลานี้จึงเปลี่ยนจากเดิมที่มุ่งเน้นการผลิตให้ได้ปริมาณมากแล้วจำหน่าย ไปสู่การเป็นธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับผู้บริโภค โดยมีการพยายามแสวงหาข้อมูล เพื่อทำความเข้าใจและผลิตสินค้าเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างแท้จริง นอกจากนี้ธุรกิจยังมีการสร้างตราสินค้าของตนเองเพื่อสร้างการยอมรับและความแตกต่างของสินค้าให้ลูกค้าได้จดจำ

6. ยุคความสัมพันธ์ การดำเนินธุรกิจโดยพึ่งลำพังไม่สามารถสร้างความสำเร็จและการเติบโตได้ในระยะยาวอย่างยั่งยืน ธุรกิจจึงต้องดำเนินธุรกิจโดยมุ่งหวังผลประโยชน์ร่วมกันโดยการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า พนักงาน และ ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต เช่น การเข้าร่วมเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจกันเพื่อวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ หรือ การเป็นพันธมิตรทางกลยุทธ์ร่วมกัน เป็นต้น

2.1.1.2 เป้าหมายของธุรกิจ

ในอดีตที่ผ่านมาเป้าหมายที่ทุกธุรกิจต้องการคือ การได้รับผลกำไรสูงสุดจากการดำเนินงาน เพื่อสร้างความมั่งคั่งให้กับเจ้าของกิจการ แต่ในปัจจุบันการแสวงหากำไรสูงสุดไม่สามารถบรรลุผลได้ง่ายเมื่อเปรียบเทียบกับ การดำเนินธุรกิจในอดีตที่ผ่านมา เนื่องจากการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้นการมีเป้าหมายในเรื่องกำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียวอาจจะไม่สามารถทำให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้ในระยะยาว ธุรกิจจึงต้องมีการกำหนดเป้าหมายในด้านอื่นเพื่อให้ธุรกิจสามารถเจริญเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ซึ่งสามารถเป้าหมายของธุรกิจในปัจจุบันสามารถกำหนดได้ดังนี้

1. เพื่อแสวงหากำไร หรือผลประโยชน์ให้กับธุรกิจกำไรเป็นสิ่งตอบแทนให้กับผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้ลงทุนดำเนินธุรกิจ ผลิตสินค้า และบริการ ต่าง ๆ สมองความต้องการของผู้บริโภค กำไรจึงเป็นสิ่งที่จูงใจในการดำเนินธุรกิจ

2. เพื่อสร้างความอยู่รอดให้กับธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจมุ่งหวังที่จะให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานต่อไปอย่างต่อเนื่อง และ มีความมั่นคงในระยะยาว

3. เพื่อสร้างความเจริญเติบโตให้กับธุรกิจ การดำเนินธุรกิจทุกอย่างย่อมต้องการความเจริญก้าวหน้า มีการขยายขอบข่ายการดำเนินงาน มีการเพิ่มการลงทุนในธุรกิจใหม่ เพื่อให้เกิดความมั่นคงทั้งทางการเงินและฐานะทางสังคม

4. เพื่อสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ธุรกิจจะต้องไม่ดำเนินกิจการที่ขัดต่อกฎหมายหรือขัดต่อประเพณี ศีลธรรมอันดีงามของสังคม ต้องคำนึงถึงผู้บริโภค คำนึงถึงสภาพแวดล้อมต้องช่วยพัฒนาความเป็นอยู่ของสังคมให้ดีขึ้น เช่น การไม่ผลิตสินค้าที่มีสร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ฯลฯ

2.1.1.3 ประเภทของธุรกิจ

ในปัจจุบันมีธุรกิจเกิดขึ้นใหม่มากมายหลายธุรกิจ แต่สามารถแบ่งประเภทธุรกิจได้อย่างกว้าง ๆ เป็น 2 ประเภท คือ

1. **ธุรกิจการผลิต (Goods-Producing Businesses)** ธุรกิจจะผลิตสินค้าที่จับต้องได้ (Tangible goods) ผ่านกระบวนการผลิตต่าง ๆ ธุรกิจประเภทนี้ต้องใช้เวลาลงทุนจำนวนมาก หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นธุรกิจที่ใช้ทุนเป็นหลัก (Capital-intensive business) เช่น ธุรกิจผลิตรถยนต์ ธุรกิจโทรคมนาคม เป็นต้น

2. **ธุรกิจการบริการ (Service Businesses)** ธุรกิจจะผลิตสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible goods) เช่น ธุรกิจการเงิน ประกันภัย การค้าส่งค้าปลีก เป็นต้น ธุรกิจภาคบริการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่ต้องใช้แรงงานเป็นหลัก (Labor-intensive business) จึงเป็นธุรกิจที่ต้องให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์เป็นหลัก อย่างไรก็ตามมีหลายธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจทั้งธุรกิจการผลิต และ ธุรกิจการบริการ เช่น บริษัทผลิตรถยนต์นอกจากผลิตรถยนต์เพื่อจำหน่ายแล้ว ยังมีรายได้จากการให้บริการบำรุงรักษารถยนต์ หรือ บริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์นอกจากมีรายได้หลักจากการจำหน่ายคอมพิวเตอร์แล้วยังมีรายได้จากการให้บริการวางระบบ และ การพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

2.1.1.4 ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจจะสามารถดำเนินงานได้ต้องมีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ โดยทั่วไปปัจจัยในการดำเนินธุรกิจมี 4 ประเภท หรือ เรียกว่า 4 M's ดังนี้

1. **คน (Man)** ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการดำเนินธุรกิจ เพราะธุรกิจต้องใช้ความรู้ความสามารถจากบุคลากรในการบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งในธุรกิจมีบุคลากรหลากหลายทั้งระดับผู้บริหาร หรือ บุคลากรระดับปฏิบัติงานร่วมกันดำเนินการ

2. **เงิน (Money)** เงินเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจอีกสิ่งหนึ่ง เนื่องจากการประกอบธุรกิจต้องมีการนำเงินมาลงทุน ธุรกิจแต่ละประเภทจะมีความต้องการใช้เงินแตกต่างกันไป ดังนั้น ผู้ดำเนินธุรกิจจึงต้องวางแผนและจัดหาเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ธุรกิจมีเงินทุนที่เพียงพอและสามารถจัดสรรเงินลงทุนเพื่อสร้างผลตอบแทนตามที่ต้องการ

3. **วัตถุดิบ (Material)** ในกระบวนการผลิตสินค้าต้องใช้วัตถุดิบเป็นปัจจัยนำเข้าในการผลิต ธุรกิจจึงต้องกำหนดแนวทางในการใช้วัตถุดิบให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เกิดความเพียงพอ ไม่เกิดการสูญเปล่า

4. **วิธีการปฏิบัติงาน (Method)** มีการกำหนดวิธีการในการปฏิบัติงานในการดำเนินธุรกิจ จะทำให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพ นอกจากพิจารณาว่าวิธีการปฏิบัติงานเป็นปัจจัยในการดำเนินธุรกิจแล้ว และการจัดการ (Management) ก็จัดเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจบรรลุผลตามเป้าหมายที่วางไว้

นอกจากปัจจัยในการดำเนินธุรกิจจะประกอบไปด้วยปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้นแล้ว ในทางเศรษฐศาสตร์ก็ได้อธิบายถึงปัจจัยที่ธุรกิจต้องใช้ในการดำเนินงานซึ่งเรียกว่า **“ปัจจัยการผลิต (Factors of Production)”** ธุรกิจต้องใช้ทรัพยากรเหล่านี้ในการผลิตสินค้าและบริการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ปัจจัยการผลิตประกอบด้วย

1. **ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources)** ได้แก่ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ซึ่งได้มาจากธรรมชาติ เช่น ที่ดิน ป่าไม้ แร่ธาตุ และ น้ำ เป็นต้น

2. **ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources)** ได้แก่ บุคลากรทุกคนในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการ ตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงจนกระทั่งถึงบุคลากรระดับล่าง ดังนั้นจึงจัดได้ว่าปัจจัยด้านนี้เป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญที่สุด เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ทำงานให้ธุรกิจทั้งด้านกายภาพและทางด้านสติปัญญา

3. **ทุน (Capital)** ทรัพยากรต่างๆ ที่ธุรกิจจำเป็นต้องใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ เช่น เงิน คอมพิวเตอร์ เครื่องจักร เครื่องมือ และ สิ่งปลูกสร้าง เป็นต้น

4. **ผู้ประกอบการ (Entrepreneurs)** เป็นผู้ริเริ่มและลงทุนในการดำเนินงาน โดยจะเป็นผู้มองหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจ โดยยอมรับภาระความเสี่ยงจากการดำเนินงาน และใช้ความสามารถทางด้านการจัดการเพื่อให้ธุรกิจนั้นประสบผลสำเร็จ เจริญเติบโตก้าวหน้า

นอกจากปัจจัยการผลิตข้างต้นแล้วความรู้ (Knowledge) ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ในอดีตที่ผ่านมาธุรกิจมักจะได้รับผลตอบแทนจากการดำเนินงานตามที่ต้องการ หากการดำเนินธุรกิจมีความสมบูรณ์พร้อมไปด้วย ทรัพยากร ทุน และผู้ประกอบการ แต่ระบบเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันธุรกิจสามารถแสวงหาเงินทุนจากอีกภูมิภาคหนึ่ง

ของโลก ธุรกิจสามารถจัดซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศ ธุรกิจสามารถตั้งโรงงานในประเทศที่มีค่าแรงงานต่ำ ธุรกิจสามารถย้ายฐานการดำเนินธุรกิจใหม่หากพิจารณาเห็นถึงศักยภาพในการดำเนินธุรกิจในสถานที่ ๆ ดีกว่า เป็นต้น จึงเห็นได้ว่า ปัจจัยการผลิตสี่ประการข้างต้นอาจจะไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจในระยะยาว ปัจจัยด้านความรู้จึงเป็นทรัพยากรที่สำคัญมากในปัจจุบันในการนำพาธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งพิจารณาได้จากมุมมองของนักเศรษฐศาสตร์หลายคน ที่พิจารณาว่าอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญในอนาคตไม่ว่าจะเป็นธุรกิจเทคโนโลยีชีวภาพ ธุรกิจพัฒนาวัตถุดิบทดแทน ธุรกิจโทรคมนาคม และ ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น ธุรกิจอุตสาหกรรมเหล่านี้ต้องใช้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในระดับสูง(Brain – intensive) มากกว่า การใช้บุคลากรที่เป็นแรงงาน ดังนั้นประเทศที่มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถจำนวนมากและมีระบบเศรษฐกิจที่ให้อิสระ รวมทั้งบุคลากรเหล่านี้สามารถทำงานตามความสนใจของตนเองก็จะทำให้เป็นประเทศที่ได้รับประโยชน์สูงสุดในตลาดโลกในปัจจุบัน

2.1.1.5 ประโยชน์ของธุรกิจ

หลังจากที่ได้ศึกษาถึงวิวัฒนาการของธุรกิจ ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและ หน้าที่งานทางธุรกิจแล้วจะเห็นได้ว่า ธุรกิจมีความสำคัญและมีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของสังคม ซึ่งสามารถสรุปประโยชน์ของธุรกิจได้ดังนี้

1. ธุรกิจผลิตสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์เนื่องจากความต้องการของแต่ละบุคคลมีแตกต่างกัน และ มีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุด เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจดังกล่าว ธุรกิจจึงมีหน้าที่ในการจัดหาสิ่งต่าง ๆ มาสนองความต้องการของผู้บริโภค
2. ธุรกิจช่วยกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค เมื่อธุรกิจประเภทผู้ผลิตสินค้า ก็ต้องมีการเคลื่อนย้ายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคเพื่อสนองความต้องการตามช่องทางต่าง ๆ
3. ธุรกิจเป็นแหล่งการจ้างงาน การดำเนินการธุรกิจมีความจำเป็นต้องใช้แรงงานในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจจึงทำให้เกิดการจ้างงาน สร้างรายได้ทำให้คุณภาพชีวิตของคนในสังคมดีขึ้น
4. ธุรกิจสร้างรายได้ให้แก่รัฐบาลและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ การดำเนินธุรกิจเมื่อมีผลกำไร ธุรกิจต้องเสียภาษีให้รัฐบาลตามอัตราที่กฎหมายกำหนด ทำให้รัฐบาลมีรายได้ที่จะนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศต่อไป
5. ธุรกิจก่อให้เกิดการส่งเสริมและทำให้เกิดการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้นมาทำให้การดำเนินชีวิตมีความสะดวกมากขึ้น

2.1.2 แนวคิดด้านการจัดการ

ซัจจันันต์ ธรรมจินดา .(2553). ได้ให้ความหมายการจัดการ เป็นกระบวนการที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยผ่านการวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การนำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) ทั้งในเรื่องของทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางกายภาพอื่นๆ ทรัพยากรทางการเงินและทรัพยากรทางข่าวสารข้อมูลสารสนเทศขององค์กร โดยให้เกิดทั้งประสิทธิผล ทั้งยังเป็นกระบวนการของการออกแบบและบำรุงรักษาสภาพแวดล้อม ซึ่งมีผลทำให้แต่ละบุคคลและการทำงานร่วมกันภายในกลุ่มของบุคคล สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งหากกล่าวถึงความสำคัญของการจัดการแล้ว พอสรุปได้ดังนี้ คือ

1. กระบวนการจัดการที่ดี จะเป็นสมองขององค์กรในการนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้
2. การจัดการเป็นแนวทางที่ทำให้สมาชิกในองค์กร เกิดความตั้งใจร่วมมือกันเพื่อให้องค์กรประสบผลสำเร็จเพราะมีกระบวนการปฏิบัติงานที่ชัดเจนรวดเร็ว และมีประสิทธิผล
3. การจัดการลดความซับซ้อนในการทำงาน เพราะได้กำหนดขอบเขตการทำงานของแต่ละบุคคลไว้อย่างละเอียดชัดเจน
4. การจัดการเป็นวิธีการบริหารที่พยายามแสวงหาวิธีการที่ดีที่สุด เหมาะสมที่สุดกับสภาพของแต่ละองค์กร เพื่อให้งานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลและประสิทธิภาพสูงสุด

2.1.3 แนวคิดด้านต้นทุนการผลิต

ลิเจง ธนอมวรกุล.(2549). ได้กล่าวว่า ต้นทุนการผลิต (cost of production) หมายถึงค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายในปัจจัยการผลิตที่ใช้ในกระบวนการผลิต เนื่องจากปัจจัยการผลิตแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยคงที่ กับปัจจัยผันแปร ดังนั้นต้นทุนการผลิตซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายในปัจจัยการผลิตจึงแบ่งตามประเภทของปัจจัยการผลิต ออกเป็น 2 ประเภทเช่นเดียวกัน คือ

1. ต้นทุนคงที่ (fixed cost) หมายถึงค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายในการผลิตที่เกิดจากการใช้ปัจจัยคงที่ หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่าต้นทุนคงที่เป็นค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายที่ไม่ขึ้นอยู่กับปริมาณของผลผลิต กล่าวคือ ไม่ว่าจะผลิตปริมาณมาก ปริมาณน้อย หรือไม่ผลิตเลย ก็จะเสียค่าใช้จ่ายในจำนวนที่ คงที่ ตัวอย่างของต้นทุนคงที่ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนซื้อที่ดิน ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างอาคารสำนักงานโรงงาน ฯลฯ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่ตายตัวไม่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิต
2. ต้นทุนผันแปร (variable cost) หมายถึงค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายในการผลิตที่เกิดจากการใช้ปัจจัยผันแปร หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่าต้นทุนผันแปรเป็นค่าใช้จ่ายหรือรายจ่ายที่ขึ้นอยู่กับปริมาณของผลผลิต กล่าวคือ ถ้าผลิตปริมาณมากก็จะเสียต้นทุนมาก ถ้าผลิตปริมาณน้อยก็จะเสีย

ต้นทุน น้อย และจะไม่ต้องจ่ายเลยถ้าไม่มีการผลิต ตัวอย่างของต้นทุนผันแปร ได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าแรงงาน ค่าวัตถุดิบ ค่าขนส่ง ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ฯลฯ

นอกจากนี้ เรายังสามารถแบ่งต้นทุนการผลิตออกเป็นต้นทุนทางบัญชีกับต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งทั้ง 2 ประเภทมีความแตกต่างกันดังนี้

1. ต้นทุนทางบัญชี (business cost) หมายถึงค่าใช้จ่ายต่างๆที่เกิดขึ้นเนื่องจากการผลิตซึ่งคิดเฉพาะรายจ่ายที่เห็นชัดเจน มีการจ่ายเกิดขึ้นจริงๆ (explicit cost)

2. ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ (economic cost) หมายถึงค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นเนื่องจากการผลิต ทั้งรายจ่ายที่เห็นชัดเจนว่ามีการจ่ายจริงและรายจ่ายที่มองไม่เห็นชัดเจนหรือไม่ต้องจ่ายจริง (implicit cost)

รายจ่ายที่เห็นชัดเจนว่ามีการจ่ายจริง ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่างๆที่จ่ายออกไปเป็นตัวเงิน เช่น เงินเดือน ค่าจ้าง ค่าเช่า ดอกเบี้ย ค่าวัตถุดิบ ค่าขนส่ง และอื่นๆ

รายจ่ายที่มองไม่เห็นชัดเจนว่ามีการจ่ายจริง เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้จ่ายออกไปเป็นตัวเงิน แต่ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการจะต้องประเมินขึ้นมาและถือเป็นต้นทุนการผลิตส่วนหนึ่ง ได้แก่ ราคาหรือผลตอบแทนของปัจจัยการผลิตในส่วนที่ผู้ผลิตเป็นเจ้าของเองและได้นำปัจจัยนั้นมาเข้าร่วมในการผลิต ด้วย เช่น นายมณูญเปิดร้านขายของชำที่บ้านของตนเองหรือใช้บ้านเป็นสถานที่ทำงาน ซึ่งในกรณีนี้ นายมณูญไม่ได้คิดค่าเช่าบ้านของตนเองที่นำมาใช้ในการประกอบกิจการดังกล่าว ซึ่งถ้านายมณูญนำบ้านไปให้ผู้อื่นเช่าเพื่อดำเนินกิจการเขาจะต้องได้รับค่าเช่า ดังนั้นค่าเช่าบ้านส่วนที่ควรจะได้แต่กลับไม่ได้ดังกล่าว ถือว่าเป็นต้นทุนค่าเสียโอกาสของนายมณูญ (opportunity cost) ซึ่งต้นทุนดังกล่าวจะนำมารวมอยู่ในต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์

นอกจากนี้ ค่าจ้างของนายมณูญที่ควรจะได้รับหากนายมณูญไปรับจ้างทำงานให้ผู้อื่น แต่กลับไม่ได้รับเพราะต้องมาดำเนินการเอง เงินค่าจ้างส่วนนี้ก็ต้องนำมารวมในต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ด้วยเช่นกัน

ต้นทุนที่มองไม่เห็นเหล่านี้จะถูกรวมเข้าไปด้วยทำให้ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์สูงกว่าต้นทุนทางบัญชี ดังนั้นกำไรในทางเศรษฐศาสตร์จึงน้อยกว่ากำไรในทางบัญชีเสมอ

2.1.4 แนวคิดด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์

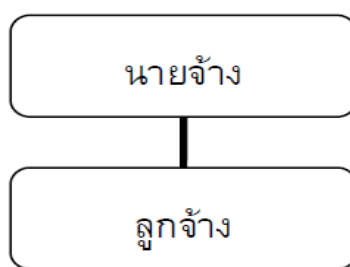
บุศรินทร์ ศรีสะอาด . (2548). ได้อธิบายเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ไว้ดังนี้

2.1.4.1 โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมตามระดับของธุรกิจ

โครงสร้างขององค์กรจะแสดงให้เห็นถึงการติดต่อสื่อสาร อำนาจหน้าที่ การไหลของงาน การจัดโครงสร้างองค์กร เป็นการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างคนและงานให้เกิดการทำงานที่มี

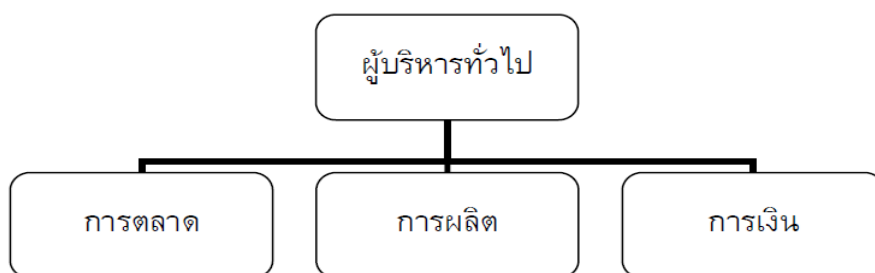
ประสิทธิภาพสูงสุด และบรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร แม้ว่าจะมีโครงสร้างขององค์กรอยู่มาก แต่โครงสร้างหลักๆที่เห็นกัน คือ

1. โครงสร้างแบบเรียบง่าย (Simple Structure) โครงสร้างแบบนี้จะมีขนาดเล็ก ไม่มีการแบ่งงานกันทำเฉพาะด้านตามแนวนอน ส่วนใหญ่การบริหารงานมักอยู่ที่เจ้าของ พนักงานจะทำงานเกี่ยวกับผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โครงสร้างแบบนี้เหมาะกับบริษัทขนาดเล็กและใหม่



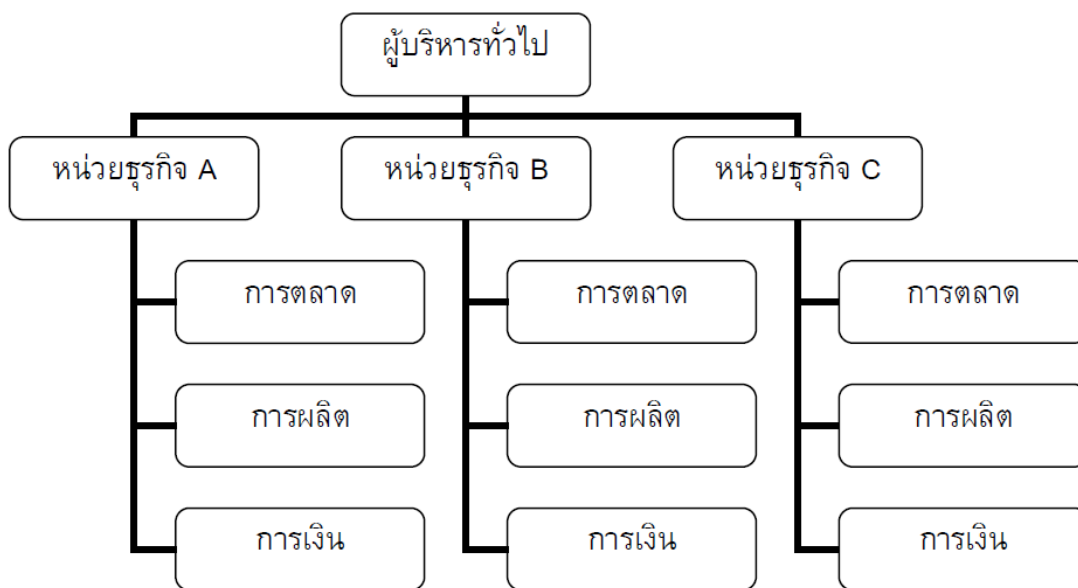
ภาพที่ 2-2 แสดงโครงสร้างองค์กรแบบเรียบง่าย

2. โครงสร้างแบบหน้าที่ (Functional Structure) โครงสร้างแบบนี้จะแบ่งงานกันทำเฉพาะด้าน เช่น การผลิต การเงินและการตลาด เป็นต้น โครงสร้างแบบนี้จะได้ประโยชน์จากการสร้างความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านแทนที่จะให้พนักงานทุกคนของบริษัททำงานทุกอย่าง และเหมาะสมสำหรับบริษัทที่ดำเนินอยู่ภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน แต่ไม่เหมาะสมกับบริษัทที่ต้องปรับตัวอยู่ตลอดเวลา



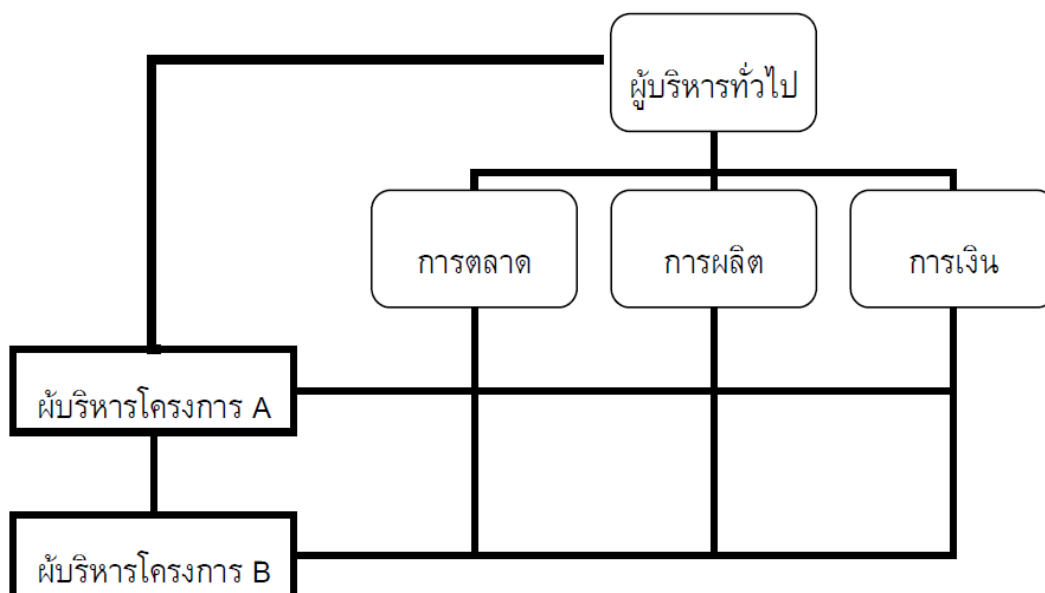
ภาพที่ 2-3 แสดงโครงสร้างองค์กรแบบหน้าที่

3. โครงสร้างแบบหน่วยธุรกิจ (Divisional Structure) โครงสร้างแบบนี้จะมีระดับบริหารหรือผู้บริหารหน่วยธุรกิจเพิ่มเข้ามาระหว่างผู้บริหารสูงสุด และผู้บริหารตามหน้าที่โครงสร้างแบบนี้อาจอยู่บนพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ พื้นที่ หรือลูกค้าได้ เหมาะสมสำหรับบริษัทที่มีผลิตภัณฑ์หลายอย่างที่ต้องจำหน่ายภายในตลาดที่แตกต่างกันหลายตลาด ทำให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินงาน แต่โครงสร้างแบบนี้มีปัญหาการซ้ำซ้อนของอุปกรณ์และพนักงาน



ภาพที่ 2-4 แสดงโครงสร้างองค์กรแบบหน่วยธุรกิจ

4. โครงสร้างแบบเมตริก (Metric Structure) เป็นโครงสร้างที่รวมหน่วยงานแบบหน้าที่ และหน่วยธุรกิจเข้าด้วยกัน ณ ระดับเดียวกัน พนักงานต้องเผชิญกับปัญหา 2 คน คือ ผู้จัดการโครงการและผู้บริหารแบบหน้าที่



ภาพที่ 2-5 แสดงโครงสร้างองค์กรแบบเมตริก

สำหรับองค์กรที่มีขนาดใหญ่ขึ้นการจัดโครงสร้างองค์กรจะมีฝ่ายต่างๆ ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเพิ่มขึ้นและมีการเจาะจงมากขึ้น

2.1.5 แนวคิดด้านบริหารทรัพยากรบุคคล

บุศรินทร์ ศรีสะอาด . (2548). ได้กล่าวว่า การบริหารทรัพยากรบุคคล หมายถึง กระบวนการวางแผนและกำหนดวิธีการบริหารจัดการเกี่ยวกับบุคลากรที่ทำงานในองค์กร โดยคัดสรรให้ได้บุคลากรที่เหมาะสมและบำรุงรักษาไว้ด้วยการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม พัฒนาให้มีความรู้ ความสามารถ ให้มีโอกาสดำเนินงาน และให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นการจัดโครงสร้างของการบริหารทรัพยากรบุคคลให้เหมาะสมกับธุรกิจขนาดเล็กและขนาดย่อม มีลักษณะของกระบวนการทำงาน ดังนี้

1. กระบวนการสรรหา เป็นกระบวนการที่ดูแลด้านฐานข้อมูลของพนักงาน การวางแผนกำลังคน การสรรหา คัดเลือก และการทดลองงาน
2. กระบวนการพัฒนา เป็นกระบวนการที่ดูแลด้านการหาความต้องการฝึกอบรมจัดทำแผนฝึกอบรม การฝึกอบรมปฏิบัติ ทฤษฎี คู่มือ
3. กระบวนการรักษา เป็นกระบวนการที่ดูแลด้านการจ่ายค่าตอบแทนตามผลงานจัดกิจกรรมกระตุ้น สร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน และส่งเสริมความก้าวหน้าให้กับบุคลากร
4. กระบวนการใช้ประโยชน์ เป็นกระบวนการที่ดูแลด้านการวิเคราะห์งาน

2.1.6 แนวคิดด้านกลยุทธ์การบริหารการผลิต

ไชมอน โชติอนันต์ .(2550). การบริหารธุรกิจย่อมต้องมีการวางแผนดำเนินการต่างๆ ในระยะยาว เพื่อเป็นพื้นฐาน สำคัญในการกำหนดทิศทางขององค์กร การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) เป็นการมองการณ์ในอนาคตด้วยวิสัยทัศน์อันยาวไกล เพื่อสร้างแผนงานอันต่อเนื่องและดำรงแนวทางดำเนินงานให้ถูกทิศทาง

1 ระดับของแผนงานกลยุทธ์สำหรับองค์การธุรกิจ

- แผนกลยุทธ์ระดับองค์การ (Corporate-level Strategic Plan) เป็นแผนงานที่กำหนดพันธกิจ (Mission) ขององค์การโดยรวม ซึ่งแสดงโอกาสและช่องทางในการดำเนินธุรกิจ ช่วยจัดสรรทรัพยากรขององค์การอย่างทั่วถึงและเหมาะสม และเปิดช่องทางใน

การทำธุรกิจใหม่ๆ แผนกลยุทธ์ระดับองค์การวางแนวทางให้แก่หน่วยธุรกิจขององค์การ (Single Business Unit: SBU) มีกรอบของการดำเนินงานอย่างชัดเจน

- แผนกลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business-level Strategic Plan) เป็นแผนงานที่หน่วยธุรกิจขององค์การจะแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น โดยแสดงถึงวัตถุประสงค์หลักของธุรกิจและวิธีการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์นั้น แผนกลยุทธ์ระดับธุรกิจนี้ต่อเนื่องมาจากแผนกลยุทธ์ระดับองค์การ

- แผนกลยุทธ์ระดับหน้าที่หรือผลิตภัณฑ์ (Functional หรือ Product-level Strategic Plan) เป็นแผนงานในระดับฝ่ายของหน้าที่ต่างๆ ซึ่งเป็นทั้งแผนวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานที่สืบเนื่องรายละเอียดต่อจากแผนกลยุทธ์ระดับธุรกิจ

- แผนกลยุทธ์การบริหารการผลิตเกิดขึ้นจากการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกองค์การ ประกอบกับสมรรถนะของทรัพยากรภายในองค์การเอง ดังที่เรียกว่า การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและสภาวะภายนอกองค์การ (SWOT Analysis) อันประกอบด้วย 2 ขั้นตอนของการสร้างแผนกลยุทธ์

ขั้นตอนที่ 1 : กำหนดงานหลัก (Primary Task) โดยระบุเป็นพันธกิจ (Mission) ที่บ่งบอกถึงแนวทางในอนาคตขององค์การที่วางไว้อย่างมีวิสัยทัศน์ ไม่กว้าง ไม่แคบเกินไป ระบุเป็นเชิงปริมาณที่ชัดเจนเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ และสอดคล้องกับวัฒนธรรมหลักขององค์การ

ขั้นตอนที่ 2 : ยึดมั่นในข้อได้เปรียบหลัก (Core Competency) ที่องค์การมีเหนือคู่แข่งรายอื่นๆ จึงเรียกข้อได้เปรียบหลักได้อีกอย่างหนึ่งว่า Distinctive Competence หรือ Competitive

Advantage ข้อได้เปรียบหลักควรจะเป็นสิ่งที่มีประโยชน์และมีคุณค่าในสายตาลูกค้า โดยที่คู่แข่งอื่นไม่สามารถเลียนแบบได้ง่าย ข้อได้เปรียบหลักประกอบด้วยแรงงาน สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบของเทคโนโลยี ตลอดจนความแข็งแกร่งของการปฏิบัติการทางการตลาดและการเงิน

2.1.7 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ .(2550). ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) เป็นเครื่องมือที่ประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1 ผลิตภัณฑ์ (price) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคลผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้อง พยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และ (หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

1.2 องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปลักษณ์ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

2 ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ อีกความหมายหนึ่งคือ คุณค่า ผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเองราคา เป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคา ต้องคำนึงถึง

2.1 คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่น ๆ

3 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (No personal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่ง หรือหลายเครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสานกัน Integrated marketing communication หรือ IMC โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

4 การจัดจำหน่าย (Place หรือ distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัชภูมิ รัตนเพียร.(2551). ได้ทำการศึกษา ปัจจัยในการบริหารจัดการธุรกิจแปรรูปหอยนางรมเพื่อจำหน่ายในรูปแบบผลิตภัณฑ์สดของผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี และเปรียบเทียบปัจจัยในการบริหารจัดการธุรกิจแปรรูปหอยนางรมเพื่อจำหน่ายในรูปแบบผลิตภัณฑ์สด จำแนกตามคุณลักษณะประชากรของผู้ประกอบการ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการศึกษาผู้ประกอบการจำนวน 98 รายโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ One-Way Anova Test ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียวใช้เงินส่วนตัวในการดำเนินกิจการมีแรงงานน้อยกว่า 5 คน โดยมีแหล่งซื้อวัตถุดิบ (หอยนางรม) จากจังหวัดชลบุรี ร้อยละ 50 ดำเนินกิจการมา 2-6 ปีไม่เคยได้รับความรู้ในการดำเนินกิจการ ไม่เคยเข้ารับการฝึกอบรมความรู้ทางธุรกิจ ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวทำให้ทราบว่าจะกิจการของธุรกิจแปรรูปหอยนางรมเพื่อจำหน่ายในรูปแบบผลิตภัณฑ์สด ของผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมือง ชลบุรี จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดเล็ก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดความรู้ในทางทฤษฎีในการดำเนินธุรกิจใช้ประสบการณ์เป็นหลักในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มุ่งให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ของหอยนางรมสูงที่สุดรองลงมาคือ ด้านพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน และด้านการบริหารจัดการกระบวนการ ส่วนด้านราคา ด้านการบริหารการเงิน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การขาย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับปานกลาง แต่ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวผลิตภัณฑ์หอยนางรม เป็นสิ่งที่ประกอบการให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยมุ่งให้ทรัพยากรประเภทต่าง ๆ เพื่อทำให้ได้ซึ่งผลิตภัณฑ์หอยนางรมที่มีคุณภาพมีรสชาติอร่อย ถูกใจผู้บริโภคและจากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยของการบริหารจัดการธุรกิจแปรรูปหอยนางรมเพื่อจำหน่ายในรูปแบบผลิตภัณฑ์สด ของผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำแนกตามคุณลักษณะประชากรของผู้ประกอบการ ทำให้พบว่าผู้ประกอบการประเภทห้างหุ้นส่วน ที่มีคนงานมากกว่า 30 คน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และใช้เงินส่วนตัวในการลงทุน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยในการบริหารจัดการธุรกิจแปรรูปหอยนางรมเพื่อจำหน่ายในรูปแบบผลิตภัณฑ์สด มากกว่า ผู้ประกอบการประเภทเจ้าของคนเดียวหรือประเภทครอบครัว ที่มีระดับความรู้ในการประกอบธุรกิจน้อย และใช้เงินกู้จากแหล่งต่างมาดำเนินกิจการ

อนันต์ อุ่นนุช และอาชิวัน มะหลิ. (2551). ได้ทำการศึกษา ผลของปริมาณฟักทอง (*Cucubita moschata* Decne.) ต่อระดับความชอบของผู้บริโภค ในผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาเสริม

ฟักทอง จากการศึกษาปริมาณที่มีผลต่อระดับความชอบของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาเสริมฟักทองที่นำมาศึกษามี 3 ระดับ ได้แก่ ปริมาณฟักทอง 30 กรัม ปริมาณฟักทอง 50 กรัม และปริมาณฟักทอง 70 กรัม โดยทำการศึกษาการประเมินคะแนนการยอมรับด้านประสาทสัมผัสด้วยการให้คะแนนความชอบ 5 ระดับ (Hedonic 5 Scale) ผลจากการทดลอง พบว่าปริมาณฟักทองที่มีผลต่อคะแนนการยอมรับของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาเสริมฟักทองสำเร็จ ($p \leq 0.05$) กล่าวคือผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาที่เสริมฟักทอง 50 กรัม ได้คะแนนการยอมรับจากผู้บริโภคสูงสุด รองลงมาคือ ปริมาณฟักทอง 30 กรัม และปริมาณฟักทอง 70 กรัม แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาคะแนนระดับความชอบทางด้านประสาทสัมผัสของผู้บริโภคในทุกด้านของผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาเสริมฟักทองที่ผลิตจากการเสริมฟักทอง 50 กรัม กับปริมาณฟักทอง 70 กรัม ไม่มีความแตกต่างกันทางด้านสถิติ ($p \leq 0.05$) ดังนั้นปริมาณปลาเสริมฟักทอง 30 กรัม จึงเป็นปริมาณที่เหมาะสมในการเลือกมาผลิตข้าวเกรียบปลาเสริมฟักทอง ทั้งนี้เพื่อลดต้นทุนการผลิตและที่สำคัญผู้บริโภคให้การยอมรับ

อนิษฐา ไชยกันทา และ กาญจนา ร่วมชาติ. (2553). ได้ทำการศึกษา คุณลักษณะการทำข้าวเกรียบเมล็ดขนุน พบว่า อัตราส่วนเมล็ดขนุนต่อแป้งสาลีที่เหมาะสมในการทำข้าวเกรียบเมล็ดขนุน และทำการหาปริมาณไอโอดีนในข้าวเกรียบและเสริมเพื่อให้ได้ปริมาณที่เหมาะสมต่อการบริโภค โดยกำหนดอัตราส่วนของเมล็ดขนุนต่อแป้งสาลี 7 สิ่งทดลองคือ 0 : 6, 1 : 5, 2 : 4, 3 : 3, 4 : 2, 5 : 1 และ 6 : 0 ตามลำดับ ทำการวิเคราะห์ลักษณะทางด้านเคมี กายภาพและทางด้านประสาทสัมผัส พบว่าข้าวเกรียบเมล็ดขนุนที่มีอัตราส่วนผสมระหว่างเมล็ดขนุนต่อแป้งสาลี 4 : 2 มีคะแนนการยอมรับในด้านความชอบรวม สี กลิ่น รสชาติ เนื้อสัมผัส มากที่สุด ผลการวิเคราะห์คุณภาพทางด้านเคมีของข้าวเกรียบเมล็ดขนุนมีค่าความชื้นร้อยละ 7.24 ปริมาณโปรตีนร้อยละ 4.91 ปริมาณไขมันร้อยละ 1.13 และปริมาณเถ้าร้อยละ 1.04 โดยมีปริมาณไอโอดีน 803 ไมโครกรัมต่อกรัม

ฐิติรัตน์ คงเรือง และ อนุวัต สงสม. (2547). ได้ทำการศึกษา การผลิตและการตลาด ขมิ้นชันและผลิตภัณฑ์ใน ตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิต และการตลาดของขมิ้นชันและผลิตภัณฑ์ ในตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรผู้ปลูกขมิ้นชัน จำนวน 113 ราย และจากผู้รวบรวมท้องที่จำนวน 5 ราย ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรผู้ปลูกขมิ้นชันส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-39 ปี สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา มีสมาชิกครัวเรือนระหว่าง 3-4 คน มีสมาชิกในครัวเรือนที่ทำการเกษตร 1- 2 คน ส่วนใหญ่มีพื้นที่ถือครองเพื่อการเกษตร 10 -19 ไร่ ประกอบอาชีพทำสวนยางเป็นอาชีพหลักและปลูกขมิ้นเป็นอาชีพเสริม โดยมีพื้นที่ปลูก 1-2 ไร่ ด้านการปลูกขมิ้นชัน พบว่า ส่วนใหญ่จะปลูกร่วมกับพืชชนิดอื่น พันธุ์ที่

นิยมปลูกคือขมิ้นคั่วง โดยใช้แ่งเป็นท่อนพันธุ์ เหลือใช้ท่อนพันธุ์ 200 - 400 กิโลกรัมต่อไร่ ท่อนพันธุ์ส่วนใหญ่เป็นของตนเอง โดยเริ่มปลูกในเดือนพฤษภาคม และเก็บเกี่ยวในเดือนมกราคม ผลผลิตเฉลี่ย 2,000-3,000 กิโลกรัมต่อไร่ ด้านต้นทุนการผลิต พบว่า ค่าท่อนพันธุ์มีสัดส่วนสูงที่สุด รองลงมาคือ ค่าปุ๋ย และค่าใช้จ่ายในการเตรียมพื้นที่เพาะปลูก ตามลำดับ โดยมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 8,151.5 บาทต่อไร่ ในด้านการจำหน่ายผลผลิต พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่จำหน่ายขมิ้นสดให้แก่ผู้รวบรวมท้องที่ ซึ่งมารับซื้อ ณ แหล่งผลิต โดยราคารับซื้อแตกต่างกันไปตามลักษณะของผลผลิต ส่วนใหญ่จำหน่ายเป็นหัวแม่พร้อมแ่ง(แพ) ราคาขมิ้นถูกกำหนดโดยพ่อค้าคนกลางเกษตรกรไม่มีอำนาจต่อรอง ในด้านปัญหาการผลิตและการตลาด พบว่า ปัญหาที่สำคัญ ได้แก่ ราคาผลผลิตตกต่ำ การขาดการแปรรูปผลผลิต และความไม่ต่อเนื่องในการให้ความช่วยเหลือของภาครัฐ ด้านข้อเสนอแนะเพิ่มเติม พบว่า เกษตรกรต้องการให้รัฐเข้ามาช่วยเหลือในการแปรรูปผลผลิต และการจัดสรรที่ดินเพื่อใช้ในการเพาะปลูกเนื่องจากในปัจจุบันที่ดินที่ใช้เพาะปลูกเป็นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ด้านการตลาดขมิ้น พบว่า มีผู้รวบรวมในท้องที่ทั้งสิ้น 5 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและมีการรับซื้อขมิ้นมานานกว่า 5 ปี โดยรับซื้อขมิ้นชั้นร่วมกับพืชอื่น ๆ ด้วย เช่น ขางแผ่น ผักและผลไม้ การรับซื้อขมิ้นเป็นกิจการภายในครอบครัวไม่มีการจ้างแรงงานประจำ มีเพียงการจ้างเหมาแรงงานในบางกิจกรรม ได้แก่ การล้างทำความสะอาด และการขนย้ายขมิ้นชั้น ด้านวิธีการรับซื้อพบว่าผู้รวบรวมจะติดต่อกับผู้ผลิตโดยทางโทรศัพท์ และไปรับซื้อ ณ แหล่งผลิตเป็นส่วนใหญ่ ผู้รวบรวมจึงต้องมีรถยนต์และอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อการขนส่ง อีกทั้งต้องเตรียมเงินสดไว้เป็นทุนหมุนเวียน เนื่องจากต้องจ่ายค่าขมิ้นแก่เกษตรกรเป็นเงินสด ในการกำหนดราคารับซื้อนั้น ผู้รวบรวมกำหนดราคารับซื้อโดยพิจารณาจากราคาที่คาดว่าจะขายได้ และราคารับซื้อของกลุ่มคู่แข่ง ตลอดจนคุณภาพของผลผลิต ซึ่งปกติราคารับซื้อขมิ้นชั้นจากเกษตรกรจะกำหนดให้ถูกกว่าราคาที่คาดว่าจะขายได้ กิโลกรัมละ 2-3 บาท ด้านการขายผลผลิต พบว่า ผู้รวบรวมท้องที่นี้จะจำหน่ายผลผลิตในลักษณะหัวสด ซึ่งผ่านการทำความสะอาดแล้ว โดยมีการคัดแยกเกรด ทั้งนี้ผู้รวบรวมจะได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าทางโทรศัพท์เป็นส่วนใหญ่ โดยราคาที่ขายถูกกำหนดโดยราคาซื้อขายในท้องตลาดขณะนั้นเป็นหลัก ภายหลังได้รับคำสั่งซื้อแล้วผู้รวบรวมจะจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าทันทีที่มีผลผลิต ดังนั้นผู้รวบรวมจำเป็นต้องมีขมิ้นเก็บสำรองไว้เสมอ ส่งผลให้มีต้นทุนในการเก็บรักษา สำหรับวิถีการตลาดขมิ้น พบว่า ขมิ้นชั้นที่เกษตรกรผลิตได้ ร้อยละ 95 จะขายให้กับผู้รวบรวมในท้องที่ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 5 จะเก็บไว้บริโภคและเป็นท่อนพันธุ์สำหรับการเพาะปลูกในฤดูกาลต่อไป โดยในส่วนของผู้รวบรวมเมื่อรับซื้อผลผลิตไปแล้ว จะนำผลผลิตประมาณร้อยละ 66 ไปขายที่ตลาดกลางผักและผลไม้หัวอูฐ จังหวัดนครราชสีมา และขายให้กับพ่อค้ารายย่อยในจังหวัดพัทลุง และจังหวัดใกล้เคียงร้อยละ 6 และ 24 ตามลำดับ สำหรับผลผลิตที่ตลาดกลางผักและผลไม้หัวอูฐ

ประมาณร้อยละ 40 จะขายให้กับผู้ผลิตเครื่องแกงในพื้นที่ ส่วนอีกร้อยละ 20 จะขายให้พ่อค้าในตลาดกรุงเทพ และที่เหลือร้อยละ 5 จะขายให้ผู้บริโภคภายในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านปัญหาในการรับซื้อขมิ้นชัน พบว่า ปัญหาที่สำคัญได้แก่ปัญหาปริมาณผลผลิตที่มีน้อยและมีปริมาณไม่แน่นอน ราคาผลผลิตตกต่ำและไม่แน่นอน การขาดอำนาจในการกำหนดราคารับซื้อ และต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มสูงขึ้น

ณรัตน์นัท คล้ายสังข์ และ คณะ. (2553). ได้ทำการศึกษา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบพักทอง ที่มีส่วนผสมของแป้งเมล็ดขนุน มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวในรูปแบบของของข้าวเกรียบ นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ ในรูปข้าวเกรียบซึ่งพบได้ทั่วไป จากการศึกษาความเป็นได้ในการใช้แป้งเมล็ดขนุนทดแทนแป้งมันสำปะหลังใน การทำผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบ ที่จะสามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่เมล็ดขนุนและยังสะดวกในการบริโภค ในการเตรียมแป้งเมล็ดขนุนที่ใช้ทดแทนแป้งมันสำปะหลัง ได้จากการนำเมล็ดขนุนที่ต้มสุก บั่นและนำไปตากแดด 1-2 วันแล้วบั่นให้เป็นผงละเอียด นำมาผสมกับแป้งมันสำปะหลังและส่วนผสมอื่นๆ ที่เตรียมไว้วนวดให้เข้ากัน บั่นให้เป็นแท่ง นึ่งและแช่ตู้เย็นช่องธรรมดาเป็นเวลา 24 ชั่วโมง จากนั้นหั่นเป็นชิ้นบางๆ นำไปตากแดด 1 วันแล้วนำมาทอดในน้ำมันที่อุณหภูมิ 160 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 2 นาที สัดส่วนที่เหมาะสมของแป้งเมล็ดขนุนที่ใช้ทดแทนแป้งมันสำปะหลัง คือ ร้อยละ 40 จากการศึกษาปริมาณของรากผักชีและพริกไทยที่ผู้บริโภคพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบ คือ 3.36 และ 2.4 กรัมตามลำดับ ต่อปริมาณแป้งทั้งหมด 125 กรัม สูตรที่เหมาะสมในการทำข้าวเกรียบมีส่วนผสมดังนี้ แป้งมันสำปะหลัง 75 กรัม แป้งเมล็ดขนุน 50 กรัม น้ำตาลทราย 7.7 กรัม เกลือ 1.5 กรัม รากผักชี 3.36 กรัม พริกไทยป่น 2.4 กรัม น้ำเดือด 48.4 กรัมและซีอิ๊วขาว 1 กรัม จากการประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัสด้วย วิธี 9-Point Hedonic Scale พบว่า คุณลักษณะในด้านความกรอบ กลิ่นของเครื่องปรุง รสของเครื่องปรุงและการพองตัวของข้าวเกรียบอยู่ในระดับชอบปานกลาง ด้านสีและความรู้สึกลังซิมอยู่ใน ระดับชอบมาก (7.15-7.41) ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบที่ร้อยละ 98 และราคาที่สมารถ ซื้อได้ต่อ 1 ถุง (100 กรัม) คือ 20-30 บาท

เรวดี สมพงษ์ และ คณะ. (2547). ได้ทำการศึกษา การพัฒนาผลิตภัณฑ์แป้งฝุ่นขมิ้นชันในการศึกษากรรมวิธีการทำแป้งขมิ้นชัน ซึ่งเริ่มจากขั้นตอนการเตรียมขมิ้นชัน โดยการนำเหง้าขมิ้นมาล้างทำความสะอาด ตัดราก และขูดเปลือกออก และนำมาหั่นเป็นชิ้นบางให้มีความหนาสม่ำเสมอประมาณ 1-2 มิลลิเมตร และทำการศึกษากการทำแป้งขมิ้นชัน 2 วิธี คือ การทำแป้งโดยการตากแห้งซึ่งใช้แสงแดดตามธรรมชาติ วิธีการตากแห้งใช้ช่วงเวลากากแห้งตั้งแต่เวลา 08.00-16.00 น. เป็นเวลา 2 วัน อีกวิธีหนึ่งของการทำแป้ง คือ การอบแห้ง โดยใช้ตู้อบแห้งชนิดลมร้อน ใช้อุณหภูมิ

ประมาณ 60 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 20-22 ชั่วโมง นำขมิ้นชันที่ผ่านการทำให้แห้งไปบดให้ละเอียด จะได้ขมิ้นผงที่มีสีส้มเข้ม ซึ่งขมิ้นผงที่ได้จากการทำให้แห้งทั้ง 2 วิธี มีค่าสี L^* , a^* , b^* และปริมาณความชื้นแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยมีค่าสี L^* , a^* และ b^* เท่ากับ 45.22, 20.21, 48.84 และ 48.34, 27.20 และ 55.61 ตามลำดับ ปริมาณความชื้น เท่ากับร้อยละ 4.65 และ 3.12 ตามลำดับ ผลทางจุลินทรีย์ของขมิ้นผง ตรวจไม่พบจำนวนจุลินทรีย์ทั้งหมด และจำนวนยีสต์และรา

นภาพรณี สมอาสา และ วรณภา นิวาสะวัต. (2554). ได้ทำการศึกษา ความสำเร็จของการพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพปลาสาม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำเร็จของการพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพเกษตรกรกรณีศึกษา: กลุ่มปลาสามบ้านหนองครก หมู่ที่ 11 ตำบลโพนทราย อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในเขตเทศบาลตำบลโพนทราย ทั้งผู้ที่เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้นำท้องถิ่น/ผู้นำชุมชน ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค กรรมการกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์เนื้อหาและบูรณาการข้อมูลระดับบุคคลให้เป็นระดับกลุ่ม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มปลาสาม ตำบลโพนทราย สามารถดำเนินการให้ประสบผลสำเร็จได้นั้น เนื่องจากการผลิตที่มีคุณภาพ คำนึงถึงความสะอาด ปลอดภัย ประกอบกับผู้นำมีความคิดสร้างสรรค์ มุ่งมั่นและทุ่มเทต่อการทำงานจนสามารถทำให้การทำปลาสามตรงตามความต้องการของตลาดได้รับความนิยมและได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ ตลอดจนการบริหารจัดการกลุ่ม มีการแบ่งปันกำไรให้กับสมาชิกทำให้กลุ่มมีรายได้และมีความเข้มแข็งคงอยู่ได้

จิราภา เจริญจรรยากุล. (2553). ได้ทำการศึกษา ระบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการประเมินคุณภาพสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเพื่อพัฒนาเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 5 ประเภทคือ ประเภทอาหาร ประเภทเครื่องดื่ม ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ประเภทของใช้ของตกแต่ง ของที่ระลึกและประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร แล้วนำเกณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาใช้เป็นแบบประเมินคุณภาพสินค้าในระบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการประเมินคุณภาพสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์ จากนั้นทดสอบความสามารถใช้งานได้ของระบบจากกลุ่มผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครราชสีมาจำนวน 72 ตัวอย่าง และกลุ่มผู้บริโภคจำนวน 96 ตัวอย่าง ผลจากการพัฒนาเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพสินค้า 5 ประเภทสรุปได้เกณฑ์ดังนี้ เกณฑ์ประเภทอาหารจำนวน 282 ข้อ ประเภทเครื่องดื่มจำนวน 41 ข้อ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายจำนวน 47 ข้อ ประเภทของใช้ของตกแต่งของที่ระลึกจำนวน 27 ข้อ และประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารจำนวน 77 ข้อ ผลจากการทดสอบความสามารถใช้งานได้ของระบบจากผู้ประกอบการพบว่า ความมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนผลจากการทดสอบความสามารถใช้งานได้ของระบบจากผู้บริโภค พบว่า ความมีประสิทธิภาพและความสามารถในการเรียนรู้ในระดับมากที่สุด

โสรัตน์ มงคลมะไฟ. (2554). ได้ทำการศึกษา คชภูมินิพนธ์ รูปแบบการบริการจัดการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูป สับปะรดไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและปัจจัยสภาพแวดล้อมที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการของอุตสาหกรรมแปรรูปสับปะรดไทย

2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการของผู้ประกอบการแปรรูปสับปะรดไทย

3. เพื่อเสนอตัวแบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปสับปะรดไทย ซึ่งดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ จากสถานประกอบการในอุตสาหกรรมแปรรูปสับปะรดในประเทศไทย ที่จดทะเบียนธุรกิจการค้า และมีสถานะคงอยู่ จำนวน 50 แห่ง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์จากผู้ทรงคุณวุฒิในอุตสาหกรรมแปรรูปสับปะรดไทย จำนวน 10 ท่าน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยวิธีการแบบ Enter ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปสับปะรดไทย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก จำนวน 9 ปัจจัย เรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านการจัดการคุณภาพ ด้านการวางแผนกลยุทธ์ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดการกระบวนการผลิต ด้านการจัดการความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการความสัมพันธ์กับภาครัฐ การจัดการแรงงานการผลิต และด้านการจัดการกระบวนการภายใน โดยมีปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 3 ปัจจัย เรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านการจัดการวัตถุดิบ ด้านการจัดการการตลาด และด้านการจัดการความสัมพันธ์ในกลุ่มอุตสาหกรรม

2. ปัจจัยที่ส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปสับปะรดไทย ได้แก่ ด้านการจัดการกระบวนการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดการการตลาด ด้านการจัดการความสัมพันธ์กับภาครัฐ ด้านการจัดการความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และ ด้านการจัดการกระบวนการบริหารภายใน ส่วนปัจจัยที่ส่งผลทางลบต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปสับปะรดไทย ได้แก่ ด้านการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ ด้านการจัดการความสัมพันธ์ในกลุ่มอุตสาหกรรม ด้านการจัดการคุณภาพ ด้านการจัดการแรงงานผลิต และด้านการจัดการวัตถุดิบ

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปสับปะรดไทย จำนวน 11 ปัจจัย อธิบายประสิทธิภาพการบริหารจัดการได้ร้อยละ 84.4 สามารถแสดงในรูปสมการความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการสำหรับ

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปสับปะรดไทย ได้แก่ 3.1 สมการแสดงความสัมพันธ์ในรูปแบบคะแนนดิบ $Y = 4.529 + .914(\text{ด้านการจัดการกระบวนการผลิต}) + .535(\text{ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์}) + .239(\text{ด้านการจัดการความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง}) + .119(\text{ด้านการจัดการความสัมพันธ์กับภาครัฐ}) - 1.179(\text{ด้านการจัดการแรงงานการผลิต}) - .269(\text{ด้านการจัดการการตลาด}) - .245(\text{ด้านการจัดการกระบวนการบริหารภายใน}) - .211(\text{ด้านการจัดการวัตถุดิบ}) - .171(\text{ด้านการจัดการความสัมพันธ์ในกลุ่มอุตสาหกรรม}) - .158(\text{ด้านการวางแผนกลยุทธ์}) - .086(\text{ด้านการจัดการคุณภาพ})$ 3.2 สมการแสดงความสัมพันธ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน $Y = 4.529 + .760(\text{ด้านการจัดการกระบวนการผลิต}) + .472(\text{ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์}) + .232(\text{ด้านการจัดการความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง}) + .144(\text{ด้านการจัดการความสัมพันธ์กับภาครัฐ}) - .841(\text{ด้านการจัดการแรงงานการผลิต}) - .316(\text{ด้านการจัดการการตลาด}) - .282(\text{ด้านการจัดการกระบวนการบริหารภายใน}) - .169(\text{ด้านการจัดการวัตถุดิบ}) - .159(\text{ด้านการจัดการความสัมพันธ์ในกลุ่มอุตสาหกรรม}) - .153(\text{ด้านการวางแผนกลยุทธ์}) - .126(\text{ด้านการจัดการคุณภาพ})$

ศิริวรรณ กลางนคร. (2548). ได้ทำการศึกษา การจัดการธุรกิจแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มอาชีพชุมชนยอดแก้ว ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจ้องครของกลุ่ในปัจจุบัน การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านการตลาดและปัญหาในการดำเนินธุรกิจการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร ของกลุ่มอาชีพการศึกษาในครั้งนี้ เป็นกรณีศึกษาของการจัดการธุรกิจแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร ซึ่งได้แก่ ข้าวเกรียบงา ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มอาชีพชุมชนยอดแก้ว ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือจากสำนักงานเทศบาลเมืองหนองคาย ภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มที่ทำการศึกษามีสมาชิกในกลุ่มทั้งหมด 13 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ประธานกรรมการกลุ่มแม่บ้าน เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบโครงการ สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน เอกสารรายงานผลการดำเนินงานของกลุ่ม การรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วารสารและเอกสารทางวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจากการศึกษาพบว่าในการบริหารงานยังไม่มีแบ่งหน้าที่ออกเป็นฝ่ายต่างๆ แต่มีตำแหน่งที่แบ่งไว้คือ ประธานกรรมการ กลุ่ม รองประธาน เลขานุการ เกรียญิก และประชาสัมพันธ์กลุ่มมีการประชุมเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อแจ้งผลการดำเนินงานแต่ละเดือน และร่วมพิจารณาปรึกษาหารือกันในกลุ่ม เงินทุนของกลุ่มได้มาจากการระดมทุนจากสมาชิก การสนับสนุนจากสำนักงานเทศบาลเมืองหนองคาย จากเงินอุดหนุนโครงการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) รวมทั้งสิ้น 2,000 บาท ในการผลิตจะใช้แรงงานจากสมาชิกกลุ่มร่วมกันผลิตโดยใช้การลงเวลามาปฏิบัติงานและคิดค่าตอบแทนให้โดยแบ่งตามสัดส่วนของเวลาที่มาปฏิบัติงานซึ่งการจัดสรรกำไรจะแบ่งเป็น 4 ส่วน

คือ แบ่งเป็นเงินให้แก่สมาชิกร้อยละ 65 แบ่งเป็นเงินทุนสวัสดิการให้แก่สมาชิกร้อยละ 20 เก็บไว้เป็นเงินหมุนเวียนในกลุ่มร้อยละ 10 และอื่นๆตามที่คณะกรรมการเห็นสมควรร้อยละ 5 การผลิตจะผลิตตามความต้องการของตลาด โดยเฉลี่ยในหนึ่งเดือนจะทำการผลิตสินค้าประมาณ 6,600 ถุง แป้งข้าวเจ้าและงาคั่วซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักจะซื้อจากตลาดใน 2 ตำบล น้ำกะทิจะซื้อจากโรงงานคั้นกะทิ ในชุมชน การจำหน่ายจะจัดจำหน่ายให้กับ ร้านค้าส่งค้าทั้งในและนอกชุมชน ร้านค้ามินิมาร์ท ร้านอาหาร ร้านค้าในโรงเรียน และผู้ค้าปลีก ซึ่งผู้ซื้อจะมารับซื้อ ณ ที่ทำการกลุ่มโดยตรง โดยจำหน่ายในราคาถุงละ 8 บาทสำหรับขนาด 75 กรัม ถุงละ 16 บาทสำหรับขนาด 150 กรัม ราคาที่ผู้บริโภคซื้อถุงละ 10 บาทและถุงละ 20 บาท ต้นทุนในการผลิตข้าวเกรียบงาถุงละ 7.28 บาท ซึ่งมีต้นทุนผันแปรร้อยละ 97.58 และต้นทุนคงที่ร้อยละ 2.42 โดยมีค่าแรงงานเป็นต้นทุนมากที่สุดถึงร้อยละ 57.90 ปัญหาที่พบคือ สมาชิกกลุ่มไม่มีความเป็นผู้นำโดยสมาชิกทั้งหมดมอบอำนาจการตัดสินใจให้อยู่ที่ประธานกลุ่มเพียงผู้เดียว ทำให้การพัฒนากลุ่มทำได้ยาก กลุ่มไม่มีการวางแผนการผลิตทำให้การผลิตมีปริมาณน้อย ต้นทุนในการผลิตสูงโดยเฉพาะต้นทุนผันแปร และปัญหาที่สำคัญคือการขาดแคลนเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย กลุ่มยังขาดผู้ที่มีความชำนาญในการวางแผนการตลาดมาช่วยในการวางแผนการตลาดและขยายตลาดให้ จึงทำให้ตลาดที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จำกัดอยู่ในพื้นที่เฉพาะในจังหวัดหนองคายและจังหวัดใกล้เคียงเท่านั้น

ณัฐยานันต์ รัตนพาหิระ. (2553). ได้ทำการศึกษา การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาหลักสูตรท้องถิ่น เรื่อง การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 2) ศึกษาผลการใช้หลักสูตรท้องถิ่น เรื่อง การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 3) หาประสิทธิภาพของหลักสูตรท้องถิ่น เรื่อง การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โดยมีวิธีการวิจัย 4 ขั้นตอน คือ 1) การสำรวจและศึกษาข้อมูลพื้นฐาน 2) การพัฒนาหลักสูตร 3) การทดลองใช้หลักสูตร 4) การประเมินผลและปรับปรุงหลักสูตร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มี 2 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจและศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ ผู้ที่เกี่ยวข้องและนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่กำลังเรียนอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2552 รวมทั้งสิ้น 69 คน กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาผลการใช้หลักสูตรท้องถิ่น เรื่อง การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2553 โรงเรียนบุญสมวิทยา จังหวัดจันทบุรี จำนวน 25 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามผู้ที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามนักเรียน หลักสูตรท้องถิ่น เรื่องการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร แบบวัดความรู้ ความเข้าใจ แบบวัดทักษะปฏิบัติ แบบวัดความพึงพอใจสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ (p) ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และการทดสอบค่าที (t-test) ผลการวิจัย พบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญ

ของหลักสูตรท้องถิ่น เรื่อง การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรต้องการให้จัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยครูและภูมิปัญญาชาวบ้าน มีเนื้อหาสาระครอบคลุมทั้งความรู้ความจำและการลงมือปฏิบัติ ส่วนนักเรียนต้องการเรียนเกี่ยวกับความรู้ทั่วไป เรื่อง การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรและการลงมือปฏิบัติโดยครูจัดกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกับภูมิปัญญาชาวบ้าน ผลการทดลองใช้หลักสูตร พบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีความรู้ความเข้าใจหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีทักษะปฏิบัติหลังเรียนร้อยละ 85.13 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่สถานศึกษากำหนด มีความพึงพอใจต่อการเรียนอยู่ในระดับดี ($= 4.48$) และหลักสูตรท้องถิ่น เรื่อง การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรมีประสิทธิภาพ 85.29/86.74 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 80/80

พิสมัย หล่ออริยวัฒน์ . (2551). ได้ทำการศึกษา เรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพในการจัดการผลิตผลจากถั่วเหลืองด้วยภูมิปัญญาชาวจีนยูนนานบ้านสันติชล ตำบลเวียงใต้ อำเภอบางจังหวัดแม่ฮ่องสอน” พบว่า การแปรรูปถั่วเหลืองด้วยภูมิปัญญาชาวจีนยูนนานเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญกับการดำรงชีวิตของคนจีนแห่งบ้านสันติชล แต่ความนิยมในการบริโภคยังอยู่ในกลุ่มเฉพาะเช่นกลุ่มของชนเผ่าลีซู และกลุ่มของคนจีนเท่านั้น การแปรรูปผลผลิตจากถั่วเหลืองไม่สามารถทำตลาดในวงกว้างได้ เนื่องจากความนิยมของตลาดมีน้อย อีกทั้งสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในชุมชน เป็นสิ่งที่บ่งบอกได้ว่าการแปรรูปถั่วเหลืองไม่ใช่กิจกรรมในการนำมาประกอบอาชีพหลัก เพราะชุมชนค้นพบอาชีพหลักที่สร้างรายได้ให้กับครอบครัวมากกว่า เช่นการขายอาหารจีนยูนนาน การเย็บรองเท้าจีน หรือแม้กระทั่งการบริการในรูปแบบต่างๆ ทำให้ชุมชนค้นพบทิศทางและวิธีการในการพัฒนาศักยภาพด้านอื่น ๆ ทดแทน เพื่อสอดคล้องกับสถานการณ์และกิจกรรมใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน ชุมชนได้ทำการรวบรวมองค์ความรู้ เพื่อจัดเป็นแหล่งค้นคว้าสำหรับผู้สนใจเชื่อมโยงเข้าสู่ศูนย์เรียนรู้ทางวัฒนธรรมของจีนยูนนาน เพื่อนำมาใช้ในการสืบค้นข้อมูล

ปิยอร วัฒนศิริบุญวงศ์. (2552). ได้ทำการศึกษา การจัดการธุรกิจข้าวเหนียวแปรรูปสมุนไพรของกลุ่มสตรีเกษตรกรบ้านโคกใหญ่ ตำบลบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเป็นมา และการจัดการธุรกิจผลิตข้าวแต่นสมุนไพร ศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่กลุ่มประสบในการจัดการธุรกิจข้าวแต่นสมุนไพร วิเคราะห์กลยุทธ์ และกำหนดแนวทางในการพัฒนาธุรกิจข้าวแต่นสมุนไพรของกลุ่มสตรีเกษตรกรบ้านโคกใหญ่ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ ประธานกลุ่มและคณะกรรมการกลุ่มที่เข้าร่วมกิจกรรมการผลิตข้าวแต่นสมุนไพร โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีคำถามลักษณะเปิดสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล โดยศึกษาพัฒนาการกลุ่มและข้อมูลทางการเงินระหว่างปี 2547-2549 จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตั้งขึ้นปี 2542 โดยได้รับการสนับสนุนด้านความรู้ในการจัดการด้านต่างๆ รวมถึงเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ เบื้องต้นมีการระดมทุนจากสมาชิกจำนวน 53 คน หุ้นละ 100 บาท จำนวน 7,000 บาท ปัจจุบันผลิตข้าวแต่นสมุนไพรสดทรงเครื่อง รส

หวาน และข้าวเกรียบผักผลไม้ ซึ่งข้าวแต่นสมุนไพรได้รับการรับรองคุณภาพและรางวัลจากหน่วยงานรัฐ แม้ในการดำเนินงานกลุ่มยังไม่ปฏิบัติหน้าที่เป็นฝ่ายต่างๆตามตำแหน่งที่ได้ตั้งไว้ตามโครงสร้างการบริหารงานของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์มีช่องทางการจัดจำหน่ายตรงถึงผู้บริโภคตามงานเทศกาลและออกร้านในราคาปลีก อีกช่องทางหนึ่งคือ จำหน่ายให้ลูกค้าที่เป็นคนกลางในราคาขายส่งซึ่งกลุ่มเน้นจำหน่ายให้กลุ่มนี้ เนื่องจากซื้อในปริมาณมากและมีการสั่งซื้อล่วงหน้า ข้าวแต่นสมุนไพรสดทรงเครื่องจำหน่ายเฉลี่ยกิโลกรัมละ 130 บาท ต้นทุนการผลิตเฉลี่ยกิโลกรัมละ 108 บาท รสหวานจำหน่ายเฉลี่ยกิโลกรัมละ 110 บาท ต้นทุนการผลิตเฉลี่ยกิโลกรัมละ 105 บาท ปริมาณการผลิต ณ จุดคุ้มทุนสดทรงเครื่อง คือ 460 กิโลกรัม และรสหวาน คือ 185 กิโลกรัม ซึ่งกลุ่มผลิตมากกว่าปริมาณผลิต ณ จุดคุ้มทุน แนวทางในการพัฒนาธุรกิจข้าวแต่นสมุนไพรของกลุ่มสตรีเกษตรกร คือ การพัฒนาการผลิตโดยใช้เครื่องอบแห้งข้าวแต่นแทนการตากเพื่อเพิ่มช่วงเวลาการผลิต และเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์มาใช้ถุงอลูมิเนียมแทนการใช้ถุงร้อนหรือถุงโพลีโพรลีนเพื่อให้สินค้าเก็บรักษาได้นานขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลได้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตส้มแขกแช่อิ่มบ้านท่าสาป ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มคือ ส้มแขกแปรรูป ซึ่งได้รับเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาวระดับจังหวัด ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยจะเป็นการศึกษาในด้านองค์กร การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านการเงินและการจัดการด้านการตลาด ซึ่งรายละเอียดของการวิจัยมีดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถานที่ทำการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากกลุ่มอาชีพชุมชนบ้านท่าสาป หมู่ที่ 1 ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ที่ได้ทำการผลิตผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดยะลา มีสมาชิกผู้ผลิตและบริหารจัดการกลุ่มทั้งหมด 30 คน จึงได้ทำการศึกษาจากตัวอย่างทั้งหมด

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คำถามเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มอาชีพชุมชนบ้านท่าสาป หมู่ที่ 1 ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ที่ทำส้มแขกแช่อิ่ม การสัมภาษณ์ประธานกลุ่มและผู้เกี่ยวข้อง การสังเกตและรูปถ่ายในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์นี้ได้ใช้กลุ่มประชากรทั้งหมด 25 คน โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 4 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ซึ่งได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ การผลิตและต้นทุนการผลิตได้แก่ ผลิตส้มแขกแปรรูปเป็นอาชีพหรืออาชีพเสริม, จำนวนปีที่แปรรูปส้มแขกและจำนวนกิโลกรัมในการแปรรูปส้มแขกต่อวัน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัญหาด้านการผลิตและด้านการตลาดในการแปรรูปส้มแขก ลักษณะคำถาม เป็น การถามความคิดเห็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของการ

ตัดสินใจออก 5 ระดับ ตามแนวทางของ ไคเกรท (Likert Scale) ประกอบด้วย ข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญการตัดสินใจต่อปัจจัยในแต่ละด้าน โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบเป็นความคิดเห็นให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับ	คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

ภาพที่ 3.1 เกณฑ์ที่ใช้ในการให้คะแนน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

3.2.2 การสร้างเครื่องมือ

3.2.2.1 ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่วิจัย โดยศึกษาจากเอกสาร หนังสือ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการตั้งคำถาม

3.2.2.2 จัดทำแบบสัมภาษณ์ที่ประกอบไปด้วย คำถามที่ต้องการศึกษา เพื่อให้คำถามที่ได้เป็นการถามข้อมูลที่สามารถนำมาตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้อย่างครบถ้วน

3.2.2.3 นำคำถามไปใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

1.ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

2.ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม โดยการรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มและคณะกรรมการบริหาร รวมถึงสมาชิกผู้ร่วมผลิตของกลุ่มอาชีพ กลุ่มชุมชนบ้านท่าสาปที่ผลิตส้มแขกแช่อิ่ม การรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งหมดนี้ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง รวมทั้งสังเกตวิธีการ ขั้นตอนการทำงาน สภาพที่ทำการและการได้ลองทำการผลิต

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากเอกสาร รายงานรายได้และค่าใช้จ่ายของกลุ่มอาชีพที่ได้รับเงินสนับสนุนจากเทศบาลเมืองยะลาและหน่วยงานราชการอื่น ๆ รายงานการผลิตและสมุดลงเวลาการปฏิบัติงานของสมาชิกกลุ่มอาชีพ เอกสารทางวิชาการและข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเรื่องการจัดการธุรกิจแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรของกลุ่มอาชีพ การจัดการองค์กร การจัดการด้านการผลิตและการจัดการด้านการตลาด ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่ม โดยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิที่ทำการเก็บรวบรวมมาได้ สรุปประเด็นที่สำคัญเพื่ออธิบายและวิเคราะห์ลักษณะการจัดการธุรกิจในด้านต่าง ๆ

3.4.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านสถิติโดยใช้โปรแกรม Microsoft Excel ในการคำนวณและวิเคราะห์เพื่อหาต้นทุนในการผลิต ทั้งต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วย ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยและต้นทุนคงที่ต่อหน่วยและการวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจในรูปของการหาผลตอบแทน รายได้ กำไรขาดทุนจากการดำเนินงานธุรกิจ และโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3.5 สถานที่ทำการวิจัย

สถานที่ทำการวิจัย คือ ที่ทำการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป หมู่ที่ 1 ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง การจัดการธุรกิจแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา สัมแบกแช่อิ่ม ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป หมู่ที่ 1 ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ได้ดำเนินการศึกษาตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาการจัดองค์กรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา
2. เพื่อศึกษาการจัดการด้านการผลิต การแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา
3. เพื่อศึกษาการจัดการด้านการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

4.1 ศึกษาการจัดองค์กรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ในปัจจุบันพบว่า

กลุ่มอาชีพชุมชนบ้านท่าสาป ได้มีการรวมกลุ่มกันเพื่อต้องการสร้างรายได้เพื่อใช้จ่ายในครัวเรือน เพื่อช่วยเหลือชุมชนให้มีอาชีพ มีงานทำ ลดค่าใช้จ่าย เพิ่มรายได้เพื่อสร้างความสามัคคีในชุมชนและสนองนโยบายของรัฐบาล โดยสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไม่ได้ทำงานประจำ ทำให้เป็นงานที่ช่วยสร้างรายได้ให้กับครอบครัวโดยใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นและใช้เงินลงทุนน้อย กลุ่มอาชีพมีความต้องการที่จะใช้เวลาว่างมาร่วมกันผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อหารายได้ ซึ่งได้จัดตั้งกลุ่มขึ้นเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม พ.ศ.2541 มีสมาชิกเริ่มแรก 11 คน มีคณะกรรมการการบริหารกลุ่ม 1 คณะ จำนวน 10 คน มีเงินทุนเริ่มต้น 2,000 บาท เมื่อจัดตั้งกลุ่มแล้วใช้ชื่อว่า กลุ่มอาชีพชุมชนบ้านท่าสาป โดยประธานกลุ่มคือ นางสาววิยะห์ มูซา ได้มีความคิดว่าสินค้าที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตลอดเวลานั้นจะต้องเป็นสินค้าที่บริโภคแล้วหมดไปและต้องการที่จะบริโภคอีก จึงเห็นว่าจะต้องเป็นสินค้าที่รับประทานได้และเนื่องด้วยจังหวัดยะลาเป็นจังหวัดที่มีการลดความอ้วน ทำให้คิดที่จะแปรรูปส้มแขก จึงตัดสินใจแปรรูปส้มแขกเนื่องจากเห็นว่าเป็นสินค้ามีผู้ผลิตน้อยและยังไม่มีการผลิตแบบสำเร็จรูปใส่ถุงหรือกล่อง (จากการสอบถามประธานกลุ่มอาชีพชุมชนบ้านท่าสาป) อีกทั้งค่าใช้จ่ายในการลงทุนก็ไม่สูงมากและมีความเป็นไปได้ในการผลิต ซึ่งเป็นความต้องการของตลาด นอกจากนี้ยังสามารถนำมาเป็นวัตถุดิบในการทำผลิตภัณฑ์ลดความอ้วน กลุ่มจึงได้ไปขอเรียนวิธีทำการแปรรูปส้มแขกจากคนในหมู่บ้านท่าสาป และเข้ารับการอบรม

การแปรรูปส้มแขก โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนจากเทศบาลแล้วนำความรู้ที่ได้มาทดลองทำรวมทั้งมีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
2. เพื่อให้สมาชิกรู้จักการทำงานเป็นกลุ่ม
3. ให้มีความรัก สามัคคี และมีความเสียสละ
4. เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบอาชีพเสริมเพื่อรายได้
5. สามารถนำทรัพยากรที่มีในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
6. เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกมีการพัฒนาตนเองให้เป็นผู้ทันโลกทันเหตุการณ์
7. เป็นจุดสาธิตและถ่ายทอดเทคโนโลยีประจำศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลท่าสาป
8. ให้สมาชิกมีส่วนร่วมในชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

ปัจจุบันกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร มีสมาชิก จำนวน 30 คนและบริหารกลุ่มภายใต้การควบคุมของศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลท่าสาป โดยมีกิจกรรมหลัก คือ การแปรรูปอาหาร ขนม ร้านค้ากลุ่มจำหน่ายสินค้าเงินผ่อน อุปโภคบริโภค การออมทรัพย์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การแปรรูปอาหารและขนม และผลผลิตตามฤดูกาล เช่น ส้มแขกแช่อิ่ม ส้มแขกหยี และทดลองแปรรูปผลผลิตตามฤดูกาล
2. ร้านค้ากลุ่ม โดยกลุ่มได้ดำเนินการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคให้แก่สมาชิก ตามความต้องการของสมาชิก เช่น ข้าวสาร น้ำมันพืช และสินค้าอื่นๆ
3. การออมทรัพย์ กลุ่มมีการส่งเสริมการออมทรัพย์ประจำทุกเดือน
4. เป็นศูนย์เรียนรู้ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา
5. เป็นศูนย์เรียนรู้ด้านศาสนา โดยมีสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเป็นวิทยากรในการสอนจริยธรรมในช่วงบ่ายวันศุกร์

4.1.1 การจัดการด้านการจัดองค์กร

4.1.1.1 คณะกรรมการและการบริหารจัดการกลุ่ม

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาปมีคณะกรรมการกลุ่มร่วมกันบริหารทั้งหมด 13 คน ซึ่งประกอบด้วยตำแหน่งต่างๆคือ

4.1.1.1.1 คณะกรรมการบริหารกลุ่ม

นางสาววิยะห์	มุซา	ประธาน
นางมาทึรา	เจ๊ะเงาะ	รองประธาน
นางมารีแย	สาและ	เลขานุการ
นางฟาตีมาะ	ยูนี	ประชาสัมพันธ์

4.1.1.1.2 คณะกรรมการฝ่ายต่างๆ

นางมารีแย	สาและ	ฝ่ายจัดหาวัตถุดิบ
นางสมใจ	เอี่ยมทรัพย์	ฝ่ายบัญชี
นางสายเฑาะ	สาแม	ฝ่ายควบคุมการผลิต
นางสาววิยะห์	มุซา	ฝ่ายการตลาด
นางกรือซง	ยูโซะ	ประชาสัมพันธ์

4.1.1.1.3 ที่ปรึกษากลุ่ม

นายมะสือดี	หะยีปี	ฝ่ายบริหาร
นายมือลี	ยูนี	ฝ่ายพืช/จัดซื้อวัตถุดิบ
นายชาวุด	มุซา	ฝ่ายการผลิต
นายมะคือลี	สาแม	ฝ่ายช่าง

4.1.1.2 บทบาทและหน้าที่

บทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารงานและสมาชิก มีการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรของกลุ่มอาชีพถึงบทบาทและหน้าที่ของฝ่ายต่างๆดังนี้

4.1.1.2.1 ประธาน

มีหน้าที่ในการควบคุมดูแล และบริหารงาน ทำหน้าที่ในการวางแผนร่วมกับคณะกรรมการในการจัดการองค์กร มีหน้าที่ตรวจสอบ ออกระเบียบข้อบังคับ หลักเกณฑ์ วิธีการดำเนินงาน มีหน้าที่ในการรับสมาชิก จัดทำทะเบียนกลุ่มและทะเบียนคณะกรรมการ จัดประชุมและเป็นประธานในการประชุม รวมทั้งแต่งตั้งคณะกรรมการกลุ่ม มีอำนาจในการตัดสินใจและประสานงานระหว่างฝ่ายต่างๆในองค์กร เป็นผู้ให้ข้อมูลแก่สมาชิกและผู้สนใจที่จะเข้ามาศึกษาดูงาน เป็นผู้ที่จะเข้าร่วมการฝึกอบรมกับหน่วยงานในโครงการต่างๆรวมทั้งเป็นที่ปรึกษาและตรวจสอบรายงานการเงินและบัญชีที่เหรียญกษาปณ์ได้จัดทำ คือ

4.1.1.2.2 รองประธาน

มีหน้าที่ปฏิบัติงานแทนประธาน ในกรณีประธานไม่สามารถปฏิบัติงานได้และมีหน้าที่ในการช่วยเหลืองานประธานในการดูแลบริหาร รวมทั้งมีหน้าที่ในการจัดบันทึกรายงานการประชุมเมื่อมีการประชุมเมื่อมีการประชุมทุกครั้งเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับประธานและสมาชิกและจัดทำรายงานการประชุม

4.1.1.2.3 ทรัพย์สิน

มีหน้าที่ในการรวบรวม จัดเก็บ ดูแลรักษาเงินและรายได้ของกลุ่ม

4.1.1.2.4 เลขานุการ

มีหน้าที่ติดต่อประสานงานทั่วไป นัดประชุม บันทึกการประชุมรายงานการประชุม

4.1.1.2.5 ฝ่ายการผลิต

มีหน้าที่วางแผนร่วมกับประธานในการวางแผนการผลิต การปรับปรุงแก้ไขการผลิต การควบคุมการผลิตตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบจนถึงการบรรจุ เพื่อให้สินค้าที่ออกมามีคุณภาพที่เสมอดีสม่ำเสมอและมีการพัฒนาที่ดีขึ้น รวมถึงการบริหารสินค้าคงเหลือ การควบคุมคุณภาพของสินค้าและการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

4.1.1.2.6 ฝ่ายการตลาด

มีหน้าที่ในการวางแผนร่วมกับประธานในการวางแผนทางการดูแลด้านการตลาด การนำสินค้าออกไปจำหน่าย การหาตลาดหรือลูกค้าใหม่ๆ การเพิ่มยอดขายและรายได้ การประชาสัมพันธ์สินค้า

4.1.1.2.7 ฝ่ายบัญชี

มีหน้าที่ในการจัดทำบัญชีทางการเงิน ทั้งบัญชีรายรับ-รายจ่ายประจำวัน บัญชีรายรับ-รายจ่ายประจำสัปดาห์ บัญชีรายรับ-รายจ่ายประจำเดือน บัญชีรายรับ-รายจ่ายประจำบัญชีรายรับ-รายจ่ายปีและรายงานกำไรขาดทุนประจำปีเพื่อรายงานให้กับสมาชิกทราบถึงผลกำไรของกลุ่ม

4.1.1.2.8 สมาชิก

มีหน้าที่ในการแสดงความคิดเห็นและเข้าร่วมการประชุมประจำปีของกลุ่ม พร้อมกับเป็นผู้คัดเลือกประธานและคณะกรรมการกลุ่มในแต่ละปี

4.1.1.3 กฎระเบียบข้อบังคับของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป

เพื่อสนองนโยบายของรัฐบาลในปี พ.ศ. 2545 ตามโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยกำหนดการบริหารกลุ่มอาชีพ ซึ่งก่อตั้งเพื่อผลิต การจำหน่ายและส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพให้เข้มแข็ง ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในทางปฏิบัติ จึงได้กำหนดระเบียบการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพชุมชนบ้านท่าสาป ดังนี้

4.1.1.3.1 ระเบียบนี้ “กลุ่มอาชีพชุมชนบ้านท่าสาป”

4.1.1.3.2 ที่ตั้งกลุ่ม ใช้ที่ทำการ ชุมชนบ้านท่าสาป หมู่ 1 ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

4.1.1.3.3 ระเบียบนี้ใช้บังคับตั้งแต่วันประกาศเป็นต้นไป

4.1.1.3.4 วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่ม

- 1) เพื่อร่วมกลุ่มกันประกอบอาชีพ
- 2) เพื่อช่วยเหลือชุมชนให้มีอาชีพ ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์
- 3) เพื่อร่วมกันผลิต การจำหน่ายและส่งเสริมด้านการตลาด
- 4) ช่วยเหลือครอบครัวในชุมชนให้มีงานทำ ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้
- 5) เพื่อก่อให้เกิดความสามัคคีในหมู่คณะและมีความรับผิดชอบต่อนานาชาติอย่างเป็นระบบ

4.1.1.3.5 แหล่งเงินที่มาของกลุ่ม ประกอบด้วย เงินและทรัพย์สินของกลุ่มอาชีพ ดังนี้

- 1) เงินที่ได้จากทางราชการ เทศบาล องค์กรเอกชนและประชาชน สนับสนุน
- 2) เงินที่ได้รับจากกลุ่มร่วมกันจากผลดอก การประกอบกิจกรรมร่วมกัน
- 3) ค่าธรรมเนียมแรกเข้า
- 4) เงินค่าสมัครสมาชิก

4.1.1.3.6 คุณสมบัติของสมาชิก

- 1) เป็นผู้พำนักอยู่ในชุมชนหรือนอกชุมชนที่สมัครใจเข้าร่วม
- 2) เป็นผู้ที่มีนิสัยดี มีความรู้ ความเข้าใจและสนใจ
- 3) พร้อมที่จะปฏิบัติตามระเบียบของกลุ่ม
- 4) เป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นเห็นชอบ
- 5) มีความเสียสละเพื่อประโยชน์ส่วนรวม

6) ต้องเสียค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าสมัครเป็นสมาชิก

4.1.1.3.7 การสมัครเป็นสมาชิกกลุ่ม

- 1) ยื่นใบสมัคร โดยยื่นคำขอใบสมัครที่คณะกรรมการ
- 2) มีคุณสมบัติตามข้อ 6
- 3) คณะกรรมการรับเข้าเป็นสมาชิกโดยชอบธรรม
- 4) เปิดรับสมัครตั้งแต่เป็น 23 ต้นไป
- 5) สมาชิกสามัญเป็นผู้สมัครก่อตั้งเริ่มแรก
- 6) สมาชิกสมทบ(วิสามัญ)เป็นผู้สมัครเป็นสมาชิกเพิ่มใหม่

4.1.1.3.8 ชำระเงินค่าธรรมเนียมและค่าสมัครถือว่าเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม

4.1.1.3.9 สมาชิกขาดหรือพ้นจากสภาพการเป็นสมาชิกกลุ่ม ดังนี้

- 1) ตาย
- 2) ลาออก
- 3) วิกลจริต ไร้ความสามารถ
- 4) มติที่ประชุมให้ออก
- 5) ฝ่าฝืนระเบียบ ไม่ให้ความร่วมมือ เป็นปรปักษ์ต่อกลุ่ม
- 6) จงใจปิดบังความผิด นำทรัพย์สินของกลุ่มไปใช้ผิดวัตถุประสงค์

4.1.1.3.10 เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้าเป็นเงินราย 10 บาท และค่าสมัคร 100 บาท ให้เป็นเงินทุนของกลุ่ม

4.1.1.3.11 สมาชิกกลุ่มเป็นผู้พิจารณาเลือก บุคคลในกลุ่มที่มีความรู้ ความสามารถ เป็นคณะกรรมการกลุ่มภายใต้ระบบได้ระบบประชาธิปไตย จำนวน 7-15 คน

4.1.1.3.12 คณะกรรมการกลุ่ม รวมทั้งสิ้น จำนวน 13 คน ประกอบด้วย

- 1) ประธานกรรมการกลุ่มอาชีพ
- 2) รองประธานกรรมการ
- 3) เลขานุการ
- 4) เภรัณยูิก
- 5) ฝ่ายตรวจสอบ ติดตามประเมินผล
- 6) ฝ่ายประชาสัมพันธ์และการตลาด

4.1.1.3.13 คณะกรรมการมีวาระดำรงตำแหน่ง 2 ปี กรณีกรรมการกลุ่มพ้นตำแหน่งตามวาระ พิจารณาคัดเลือกบุคคลเข้าดำรงตำแหน่งแทน ตามวาระภายใน 20 วัน

4.1.1.3.14 คุณสมบัติของคณะกรรมการ

- 1) เป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในชุมชนบ้านท่าสาป
- 2) บรรลุนิติภาวะ อายุ 20 ปีขึ้นไป
- 3) เป็นคนดี มีส่วนร่วมกิจกรรมกลุ่ม ไม่มีประวัติเสียหาย ยึดปกครองตามระบอบประชาธิปไตย
- 4) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย ต้องโทษจำคุก ไร้ความสามารถ ต้องคำพิพากษา
- 5) ไม่เคยถูกให้ออก ปลดออกราชการ ไล่ออก ทุจริตต่อหน้าที่

4.1.1.3.15 คณะกรรมการกลุ่มอาชีพมีหน้าที่ดังนี้

- 1) บริหาร จัด การ กำกับดูแล จัดผลประโยชน์ ตรวจสอบผลประโยชน์ของกลุ่ม
- 2) ออกระเบียบ ข้อบังคับ หลัก เกณฑ์ วิธีการเกี่ยวกับการดำเนินงานของกลุ่มรวมทั้งการบริหารการเงิน ไม่ขัดแย้งกับระเบียบ ได้รับความเห็นชอบจากสมาชิก
- 3) รับสมาชิก จัดทำระเบียบกลุ่ม ทะเบียนคณะกรรมการ
- 4) จัดทำข้อมูลการประกอบอาชีพในกิจกรรมกลุ่ม
- 5) พิจารณาเงินที่เป็นดอกผล กำไรและเงินลงทุนของกลุ่มตามระเบียบ
- 6) ทำนิตกรรม สัญญาหรือดำเนินการกำหนดเงื่อนไขเกี่ยวกับภาวะผูกพัน
- 7) จัดประชุมสมาชิกตามกำหนด
- 8) จัดทำบัญชีเงินที่ได้รับสนับสนุน ดอกผล หรือรายได้ จากการประกอบอาชีพอนุมัติ เบิกจ่าย ตามระเบียบของกลุ่ม
- 9) ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

4.1.1.3.16 อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ

ประธาน มีดังนี้

- 1) เป็นประธานในการประชุมคณะกรรมการกลุ่ม
- 2) เรียกประชุมคณะกรรมการ
- 3) แต่งตั้งคณะกรรมการกลุ่ม พิจารณา หรือปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งตามมติ

4) ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆตามข้อบังคับและมติของคณะกรรมการ

รองประธาน เมื่อประธานกลุ่มฯไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ มอบหมายให้รองประธานทำหน้าที่แทน

เหรียญกมีหน้าที่รวบรวม จัดเก็บ ดูแลรักษาเงินและรายได้ของกลุ่ม รวมทั้งจัดทำบัญชีรับ-จ่ายเงินของกลุ่ม ให้เป็นไปตามระเบียบชี้แจงรายรับรายจ่าย ทุกครั้งที่มีการประชุม

เลขานุการ มีหน้าที่ติดต่อประสานงานทั่วไป นัดประชุม บันทึกการประชุม รายงานการประชุม ตลอดจนรายงานผลการดำเนินงานของกลุ่ม จัดสถานที่ประชุม

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ และการตลาด มรหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จัดหาตลาดจำหน่าย

คณะกรรมการอื่นๆมีหน้าที่ตามคณะกรรมการกลุ่มกำหนดมอบหมายให้

4.1.1.3.17 คณะกรรมการกลุ่มอาชีพ ต้องมีการประชุมกันประจำเดือน ในวันศุกร์ สัปดาห์ที่ 2 ของเดือน แต่ถ้ามีความจำเป็น ประธานเรียกประชุมได้เกินกว่า 1 ครั้ง กรรมการอย่างน้อยก็หนึ่งของการกรรมการทั้งหมด

4.1.1.3.18 การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรณีเสียงเท่ากันให้ประธานชี้ขาด

4.1.1.3.19 ประเภทอาชีพ ดังนี้

แผนการผลิต ผลิตภัณฑ์ ประจำปี 2555-2556 ดังตารางที่ 4.1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แผนการผลิต

ลำดับที่	ชื่อผลิตภัณฑ์	ปริมาณ/ปี ขึ้น	ราคา/หน่วย	ระยะเวลาผลิต
1	ส้มแขกแช่อิ่ม	80,000	20/35/50	ตลอดปี
2	ส้มแขกหยี	10,000	10/25	ตลอดปี
3	น้ำพริกส้มแขก	10,000	35	ตลอดปี

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลและสัมภาษณ์

4.1.1.3.20 การดำเนินงานตามกิจกรรมข้อ 4.1.1.3.19 (1)-(3)

- 1) ให้มีการฝึกอบรม เพิ่มพูนทักษะ เพื่อพัฒนาฝีมือ รูปแบบผลิตภัณฑ์
- 2) นำกลุ่มศึกษาดูงาน
- 3) ทำการผลิต หาดตลาดจำหน่าย
- 4) ประสานแหล่งการสนับสนุน วัสดุ เงินทุน
- 5) จัดสถานที่ ดำเนินการกิจกรรม และศูนย์รวมจำหน่าย

4.1.1.3.21 ผลงานตามกิจกรรม

- 1) รายงานผล
- 2) ดำเนินกิจกรรมโดยสมาชิก
- 3) เงินงบประมาณใดๆที่ได้รับจากประชาชน ราชการ องค์กรเอกชนสนับสนุนให้ไว้ใช้เป็ทุนของกลุ่ม

4.1.1.3.22 การจัดทำโรสุทธิให้คณะกรรมการการดำเนินการ ดังนี้

- | | |
|----------------------|------|
| 1) เข้ากลุ่ม | 15 % |
| 2) สมาชิก | 50 % |
| 3) กรรมการบริหาร | 20 % |
| 4) ให้สาธารณประโยชน์ | 5 % |
| 5) สงเคราะห์สมาชิก | 10 % |

4.1.1.3.23 กลุ่มอาชีพเปิดบัญชีไว้กับ ธนาคารกรุงไทย สาขาสิโรต ใช้ชื่อว่า “กลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านท่าสาป” ผู้มีอำนาจในการเบิกจ่าย 2 ใน 3 คณะกรรมการ

4.1.1.3.24 การจัดทำบัญชี

1. บัญชีฝากออมทรัพย์
2. บัญชีรายรับและรายจ่าย
3. ทรัพย์สินและหนี้สินของกลุ่ม

4.1.1.3.25 คณะกรรมการกลุ่ม ตรวจสอบบัญชี แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบกิจกรรมกลุ่มตามข้อ 4.1.1.3.19 (1)-(3) แสดงโครงการสิ้นปี แสดงบัญชีกำไรขาดทุน งบดุลในบัญชีที่ผ่านมา

4.1.1.3.26 ให้คณะกรรมการ นัดประชุมใหญ่สมาชิกปีละ 1 ครั้ง

- 1) เฝ้าดูบัญชีรายชื่อนามสกุลเงิน
- 2) ให้สมาชิกแสดงความคิดเห็น
- 3) สรุปผลการประชุม

4.2 ศึกษาการจัดการด้านการผลิต การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา พบว่า

กลุ่มอาชีพชุมชนบ้านท่าสาป มีการแบ่งหน้าที่เป็นฝ่ายต่างๆอย่างชัดเจน แต่สมาชิกผลิตทุกคนจะมีหน้าที่ทำการผลิตเหมือนกันทุกคน โดยมีการดำเนินงานดังนี้

4.2.1 การผลิต

สถานที่ที่ใช้ทำการการผลิตเป็นโรงผลิตขนาด 80 ตารางวา 2 ชั้นมีหลังคาและปูพื้นกระเบื้องอย่างดี ในการผลิตจะมีสถานที่ทำการผลิตเพียงที่เดียว โดยสมาชิกผู้ผลิตทุกคนจะมาทำการผลิตที่ชุมชนตั้งแต่เวลา 13.00 – 18.00 น. ทุกวันจันทร์ถึงพฤหัสบดี และวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ ซึ่งสมาชิกผู้ผลิตทุกคนสามารถทำการผลิตได้ทุกขั้นตอน แต่ความถนัดจะแตกต่างกันไป สมาชิกบางคนก็จะทำการผลิตขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งไปเลย แต่บางคนก็จะผลิตขั้นตอนการผลิตกัน ดังนั้นผู้ผลิตจึงสามารถวางแผนและควบคุมกระบวนการผลิตได้ทุกขั้นตอน

4.2.2 การจัดการซื้อวัตถุดิบ

วัตถุดิบในการผลิตส้มแขกแช่อิ่มของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป มีวัตถุดิบหลักคือ ผลส้มแขกสด และน้ำตาลทราย ตั้งแต่กลุ่มทำการผลิตมาการจัดซื้อวัตถุดิบไม่เคยมีปัญหา เนื่องจากกลุ่มเป็นลูกค้าประจำและอยู่ใกล้กับผู้นำจึงทำให้มีวัตถุดิบเพียงพออยู่เสมอ การผลิตส้มแขกแช่อิ่มมีส่วนผสมดังนี้ (คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละต่อส้มแขกแช่อิ่ม 1 ถัง)

4.2.2.1 ผลส้มแขกสด	ร้อยละ 70.2
4.2.2.2 น้ำตาลทราย	ร้อยละ 17.51
4.2.2.3 น้ำต้มสุก	ร้อยละ 12.3

4.2.3 กระบวนการผลิต

4.2.3.1 วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้

วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตส้มแขกแช่อิ่มทั้งหมด ตั้งแต่ผลส้มแขกสดจนกระทั่งการบรรจุจะประกอบไปด้วยอุปกรณ์ที่ซื้อสำเร็จรูปและอุปกรณ์ที่ทำขึ้นมาเอง ซึ่งมีรายการและราคาดังตารางที่ 4.2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 วัสดุอุปกรณ์ในการผลิตส้มแขกแช่เย็น

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	มูลค่า
1	ตู้อบลมร้อน	2 หลัง	70,000
2	เครื่องพ่นึกปากถุง	1 เครื่อง	12,000
3	อุปกรณ์การแปรรูป	1 ชุด	5,000
4	เตาแก๊ส	1 ชุด	5,000
5	หม้อสแตนเลส	1 ชุด	4,000
รวม			91,000

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลและสัมภาษณ์



ภาพที่ 4.1 ตู้อบลมร้อนเครื่อง



ภาพที่ 4.2 พ่นึกปากถุง



ภาพที่ 4.3 อุปกรณ์การแปรรูป



ภาพที่ 4.4 เตาแก๊ส



ภาพที่ 4.5 หม้อสแตนเลส



ภาพที่ 4.6 สภาพภายนอกของโรงผลิตส้มแขกแช่อิ่ม



ภาพที่ 4.7 สภาพภายในของโรงผลิตส้มแขกแช่อิ่ม

4.2.3.2 ขั้นตอนการผลิตส้มแขกแช่อิ่ม

1. ล้างผลส้มแขกแล้วนำไปดองในเกลือ 2 เดือน



ภาพที่ 4.8 ผลส้มแขกที่กำลังดอง

2. ตักขึ้นปอกเปลือกล้างให้สะอาดหั่นเป็นแว่น นำไปแช่ในน้ำเชื่อม 1 อาทิตย์



ภาพที่ 4.9 ผลส้มแขกที่หั่นแล้ว

3. ตักขึ้นจากน้ำเชื่อมที่เชื่อมไว้เข้าสู่อบลมร้อน 5-8 ชั่วโมง จึงเอาออก



ภาพที่ 4.10 การนำส้มแขกที่แช่น้ำเชื่อมแล้วนำเข้าตู้อบลมร้อน

4. จัดใส่บรรจุภัณฑ์จำหน่าย



รูปที่ 4.11 ผลิตภัณฑ์ส้มแขกเชื่อม

4.2.3.3 ต้นทุนการผลิตส้มแขกเชื่อม

1) ต้นทุนผันแปร

ในการผลิตส้มแขกเชื่อมแต่ละครั้งจะใช้วัตถุดิบหลักคือ ผลส้มแขก น้ำตาลทราย และน้ำ ต้มสุก โดยทำการผลิตครั้งละ 30 กิโลกรัม ผลิต 1 ครั้งต่อวัน หรือทำการผลิตเดือนละ 900 กิโลกรัม ดังนั้นจะทำการคำนวณต้นทุนผันแปรต่อการผลิต 1 เดือนหรือต่อการผลิต 900 กิโลกรัม ในส่วน

การจ้างแรงงานนั้น ไม่มีเนื่องจากการรวมกลุ่มกันเพื่อทำธุรกิจ ดังนั้นจึงไม่มีนายจ้างและลูกจ้าง มีตาหุ้นส่วนและผู้ทำการผลิตร่วมกัน ซึ่งจะนำกำไรมาจัดสรรให้กับสมาชิก ดังนั้นจึงคำนวณค่าแรงงานจากค่าแรงงานขั้นต่ำในจังหวัดยะลา คือ 150 บาท ส่วนค่าเสียโอกาสของต้นทุนผันแปรคำนวณมาจากค่าดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร คือร้อยละ 1.5 ต่อปีหรือ 0.00125 บาทต่อเดือน เป็นค่าเสียโอกาสของต้นทุนผันแปร คือ $0.00125 \times 30,770 = 36.46$ บาท ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ต้นทุนผันแปรในการผลิตส้มแขกเชื่อมต่อการผลิต 900 กิโลกรัม (1 เดือน)

ลำดับ ที่	รายการวัตถุดิบ	ปริมาณ	หน่วย	ราคา (บาท/หน่วย)	รวมจำนวนเงิน (บาท)
1	ผลส้มแขก	900	กก.	10	900
2	น้ำตาลทราย	90	กก.	27	2,430
3	แก๊ส ขนาด 15 กก.	2	ถัง	320	640
4	ถุงพลาสติกใส	5	แพ็ค	40	200
5	แผ่นโลโก้สติ๊กเกอร์	500	แผ่น	10	5,000
6	ค่าแรงงาน (5 คน)	30	วัน	150	13,500
รวมต้นทุนผันแปร					30,770
ค่าเสียโอกาสของต้นทุนผันแปร					38.46
รวมต้นทุนผันแปรทั้งหมด					30,808.46

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล สัมภาษณ์และวิเคราะห์

2) ต้นทุนคงที่

ต้นทุนคงที่ หรือต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิตในการผลิตส้มแขกเชื่อม ประกอบไปด้วย ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์และโรงผลิต เนื่องจากว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาปใช้พื้นที่ภายในหมู่บ้านทำการผลิตตั้งอยู่ที่ บ้านเลขที่ 79 บ้านท่าสาป ต.ท่าสาป อ.เมือง จ.ยะลา โดยเสียค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าเป็นรายเดือนในจำนวนคงที่ ดังนั้นค่าน้ำและค่าไฟฟ้าจึงเป็นต้นทุนคงที่ในการผลิตส้มแขกเชื่อม จากต้นทุนคงที่ที่กล่าวมา มีรายการค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ซึ่งคำนวณค่าเสื่อมราคาโดยวิธีการคำนวณแบบเส้นตรงและต้นทุนคงที่ทั้งหมด ดังตารางที่ 4.4 และ 4.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 รายการมูลค่าและค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์การผลิตส้มแขกแช่อิ่ม

รายการ	มูลค่า	อายุการใช้ งาน	ค่าเสื่อมราคา	ค่าเสื่อมราคา
	บาท	ปี	บาท/ปี	บาท/เดือน
โรงผลิต	590,000	20	29,500	2,453.33
เครื่องจักรอุปกรณ์				
เครื่องพริกปากถุง	12,000	5	2,400	200
ตู้อบลมร้อน	70,000	5	14,000	1,116.67
อุปกรณ์การแปรรูป	5,000	2	2,500	203.33
หม้อสแตนเลส	4,000	5	800	66.67
เตาแก๊ส	5,000	5	1,000	83.33
รวม	686,000	-	50,200	4,123.33

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล

ตารางที่ 4.5 ต้นทุนคงที่ในการผลิตส้มแขกแช่อิ่ม

รายการ	จำนวนเงิน
	(บาท)
ค่าน้ำประปา	200
ค่าไฟฟ้า	500
ค่าเสื่อมราคา	4,123.33
รวมต้นทุนคงที่	4,723.33
ค่าเสียโอกาสของต้นทุนคงที่	70.85
รวมต้นทุนคงที่ทั้งหมด	4,794.18

ที่มา : จากการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

สามารถคำนวณต้นทุนส้มแขกแช่อิ่มต่อหน่วยหรือต่อถุง ได้ดังนี้ ต้นทุนทั้งหมดในการผลิตส้มแขกแช่อิ่มต่อการผลิต 900 กิโลกรัม เท่ากับ 30,808.46 บาท ซึ่งผลส้มแขก 900 กิโลกรัมสามารถผลิตส้มแขกแช่อิ่มได้ทั้งหมด 2,000 ถุง ดังนั้นต้นทุนการผลิตต่อถุงเท่ากับ

$35,602.64/2,000 = 17.80$ บาท และจากตารางทำการวิเคราะห์อัตราส่วนของต้นทุนผันแปรต่อต้นทุนทั้งหมดได้เท่ากับ ร้อยละ 86.53 และต้นทุนคงที่ต่อต้นทุนทั้งหมดได้เท่ากับร้อยละ 13.47 จะเห็นว่าต้นทุนส่วนใหญ่จะเป็นต้นทุนผันแปร ซึ่งต้นทุนผันแปรที่มีมากที่สุดคือค่าแรงงาน ที่มีมากถึงร้อยละ 37.92 ของต้นทุนทั้งหมด รองลงมาคือ ผลสั้มแขก และสต็อกเกอร์ ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ต้นทุนทั้งหมดในการผลิตสั้มแขกแช่เย็นแบบถุงจากการผลิต 900 กิโลกรัม มีจำนวน 2,000 ถุง

รายการ	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	ร้อยละ
ต้นทุนผันแปร	17,270.00	13,538.46	30,808.46	86.53%
ผลสั้มแขก	9,000.00	-	9,000.00	25.28%
น้ำตาลทราย	2,430.00	-	2,430.00	6.83%
แก๊ส ขนาด 15 กก.	640.00	-	640.00	1.80%
ถุงพลาสติกใส	200.00	-	200.00	0.56%
แผ่นโลโก้สต็อกเกอร์	5,000.00	-	5,000.00	14.04%
ค่าแรงงาน (3 คน)	-	13,500.00	13,500.00	37.92%
ค่าเสียโอกาสของต้นทุนผันแปร	-	38.46	38.46	0.11%
ต้นทุนคงที่	600.00	4,194.18	4,794.18	13.47%
ค่าน้ำประปา	200.00	-	200.00	0.56%
ค่าไฟฟ้า	400.00	-	400.00	1.12%
ค่าเสื่อมราคา	-	4,123.33	4,123.33	11.58%
ค่าเสียโอกาสของต้นทุนคงที่	-	70.85	70.85	0.20%
รวมต้นทุนการผลิตทั้งหมด	17,870.00	17,732.64	35,602.64	100.00%
ผลผลิตสั้มแขกแช่เย็น (ถุง)		2,000.00		
ต้นทุนการผลิต (บาท/ถุง)		17.80		
ราคาจำหน่าย (บาท/ถุง)		20.00		
รายได้จากการผลิตสั้มแขกแช่เย็น (บาท/เดือน)		40,000.00		
รายได้สุทธิ (บาท/เดือน)		4,394.36		

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล สัมภาษณ์และวิเคราะห์

4.3 ศึกษาการจัดการด้านการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา พบว่า

การจัดการในระยะแรกนั้นได้มีการหาตลาดจากพื้นที่ในชุมชนบ้านท่าสาป และชุมชนใกล้เคียงก่อน ในขณะที่เดียวกันทางสำนักงานเทศบาลเมืองยะลาก็ให้สนับสนุนช่วยเหลือในการประชาสัมพันธ์ โดยนำสินค้าของชุมชนบ้านท่าสาป ไปแสดงตามงานต่างๆ โดยการหาตลาดนั้นจะมีการให้ลูกค้าลองชิมสัมผัสแบบสัมผัสก่อนแล้วจึงตัดสินใจ ในช่วงเริ่มการผลิตนั้น สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก อีกทั้งรสชาติของสัมผัสแบบสัมผัสยังไม่เป็นที่พอใจของลูกค้าเท่าที่ควร ต่อมากลุ่มอาชีพชุมชนบ้านท่าสาปได้มีการขยายตลาดไปยังชุมชนต่างๆ รวมทั้งต่างอำเภอ และได้ปรับปรุงรสชาติจนเป็นที่ชื่นชอบของลูกค้า อีกทั้งกลุ่มลูกค้าเองก็มีการพูดปากต่อปากถึงความอร่อยของสัมผัสแบบสัมผัสชุมชนบ้านท่าสาป จนทำให้ปัจจุบันมีลูกค้าอยู่ทั่วอำเภอเมืองยะลา รวมถึงอำเภอเมือง และจังหวัดใกล้เคียง

4.3.1 ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์สัมผัสแบบสัมผัสของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป เป็นผลิตภัณฑ์เด่นและมีชื่อเสียงในจังหวัดยะลา เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว ผลิตภัณฑ์สัมผัสแบบสัมผัสเป็นที่นิยมของผู้บริโภคภายในจังหวัดยะลาและจังหวัดใกล้เคียง เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถรับประทานเพื่อลดความอ้วน และมีคุณค่าในทางโภชนาการได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรองเรื่องความปลอดภัยจากคณะกรรมการองค์การอาหารและยาเรียบร้อยแล้ว

สำหรับลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์สัมผัสแบบสัมผัสที่เหนือกว่าผู้ผลิตรายอื่น คือ รสชาติที่มีรสหวานและรสเปรี้ยวผสมกันอย่างกลมกลืน ทำให้รสชาติดี ถูกหลักโภชนาการ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์สัมผัสแบบสัมผัสคือ ช่วยควบคุมน้ำหนัก เผาผลาญไขมันส่วนเกิน ยับยั้งการอยากอาหารและช่วยลดคอเลสเตอรอล ผลิตภัณฑ์สัมผัสแบบสัมผัสมีลักษณะของบรรจุภัณฑ์ใส ไม่มีลวดลายและติดสติ๊กเกอร์ โดยบอกรายละเอียดถึงชื่อชุมชน ที่อยู่ เบอร์โทร วัน/เดือน/ปี ที่ผลิตและวันหมดอายุ น้ำหนักสุทธิ ส่วนประกอบและประโยชน์ของสินค้าที่มีต่อสุขภาพ รวมทั้งเครื่องหมายแสดงการรับรองของคณะกรรมการอาหารและยา(อย.)ด้วย ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจผลิตภัณฑ์สัมผัสแบบสัมผัสได้ว่ามีความสะอาด ปลอดภัย และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ และทำการปิดปากถุงด้วยเครื่องปิดผนึกปากถุง

4.3.2 ราคา (Price)

ในส่วนของการกำหนดราคากลุ่มได้มีหลักเกณฑ์ในการกำหนดราคาโดยการคิดต้นทุนของวัตถุดิบรวมกับกำไร ร่วมกับการเปรียบเทียบกับราคาของสัมผัสแบบสัมผัสที่มีอยู่ในตลาด คือ

ราคาขายปลีก ถุงละ 20 บาท

ราคาขายส่ง ถุงละ 18 บาท

กลุ่มได้มีเงื่อนไขในการขาย คือ ขายส่งในกรณีที่ซื้อมากกว่า 20 ถุง และการขายปลีกและขายส่งจ่ายเป็นเงินสดทั้งหมด สำหรับปริมาณการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ส้มแขกแช่อิ่มในปี พ.ศ. 2554 แสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.7 ปริมาณยอดขายผลิตภัณฑ์ส้มแขกแช่อิ่ม ปี พ.ศ. 2554

เดือน	ขายปลีก			ขายส่ง			รวมเงิน (บาท)
	ปริมาณ (ห่อ)	ราคา/ หน่วย (บาท)	รวมเงิน (บาท)	ปริมาณ (ห่อ)	ราคา/ หน่วย (บาท)	รวมเงิน (บาท)	
ม.ค.	500	20.00	10,000.00	2,000	18.00	36,000.00	46,000.00
ก.พ.	500	20.00	10,000.00	2,000	18.00	36,000.00	46,000.00
มี.ค.	500	20.00	10,000.00	2,200	18.00	39,600.00	49,600.00
เม.ย.	800	20.00	16,000.00	2,300	18.00	41,400.00	57,400.00
พ.ค.	500	20.00	10,000.00	2,000	18.00	36,000.00	46,000.00
มิ.ย.	800	20.00	16,000.00	2,300	18.00	41,400.00	57,400.00
ก.ค.	500	20.00	10,000.00	2,500	18.00	45,000.00	55,000.0
ส.ค.	700	20.00	14,000.00	2,200	18.00	39,600.00	53,600.00
ก.ย.	850	20.00	17,000.00	2,000	18.00	36,000.00	53,000.00
ต.ค.	800	20.00	16,000.00	2,400	18.00	43,200.00	59,200.00
พ.ย.	500	20.00	10,000.00	2,200	18.00	39,600.00	49,600.00
ธ.ค.	750	20.00	15,000.00	2,000	18.00	36,000.00	51,000.00
รวม	7,700		154,000.00	26,100		469,800.00	623,800.00

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูล สัมภาษณ์และวิเคราะห์

4.3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป ได้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ส้มแขกเชื่อม โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค คือ

- 1) จำหน่าย ณ ที่ทำการกลุ่ม
- 2) จำหน่าย ณ ศูนย์จำหน่าย OTOP สถานีรถไฟ จังหวัดยะลา
- 3) จำหน่ายในร้านค้าภายในชุมชนและภายในจังหวัด
- 4) ร้านค้าภายในโรงพยาบาลยะลา
- 5) ร้านค้าต่างๆ เช่น งานสมโภชหลักเมือง งาน มอ. เป็นต้น
- 6) ร้านศิลปาชีพ 904 วังสุโขทัย จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- 7) ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปและสมุนไพรแปดดินแดง

4.3.4 การส่งเสริมการขาย (Promotion)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป มีการส่งเสริมการขายโดยให้ของแถมกับผู้ขายส่งที่สั่งซื้อเป็นจำนวนมากๆ คือ ซื้อครบทุก 20 ถุงจะแถมให้ 1 ถุง ดังนั้นถ้าซื้อ 20 ถุงจะแถมให้ 2 ถุง เป็นต้น โดยการจำหน่ายทั้งหมดของกลุ่มเป็นการจำหน่ายแบบเงินสดทั้งหมด ไม่มีการให้สินเชื่อและไม่มีการฝากขาย แต่จะมีการประชาสัมพันธ์หลายช่องทางด้วยกันคือ

4.3.4.1 ใช้เป็นที่ศึกษาดูงานของกลุ่มแม่บ้าน หน่วยงานราชการ นักเรียน นักศึกษา ต่างๆ

4.3.4.2 เป็นการนำผลิตภัณฑ์เข้าไปในเว็บไซต์ของจังหวัดยะลาในกลุ่มของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์แนะนำ

4.3.4.3 นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายและแสดงในงานสินค้า OTOP, ร้านค้า OTOP ประจำจังหวัด, งานกาชาดและงานประจำปีของจังหวัดยะลา

4.4 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการธุรกิจ

4.4.1 ปัญหาในการจัดการองค์กร

กลุ่มอาชีพได้แบ่งคณะกรรมการกลุ่มออกเป็นตำแหน่งต่างๆ ให้มีหน้าที่อย่างชัดเจน แต่ในการตัดสินใจส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับประธานในกลุ่มดูแล ทำให้สมาชิกส่วนมากขาดความมั่นใจในการตัดสินใจและจัดการต่างๆ โดยเห็นได้จากตอนที่ประธานกลุ่มต้องไปธุระข้างนอกแล้วมีหน่วยงานมาติดต่อทำให้ไม่มีใครสามารถตัดสินใจแทนประธานได้

4.4.2 ปัญหาการจัดการในด้านการผลิต

ปัญหาในการผลิตของกลุ่มอาชีพกำลังเผชิญอยู่ในขณะนี้ คือการผลิตไม่ทันกับความต้องการของลูกค้าเนื่องจากว่าแรงงานไม่เพียงพอเพราะต้องใช้แรงงานคนทุกระบวนการผลิต ในส่วนของการแปรรูป การแปรรูปและบรรจุนั้นใช้เวลาในการผลิตไม่มากนักแต่ในส่วนของการบรรจุการดองส้มแขกต้องใช้เวลาในการผลิต และค่อนข้างมีความละเอียดในการดองเพื่อให้ได้ความสวยงามที่เหมาะสม ในกระบวนการดองทุกครั้งจำเป็นต้องใช้ผลส้มแขกที่สด ดังนั้นในการสั่งซื้อส้มแขกต้องคัดเลือกผลที่สดและไม่มีรอยช้ำจึงส่งผลกระทบให้ทำการผลิตได้น้อยและไม่สามารถทำการผลิตได้จึงทำให้เสียโอกาสทางรายได้

4.4.3 ปัญหาในการจัดการด้านการตลาด

4.4.3.1 ขาดเจ้าหน้าที่ที่เชี่ยวชาญติดต่อประสานงานในการหาตลาดและขยายตลาดใหม่ทำให้ตลาดจำกัดอยู่ในจังหวัดยะลา

4.4.3.2 ขาดการช่วยเหลือและสนับสนุนในด้านการประชาสัมพันธ์ การโฆษณาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะแรงงานในการจัดแสดงสินค้าในงานต่างๆ

4.4.3.3 ขาดการวางแผนการตลาด ทำให้ไม่สามารถขยายตลาดได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ

4.4.3.4 สมาชิกกลุ่มไม่สามารถเดินทางไปแสดงจัดสินค้าเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าในงานต่างๆ โดยค้างคืนได้ เนื่องจากต้องกลับมาดูงานบ้าน จึงทำให้กลุ่มไม่สามารถไปเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นในสถานที่ไกลมากๆ ได้ ทำให้การขยายตลาดเป็นไปได้ช้า

4.5 การพัฒนาการดำเนินงาน

การปรับปรุงสถานที่ทำการผลิต

โดยสถานที่ทำการผลิตคือที่ทำการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลาซึ่งเป็นสถานที่ที่ทั้งใช้ทำการผลิต การบริหารงาน การเก็บวัสดุอุปกรณ์ การเก็บสินค้า การติดต่อซื้อขาย พื้นที่โดยทั่วไปจะเป็นที่โล่ง มีพื้นที่ประมาณ 80 ตารางวา ได้มีโครงการการปรับปรุงโรงผลิตโดยการปูนพื้นกระเบื้อง สร้างห้องเก็บสินค้าและวัสดุ สร้างหลังคาอย่างดี และมีบอร์ดแสดงภาพกิจกรรมของกลุ่มและแนะนำข้อมูลทั่วไปของกลุ่ม นอกจากนี้ยังได้รับความช่วยเหลือจากหมู่บ้านท่าสาปในส่วน of วัสดุอุปกรณ์ทำการผลิต

4.6 ผลการวิจัยการวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

โดยมีวัตถุประสงค์ในการสอบถามเกี่ยวกับอายุ เพศและระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ การผลิตและต้นทุนการผลิต

โดยมีวัตถุประสงค์ในการสอบถามเกี่ยวกับการผลิตส้มแขกเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม จำนวนปีที่แปรรูปส้มแขกและจำนวนกิโลกรัมในการแปรรูปส้มแขกต่อวัน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัญหาในด้านต่างๆ

โดยมีวัตถุประสงค์ในการสอบถามปัญหาด้านการผลิตและด้านการตลาดในการแปรรูปส้ม
แขก

4.6.1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มประชากร นำเสนอ 3 หัวข้อย่อยดังนี้

ตารางที่ 4.8 แสดงอายุของกลุ่มประชากร

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30 ปี	4	16
31-40 ปี	9	36
41-50 ปี	9	36
50 ปีขึ้นไป	3	12
รวม	25	100

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มประชากรที่ให้สัมภาษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลาเฉลี่ยช่วงอายุมากที่สุดที่เท่ากันคือ อายุ 31-40 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 36 และ อายุ 41-50 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 36 และ รองลงมา อายุ 20-30 ปี มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และ อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงร้อยละ ของ เพศชาย และ เพศหญิง

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	4	16
หญิง	21	84
รวม	25	100

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มประชากรที่สำรวจมาจำนวน 25 ประชากรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา จะเห็นได้ว่า กลุ่มประชากรที่สำรวจมานั้น มีสัดส่วนของเพศชาย จะน้อยกว่า เพศหญิง โดยเป็น เพศชาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และ เพศหญิง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 84 ทั้งนี้เนื่องจาก ในการสำรวจได้กำหนดขอบเขตกลุ่มประชากร คือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป ในการสัมภาษณ์การจัดการธุรกิจการแปรรูปส่วนมากเป็น เพศหญิง มากกว่า เพศชาย

ตารางที่ 4.10 แสดงร้อยละของระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	12	48
มัธยมศึกษา	6	24
ปวช.	3	12
ปวส.	4	16
อื่นๆ	-	-
รวม	25	100

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มประชากรที่สำรวจมาจำนวน 25 ประชากรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา จะเห็นได้ว่า กลุ่มประชากรที่สำรวจมานั้น มีสัดส่วนของระดับการศึกษาที่มีจำนวนสูงสุด คือ ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 48 และมัธยมศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ซึ่งมีจำนวนเท่ากันกับการศึกษาระดับ ปวส. คือ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และระดับ ปวช. จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ

4.6.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตและต้นทุนการผลิต นำเสนอ 3 หัวข้อย่อยดังนี้

ตารางที่ 4.11 แสดงร้อยละของการผลิตส้มแขกแปรรูปเป็นอาชีพลูก หรือ อาชีพเสริม

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพลูก	-	-
อาชีพเสริม	25	100
รวม	25	100

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มประชากรที่สำรวจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ส่วนมากผลิตส้มแขกแปรรูปเป็นอาชีพเสริม จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งเป็นจำนวนของกลุ่มประชากรทั้งหมดที่ไปสำรวจ

ตารางที่ 4.12 แสดงร้อยละของจำนวนปีในการผลิตส้มแขกแปรรูป

จำนวนปี	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	2	8
1-2 ปี	7	28
3 ปีขึ้นไป	16	64
รวม	25	100

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มประชากรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา มีการผลิตส้มแขกแปรรูปมากที่สุดใน 3 ปีขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 64 และรองลงมาผลิต 1-2 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 28 และผลิตน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงร้อยละของปริมาณในการแปรรูปสัสมแช่ต่อวัน

ปริมาณ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 กิโลกรัม	3	12
30 กิโลกรัม	3	12
40 กิโลกรัม	8	32
50 กิโลกรัม	4	16
60 กิโลกรัม	3	12
มากกว่า 60 กิโลกรัม	6	24
รวม	25	100

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มประชากรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา มีปริมาณในการแปรรูปสัสมแช่ต่อวันมากที่สุด จำนวน 40 กิโลกรัม จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมา มากกว่า 60 กิโลกรัม จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 24 50 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 16 และน้อยกว่า 30 กิโลกรัมเท่ากับ 60 กิโลกรัม จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ

4.6.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ในการแปรรูปส้มแขก นำเสนอ 2 หัวข้อย่อยดังนี้

ตารางที่ 4.14 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ย ของปัญหาด้านการผลิตที่มีอิทธิพลต่อการแปรรูปส้มแขก

ระดับความ คิดเห็น	มาก ที่สุด	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	คะแนน รวม	คะแนน เฉลี่ย	ลำดับ ที่
ปัญหาด้านการ ผลิต	(5)							
1.จำนวนแรงงาน ไม่เพียงพอ	65 (13x5)	44 (11x4)	3 (1x3)	-	-	112	38.05	1
2. ทุนในการ ดำเนินการมีน้อย	25 (5x5)	40 (10x4)	30 (10x3)	-	-	95	35.39	2
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัญหาการผลิต							1.00	

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มประชากรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา มีปัญหาการผลิต ทั้ง 2 รายการ มีคะแนนเฉลี่ยรวมกัน 1.00 กล่าวคือ อันดับที่ 1 เป็น คะแนนเฉลี่ยของ จำนวนแรงงานไม่เพียงพอ มีคะแนนเฉลี่ย 38.05 อันดับที่ 2 เป็น คะแนนเฉลี่ยของ ทุนในการดำเนินการมีน้อย มีคะแนนเฉลี่ย 35.39 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ย ของปัญหาด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการแปรรูปส้มแขก

ระดับความคิดเห็น	มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	คะแนน รวม	คะแนน เฉลี่ย	ลำดับ ที่
ปัญหาด้านการตลาด								
1. ราคาผลส้มแขกที่ รับซื้อมาไม่แน่นอน	-	36 (9x4)	45 (15x3)	2 (1x2)	83	166	46.12	2
2. ขาดการ ประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์อย่าง ต่อเนื่อง	40 (8x5)	68 (17x4)	-	-	-	108	53.88	1
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัญหาด้านการตลาด							1.00	

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มประชากรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา มีปัญหาด้านการตลาด ทั้ง 2 รายการ มีคะแนนเฉลี่ยรวมกัน 1.00 กล่าวคือ อันดับที่ 1 เป็น คะแนนเฉลี่ย การขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีคะแนนเฉลี่ย 53.88 อันดับที่ 2 เป็น คะแนนเฉลี่ยของ ราคาผลส้มแขกที่รับซื้อมาไม่แน่นอน มีคะแนนเฉลี่ย 46.12 ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตส้มแขกแช่อิ่มบ้านท่าสาป ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มคือส้มแขกแปรรูป โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1. เพื่อศึกษาการจัดองค์กรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 2. เพื่อศึกษาการจัดการด้านการผลิต การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลาและ 3. เพื่อศึกษาการจัดการด้านการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา จากการศึกษาสามารถสรุปผลการวิจัยได้ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

5.1 สรุป

5.1.1 . เพื่อศึกษาการจัดองค์กรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

จากการศึกษาถึงการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ส้มแขก ทำให้ทราบว่าการจัดการด้านการจัดองค์กรของกลุ่มวิสาหกิจบ้านท่าสาป เป็นการจรรูปแบบองค์กรที่มีคณะกรรมการบริหารกลุ่ม โดยแบ่งออกเป็นตำแหน่งต่างๆ คือ ประธานกลุ่ม รองประธาน เภรณญิก หัวหน้าฝ่ายผลิตและหัวหน้าฝ่ายการตลาดและบัญชี สำหรับแนวทางการดำเนินงานของกลุ่ม ได้มีการกำหนดกฎระเบียบขึ้นมาใช้ในกลุ่มในเรื่องเกี่ยวกับการสมัครเป็นสมาชิก บทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่มและการแบ่งเงินปันผลจากรายได้ มีการทำการผลิตตามยอดสั่งซื้อในแต่ละวันโดยวางแผนการผลิตตามยอดสั่งซื้อร่วมกับสภาพภูมิอากาศ ในส่วนของการจัดจำหน่ายกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป ได้ร่วมกับเทศบาลเมืองยะลา ในการติดต่อประสานงาน ตามแหล่งต่างๆ สถานที่ราชการในจังหวัดยะลา ห้างสรรพสินค้า แหล่งจำหน่ายสินค้า OTOP ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์จังหวัดร่วมกับประชาสัมพันธ์สินค้า

ผลิตภัณฑ์ส้มแขกของกลุ่มวิสาหกิจบ้านท่าสาป ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการอาหารและยาได้รับการจดสิทธิบัตรอย่างถูกต้องตามกฎหมาย นอกจากนี้ยังได้ผ่าน

การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับจังหวัด 3 ดาวเมื่อปลายปี พ.ศ.2546 และกำลังจะได้รับการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับจังหวัดในระดับ 5 ดาวในปลายปี พ.ศ.2547 นี้

5.1.2 เพื่อศึกษาการจัดการด้านการผลิต การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

กลุ่มอาชีพบ้านท่าสาปมีการแบ่งหน้าที่เป็นฝ่ายต่างๆอย่างชัดเจน แต่สมาชิกผู้ผลิตทุกคนจะมีหน้าที่ทำการผลิตเหมือนกันทุกคน การจัดการด้านการผลิตกลุ่มอาชีพมีการกำหนดเวลาการผลิตที่แน่นอนและในการการทำงานสมาชิกจะมีการเช็คทุกวันว่าใครมาหรือไม่มา เพื่อนำไปคำนวณในการแบ่งผลกำไร ในส่วนของปริมาณการผลิตจะขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดและยอดสั่งซื้อ วัตถุดิบในการผลิตส้มแขกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป มีวัตถุดิบหลักคือส้มแขก

5.1.3 เพื่อศึกษาการจัดการด้านการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

การตลาดในระยะแรกนั้น ได้มีการหาตลาดจากพื้นที่ในชุมชนบ้านท่าสาปเอง และชุมชนใกล้เคียงก่อน ในช่วงเริ่มการผลิตนั้น สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก อีกทั้งรสชาติของส้มแขกยังไม่เป็นที่พอใจของลูกค้าเท่าที่ควร ต่อมากลุ่มอาชีพชุมชนต่างๆ รวมทั้งต่างอำเภอ และได้ปรับปรุงรสชาติจนเป็นที่ชื่นชอบของลูกค้าอีกทั้งกลุ่มลูกค้าเองก็มีการพูดปากต่อปากถึงความอร่อยของส้มแขกชุมชนบ้านท่าสาป จนทำให้ปัจจุบันมีลูกค้าอยู่ทั่วอำเภอเมืองยะลา รวมถึงอำเภอเมือง และจังหวัดใกล้เคียง สำหรับลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์ส้มแขกที่เหนือกว่าผู้ผลิตรายอื่น คือ รสชาติที่มีความหวานอมเปรี้ยว อีกทั้งยังนุ่มได้ทั้งที่ ทำให้รสชาติที่ดี ถูกหลักโภชนาการ ผลิตภัณฑ์ส้มแขกมีขนาดบรรจุต่อถุงปริมาณ 75 กรัมต่อถุงในส่วนของการกำหนดราคากลุ่ม ได้มีหลักเกณฑ์ในการกำหนดราคาโดยคิดจากต้นทุนของวัตถุดิบรวมกับกำไร ร่วมกับการเปรียบเทียบกับราคาของส้มแขกที่มีอยู่ในตลาด โดยกลุ่มจำหน่ายในปริมาณที่มากกว่าและราคาถูกกว่า กลุ่มได้มีเงื่อนไขในการขาย คือ ขายส่งในกรณีซื้อมากกว่า 20 ถุงหรือกล่อง และการขายปลีกและขายส่งจ่ายเป็นเงินสดทั้งหมด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าสาป ได้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ส้มแขก โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคคือการจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการร้านค้าในตัวเมือง และนอกชุมชน ร้านมินิมาร์ท ร้านค้าในโรงเรียน ร้านค้าสหกรณ์ แม่ค้าขายปลีกในตลาดสด แม่ค้าในตลาดใหม่ ร้านขายของทีละลิ้งและของฝาก รวมถึงผู้บริโภคโดยตรง การจำหน่ายโดยตรงให้ผู้บริโภคคิดเป็นร้อยละ 23 และผ่านทางผู้ค้าปลีกคิดเป็นร้อยละ 77

5.2 ข้อเสนอแนะ

ต้นทุนการผลิตของกลุ่มชุมชนควรมีการลดต้นทุนจะทำให้กลุ่มมีผลกำไรเพิ่มมากขึ้น และจะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลงซึ่งจะมีผลต่อการวางแผนกลยุทธ์ทางด้านราคาของกลุ่ม โดยต้นทุนการผลิตที่มากที่สุดคือต้นทุนผันแปรและในต้นทุนผันแปรก็มีค่า ผลสัมฤทธิ์มากที่สุด รองลงมาคือ แผ่นโลโก้สติ๊กเกอร์ หากกลุ่มอาชีพสามารถลดค่าผลสัมฤทธิ์ได้โดยจะซื้อจากแหล่งที่ถูกลงกว่า ทำให้ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลสัมฤทธิ์ลดลงได้หรือลงทุนซื้อเครื่องผลิตโลโก้เองจะสามารถลดต้นทุนการสั่งทำโลโก้ได้มาก

บรรณานุกรม

- จตุรี โกสินทร์. (2539). พฤกษเคมีของเปลือกต้นส้มแขก. (ออนไลน์) สืบค้นจาก:
www.research.or.th/handle/123456789/169685?show=full วันที่สืบค้น [20 /06/55]
- จิตติ จินดาพันธ์. (2544). การประเมินผลโครงการแปรรูปผลผลิตเกษตรในกลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกรจังหวัดยะลา. (ออนไลน์) สืบค้นจาก: www.farmdev.doae.go.th/data/.../4.doc
วันที่สืบค้น [20 /06/55]
- จิราภา เจริญรยากุล. (2553). ระบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการประเมินคุณภาพสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ (ออนไลน์) สืบค้นจาก: www.repository.rmutp.ac.th/.../ISQE-...
วันที่สืบค้น [01/01/56]
- จำลองณ์ ขุนพลแก้ว. (2552). การจัดการธุรกิจสมัยใหม่ (2) (ออนไลน์) สืบค้นจาก:
www.bqiconsultant.com/private_folder/detrail/09000101.doc วันที่สืบค้น [02/01/56]
- เจน ยินศิริมย์. (2542). การจัดตั้งเครือข่ายกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตร (ออนไลน์) สืบค้นจาก:
www.opsmoac.go.th/article_attach/J04.pdf วันที่สืบค้น [20 /06/55]
- ชุติมา เกตุจำนง และประภัสสร เพชรแก้ว. (2546). การจัดการการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ (ออนไลน์) สืบค้นจาก: www.lahanna.go.th/fileupload/98624072555.2.doc
วันที่สืบค้น [20 /06/55]
- ชลธิรัตน์ กงเรือง และ อนุวัต สงสม. (2547). ได้ทำการศึกษา การผลิตและการตลาดขมิ้นชันและ
ผลิตภัณฑ์ใน ตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง (ออนไลน์)
สืบค้นจาก: www.tsu.ac.th/coop/files/kamin.doc วันที่สืบค้น [31/12/55]
- หัจจ์จันต์ ธรรมจินดา. (2553). การจัดการทรัพยากรมนุษย์ แผนกลยุทธ์การบริหารทรัพยากร
มนุษย์ และการนำแผนฯ ไปสู่การปฏิบัติ (ออนไลน์) สืบค้นจาก:
www.stabundamrong.go.th วันที่สืบค้น [02/01/56]

ไชมอน ไซต่อนันต์.(2550). กลยุทธ์การบริหารการผลิต (ออนไลน์) สืบค้นจาก:

[www. member-production.tripod.com/Recycled/Dd74/page2_7.html](http://www.member-production.tripod.com/Recycled/Dd74/page2_7.html) – แคมป์ วันที่สืบค้น

[01/01/56]

ณัฐนันท์ คล้ายสังข์,สุธินี สุระกร และ ณิรนา วิเศษคามิน. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบ

พักทอง(ออนไลน์) สืบค้นจาก: <http://202.143.154.147/~sbts/files/3.1.doc>

วันที่สืบค้น [20 /06/55]

ณัฐนันท์ คล้ายสังข์ และ คณะ. (2553).พัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบพักทองที่มีส่วนผสมของแป้ง

เมล็ดขนุน (ออนไลน์) สืบค้นจาก:

www.tsae.asia/data/2012proceeding/pdf/FOE/FOE07.pdf วันที่สืบค้น [01/01/56]

ณัฐยานี รัตนพาหิระ. (2553).การจัดการธุรกิจ การแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร (ออนไลน์)

สืบค้นจาก: [www. research.pcru.ac.th](http://www.research.pcru.ac.th) > ... > ปีที่ 12, เล่มที่ 2 (2553) > รัตนพาหิระ - แคมป์

วันที่สืบค้น [31/12/55]

นภาพรณ สมอาสา และ วรณภา นิวาสะวัต. (2554).ความสำเร็จของการพัฒนาศักยภาพกลุ่ม

อาชีพปลาสาม (ออนไลน์) สืบค้นจาก:

[www.gsmis.gs.kku.ac.th/.../get_file?... \(4\)3%20Article](http://www.gsmis.gs.kku.ac.th/.../get_file?...(4)3%20Article) วันที่สืบค้น [31/12/55]

บุศรินทร์ ศรีสะอาด . (2548).ธุรกิจอาหารแปรรูป พิมพ์ครั้งที่ 1. หจก.พลอยการพิมพ์

บงกช หงส์คำมี. (2537). องค์ประกอบในการดำรงอยู่ของกลุ่มทอผ้าสิริธรรมชาติ (ออนไลน์)

สืบค้นจาก: <http://dcms.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show>

วันที่สืบค้น [20 /06/55]

ปิยอร วัฒนศิริบุญวงศ์. (2552). การจัดการธุรกิจข้าวเหนียวแปรรูปสมุนไพรของกลุ่มสตรีเกษตรกร

บ้านโคกใหญ่ ตำบลบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น (ออนไลน์) สืบค้นจาก:

www.hec.rmutp.ac.th/th/files_upload/544.pdf วันที่สืบค้น [31/12/55]

พันธ์รงค์ จันทรแสงศรี. การผลิตข้าวเกรียบปลาเสริมสมุนไพรที่มีฤทธิ์ชะลอการหืน (ออนไลน์)

สืบค้นจาก: www.ttc.most.go.th/online/techlist/techlist_click.asp?tid=405

วันที่สืบค้น [20 /06/55]

พิสมัย หล่ออริยวัฒน์ . (2551). แนวทางการพัฒนาศักยภาพในการจัดการผลิตผลจากถั่วเหลืองด้วย

ภูมิปัญญาชาวจีนยูนนานบ้านสันติชล ตำบลเวียงใต้ อำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย .(2552).ธุรกิจสมัยใหม่ (ออนไลน์) สืบค้นจาก:

[www.departmentutcc.ac.th/ .../BG002%2001.p...](http://www.departmentutcc.ac.th/.../BG002%2001.p...) วันที่สืบค้น [20/12/55]

เรวดี สมพงษ์ และ คณะ. (2547). การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปขมิ้นชันในการศึกษากรรมวิธีการทำ

แห้งขมิ้นชัน (ออนไลน์) สืบค้นจาก: www.geocities.com/ วันที่สืบค้น [01/01/56]

รัชภูมิ รัตนเพียร.(2551). ปัจจัยในการบริหารจัดการธุรกิจแปรรูปหอยนางรมเพื่อจำหน่ายใน

รูปแบบผลิตภัณฑ์สดของผู้ประกอบการ (ออนไลน์) สืบค้นจาก:

www.digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/09163/title.pdf วันที่สืบค้น [02/01/56]

ลีเจง ถนอมวรกุล.(2549). ต้นทุนการผลิต (ออนไลน์) สืบค้นจาก:

www.knowledge.eduzones.com > ... > วันที่สืบค้น [01/01/56]

ศิริวรรณ กลางนคร. (2548).การจัดการธุรกิจแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในโครงการหนึ่งตำบล

หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ออนไลน์) สืบค้นจาก: www.esanwisdom.kku.ac.th > E-Saan

Information Corner > Agriculture - แคช วันที่สืบค้น [31/12/55]

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ .(2550).ส่วนประสมทางการตลาด (ออนไลน์) สืบค้นจาก: [www.](http://www.blogspot.com)

blogspot.com/.../marketing-mix-4ps.html – แคช วันที่สืบค้น [01/01/56]

สุข เศษแสงสี. (2544). การจัดการธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตหน่อไม้ฝรั่งในจังหวัด กาฬสินธุ์ (ออนไลน์)

สืบค้นจาก: <http://thai-learning.org/thesis/คำสำคัญ-หน่อไม้ฝรั่ง.html>

วันที่สืบค้น [20 /06/55]

โสรัตน์ มงคลมะไฟ. (2554).รูปแบบการบริการจัดการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูป

สับปะรดไทย (ออนไลน์) สืบค้นจาก:

www.learners.in.th/blogs/posts/477568?locale=en - แคช วันที่สืบค้น [31/12/55]

อดิศักดิ์ จันทไทย. (2540).กลยุทธ์การพัฒนาอาชีพสตรีกลุ่มสตรีบ้าน โพน คำบล โพน (ออนไลน์)

สืบค้นจาก: http://opac.cru.in.th/books/check_report.asp?id=073174&format=1

วันที่สืบค้น [20 /06/55]

อนันต์ อุ่นนุช และอาชิววัน มะหลิ. (2551). โครงการศึกษาผลของปริมาณฟักทอง(Cucubita

moschata Decne.) (ออนไลน์) สืบค้นจาก:

www.pfcollege.com/images/column_1322724954/00.pdf วันที่สืบค้น [20 /06/55]

อนิษา ไชยกันทา และ กาญจนา ร่วมชาติ. (2553). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบฟักทองที่มี

ส่วนผสมของแป้งเมล็ดขนุน. (ออนไลน์) สืบค้นจาก:

www.202.143.154.147/~sbts/files/3.1.doc วันที่สืบค้น [29/12/55]

อนิษา ไชยกันทา และ กาญจนา ร่วมชาติ. (2553). ข้าวเกรียบเมล็ดขนุน (ออนไลน์) สืบค้นจาก:

http://www.aggiefac.lpru.ac.th/webnew2009/html/research2_53.html

วันที่สืบค้น [20 /06/55]

อรอนงค์ ศรีพาทกุล, ปิยะพงษ์ เอกวัฒน์ และสุรินทร์ นามไว. การปรับปรุงคุณภาพข้าวเกรียบกล้วย

หอม (ออนไลน์) สืบค้นจาก:

www.sci.rmuti.ac.th/grad23rd/proceeding/.../1123%20pp%2049-54

วันที่สืบค้น [20 /06/55]