

การพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน
ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ชุมพร

ปริญญานิพนธ์

ของ

นางสาวชินนรส ละอองวรรณ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมศึกษา

ธันวาคม 2549

การพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน
ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร

บทคัดย่อ

ของ

จิโนรส ละอองวรรณ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมศึกษา

ธันวาคม 2549

ชินอรส ละอองวรรณ (2549) การพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร. ปริญญา นิพนธ์ กศ.ม.(อุตสาหกรรมศึกษา).กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม: อาจารย์ ดร.ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, อาจารย์วิโรจน์ เอ็งสุโสภณ

ความมุ่งหมายของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร และศึกษาผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตรฝึกอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1. สำรวจ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ 2. การพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย 3. การทดลองหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน 4. การศึกษาผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตร เนื้อหาของหลักสูตรฝึกอบรมแบ่งออกเป็น 5 หน่วย หน่วยที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบาติก หน่วยที่ 2 การวางแผนกลยุทธ์ หน่วยที่ 3 การตลาด หน่วยที่ 4 การผลิต หน่วยที่ 5 การบัญชี ผู้วิจัยได้สร้างแบบทดสอบความรู้ ก่อนและหลังการฝึกอบรมในเรื่องการดำเนินธุรกิจ เป็นแบบทดสอบชนิด 5 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ ผู้วิจัยได้นำหลักสูตรฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้นไปทดลองฝึกอบรมกับ สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำนวน 15 คน

ผลการวิจัยพบว่าผลการพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เนื้อหาภายในหลักสูตรมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และเครื่องมือที่ใช้วัดความรู้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับหลักสูตร และผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ที่ได้ทดลองภายหลังการอบรมในด้านความรู้ มีค่าเฉลี่ย 25.8 คิดเป็นร้อยละ 86 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด คือไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 อย่างมีนัยสำคัญที่ .01($t = 16.36$) และภายหลังจากการอบรมมีพัฒนาการด้านความรู้สูงกว่าก่อนการอบรม อย่างมีนัยสำคัญที่ .01($t = 13.55$) จึงสรุปได้ว่าการพัฒนาหลักสูตร ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีผลสัมฤทธิ์ในด้านความรู้สูงกว่าเกณฑ์ ร้อยละ 80 และภายหลังจากการอบรมมีพัฒนาการด้านความรู้สูงขึ้น

THE DEVELOPMENT OF TRAINING COURSE TO IMPROVE PRODUCER'S POTENTIALITY
OF COMMUNITY TEXTILE AND GARMENT PRODUCTION IN CHUMPHON PROVINCE
ONE TAMBON ONE PRODUCT PROJECT

AN ABSTRACT
BY
CHINOROS LAOONGWAN

Presented in partial fulfillment of the requirements
For the Master of Education degree in Industrial Education
at Srinakharinwirot University December 2006

Chinoros laoongwan.(2006). *The Development of Training Course to Improve Producer's Potentiality of Community Textile and Garment Production in Chumphon Province one Tambon one Product Project*. Master thesis , M.Ed. (Industrial Education) . Bangkok : Graduate School , Srinakharinwirot University Advisor Committee : Dr.Pairust Vongyuttakrai, Mr.Wirot Engsusophon

The purpose of this thesis was to develop a Training Course to Improve Producer's Potentiality of Community Textile and Garment Production in Chumphon Province one Tambon One Product Project.

The researcher developed a Training Course to Improve Producer's Potentiality of Community Textile and Garment Production in 3 steps were:

Step 1: Gather the basic information on the business working knowledge by using the questionnaire. The questionnaire that used was divided in to 3 parts. First, the personal information. Second, problem on business operation. Third, knowledge on business operation.

Step 2: Developed the Training Course to Improve Producer's Potentiality of Community Textile and Garment Production. The Training Course was divide in to 5 units were: Unit 1: Batik Fundamental. Unit 2: Strategic Management. Unit 3: Marketing. Unit 4: Production. Unit 5: Accounting.

Step 3: Training 15 people who engage on Community Textile and Garment Production in Chumphon Province One Tambon One Product Project. There are 30 questionnaires with 4 choices were use for pre-test and post-test to measure the achievement of the training course.

The results of the training course were:

The content of the training course related and suitable with the course objectives. The questionnaires are related and suitable with the training course. The achievement of the training course have the average of 25.8 or 86 percent which higher than the standard (80 percent) and significant at .01($t = 16.36$) and there is significant different between the knowledge improvement before and after training at .01 ($t = 13.55$).

การพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน
ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร

ปริญญานิพนธ์

ของ

นางสาวชินอรส ละอองวรรณ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมศึกษา

ธันวาคม 2549

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปริญญาานิพนธ์

เรื่อง

การพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน
ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร
ของ
ชินโรส ละอองวรรณ

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมศึกษา
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)
วันที่ เดือน พ.ศ. 2549

คณะกรรมการควบคุมปริญญาโท

.....ประธาน
(อาจารย์ ดร.ไพรัช วงศ์ยุทธไกร)

.....กรรมการ
(อาจารย์วิโรจน์ เอ็งสืโสมณ)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....ประธาน
(อาจารย์ ดร. อุพิทย์ สุวคันทรกุล)

.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ไพรัช วงศ์ยุทธไกร)

.....กรรมการ
(อาจารย์วิโรจน์ เอ็งสฤษดิ์ภณ)

.....กรรมการ
(อาจารย์ไอบาสต์ สุขหวาน)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยดีเป็นเพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก อาจารย์ ดร. ไพรัช วงศ์ยุทธไกร ประธานควบคุมปริญญานิพนธ์ อาจารย์วิโรจน์ เอ็งสุโสภณ กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ตลอดจน อาจารย์ ดร.อุปวิทย์ สุวคันธกุล และอาจารย์โสภาส สุขหวาน ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำงานวิจัยครั้งนี้ ท่านทั้งสี่ยังเป็นแบบฉบับของอาจารย์ที่ทุ่มเทให้กับศิษย์และงานวิชาการอย่างไม่เหน็ดเหนื่อย อีกทั้งผู้วิจัยได้ประสบการณ์ในการทำวิจัยและรู้คุณค่าของงานวิจัยที่จะช่วยให้การทำงานในด้านพัฒนาการศึกษาเป็นไปอย่างมีคุณค่ามากขึ้น และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาอุตสาหกรรมศึกษาทุกท่านที่ได้ให้ความรู้คำแนะนำและให้ความช่วยเหลือด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ระศักดิ์ จินดาบถ อาจารย์ศรีน้ำ ชุนอ่อน อาจารย์เบญจมาศ ช่วยนุ้ย อาจารย์ วนิดา เกื้อกุล และอาจารย์บุญรอด ภัทรเวชวงศ์ ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแผนการสอน ตารางวิเคราะห์หลักสูตร และแบบประเมินผลความสอดคล้องเนื้อหาหลักสูตร ให้คำแนะนำเป็นอย่างดี

ทำยนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณ บิดา มารดา พี่สาว น้องสาว รุ่นพี่ และเพื่อนๆทุกคนที่คอยเป็นกำลังใจอย่างดีเยี่ยมตลอดระยะเวลาที่ศึกษาและทำงานวิจัย

ชินนอส ละอองวรรณ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญในการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	2
ตัวแปรที่ศึกษา	2
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดการวิจัย	5
สมมติฐานงานวิจัย	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
การพัฒนาหลักสูตร	6
แนวคิดและรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรของทาบ.....	7
แนวคิดและรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรของไทเลอร์.....	9
แนวคิดและรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรของสจ๊วต อูทรานันท์	10
แนวคิดและรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรของวิชัย วงษ์ใหญ่	12
แนวคิดและรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรของเซเลอร์และอเล็กซานเดอร์.....	14
การฝึกอบรมและกระบวนการฝึกอบรม.....	15
ความจำเป็นของการฝึกอบรม	17
ประเภทของการอบรม	17
วิธีการดำเนินการฝึกอบรม	18
เครื่องมือที่ใช้ประเมินการฝึกอบรม	19
วิธีการประเมินผลการฝึกอบรม	19

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ)การฝึกอบรมและกระบวนการฝึกอบรมของผู้ใหญ่.....	20
โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	23
ความเป็นมาและความสำคัญ	23
หลักการและเหตุผล	23
กิจกรรมหลักของโครงการ	24
ประเภทผลิตภัณฑ์ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	25
ความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ	25
ความหมายของกลยุทธ์	25
ความสำคัญของการวางแผนกลยุทธ์.....	26
หน้าที่และความรับผิดชอบของธุรกิจ	26
จุดมุ่งหมายของการดำเนินธุรกิจ	27
ปัจจัยที่มีผลต่อการประกอบธุรกิจ	27
รูปแบบขององค์กรธุรกิจ.....	27
คุณลักษณะของนักธุรกิจ	27
อุดมการณ์ของนักธุรกิจ	29
การจัดการเชิงกลยุทธ์	29
ความหมายของการจัดการเชิงกลยุทธ์	29
ความแตกต่างระหว่างการวางแผนกลยุทธ์และการวางแผนทั่วไป.....	31
กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์.....	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	34
งานวิจัยภายในประเทศ	34
งานวิจัยต่างประเทศ	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่

หน้า

3 วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่อง

แต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร 41

สำรวจ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ..... 41

การพัฒนาหลักสูตรเพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน 42

การทดลองหลักสูตรเพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน 44

การกำหนดแผนการทดลอง 45

ประชากร..... 45

กลุ่มตัวอย่าง..... 45

วิธีดำเนินการทดลอง..... 45

การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 46

การศึกษาผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตร..... 46

การวิเคราะห์ข้อมูล..... 46

สถิติที่ใช้ในการวิจัย..... 48

4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 50

การสำรวจ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ..... 50

การพัฒนาหลักสูตร..... 55

ผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตร..... 57

5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 61

ความมุ่งหมายของการวิจัย 61

สมมติฐานการวิจัย..... 61

ขอบเขตและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 61

วิธีการดำเนินการวิจัย 62

สรุปผลการวิจัย 63

อภิปรายผล 64

ข้อเสนอแนะ 65

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป 66

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม	67
ภาคผนวก	72
ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	73
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	77
ภาคผนวก ค เอกสารหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร	103
ภาคผนวก ง ข้อมูลผลการวิจัย	208
ประวัติย่อผู้วิจัย	211

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

1 ค่าความถี่ และค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของสมาชิก กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน จำนวน 20 คน	50
2 ค่าความถี่ ลำดับความสำคัญ จากสภาพปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า ชุมชน.....	52
3 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความรู้ของสมาชิก เรื่องความรู้พื้นฐาน การดำเนินธุรกิจ ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน	53
4 ผลการทดลองด้านความรู้ หลังอบรมหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน โดยจำแนกเป็นหน่วย จำนวน 5 หน่วย.....	57
5 แสดงคะแนนเฉลี่ย เกณฑ์ที่กำหนด ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ภายหลังการอบรมหลักสูตร ด้านความรู้ การดำเนินธุรกิจ.....	59
6 แสดงคะแนนสอบ ก่อน-หลังการอบรม เพื่อการเปรียบเทียบผลความก้าวหน้าด้านความรู้ ในการดำเนินธุรกิจของผู้เข้าอบรม จำนวน 15 คน.....	60

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย	5
2 แนวคิดและรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรของทาบา	8
3 แนวคิดและรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรของไทเลอร์	9
4 แนวคิดและรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรของเลเซอร์และอเล็กซานเดอร์	15
5 องค์ประกอบพื้นฐานของกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์	32

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงคือ การพัฒนาประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง ดำเนินนโยบายผลิตให้สมดุลกับความต้องการของผู้บริโภค ส่งเสริมให้ประชาชนมีวิธีการดำรงชีวิตแบบเรียบง่าย มีความขยันหมั่นเพียรในการประกอบอาชีพ มีสติปัญญาและความรอบคอบ สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกได้อย่างเหมาะสม สามารถประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ เพื่อการบริโภคภายในครอบครัวและสามารถจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ ซึ่งส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง และสามารถพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้มีความมั่นคง และยั่งยืน (พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช. 2544: 13)

ปัจจุบันประเทศไทยดำเนินการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) ที่มุ่งเน้นปรัชญา "เศรษฐกิจพอเพียง" ตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยนำมากำหนดเป็นแผนยุทธศาสตร์การบริหารและพัฒนาประเทศ ด้วยการสนับสนุนและเชื่อมโยงธุรกิจชุมชน หรือธุรกิจในระดับรากหญ้า (Grassroots) นโยบายของรัฐบาลที่เน้นการพัฒนา และส่งเสริมธุรกิจในระดับรากหญ้าและสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (กรมพัฒนาชุมชน.2547: 9) คือ การนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นของประชาชนมาใช้ในการสร้างและพัฒนาการผลิต สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ มีความสามารถในการพึ่งตนเอง โดยรัฐบาลเพียงจะเข้าไปช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ทางด้านเทคโนโลยี และการบริหารการวัดการรวมถึงการตลาด การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เพื่อเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้า และเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต ซึ่งนโยบายที่นำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่มาเพื่อเสริมสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนนั้น แนวนโยบายดังกล่าวรัฐบาลเรียกว่าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งหัวใจของโครงการ คือว่าต้องเป็นทรัพยากรท้องถิ่น ต้องเป็นทักษะของคนในท้องถิ่น ต้องเป็นสิ่งที่ท้องถิ่นมีจิตวิญญาณที่รัก และอยากจะทำร่วมกัน นั่นก็คือหัวใจของความสำเร็จ ไม่ใช่เราไปซื้อวัตถุดิบมาจากที่อื่นแล้วมาเพียงแค่วรรจุหีบห่อขาย ซึ่งตรงนั้นมันการเพิ่มคุณค่าน้อยมาก แล้วจะไม่ได้ประโยชน์แต่ถ้าหากว่าเป็นทักษะ เป็นภูมิปัญญาที่เกิดขึ้นจากท้องถิ่น เป็นสิ่งที่ทรัพยากรหรือวัตถุดิบที่เกิดจากท้องถิ่นมีสิ่งที่มีส่วนใหญ่นั้นเป็นของท้องถิ่น แล้วทำกันขึ้นมา เกิดความรัก ความศรัทธาต่อสิ่งที่เราทำ และมีจิตวิญญาณมอบให้สิ่งเหล่านั้น นั่นคือหัวใจของความสำเร็จของการเป็นหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. 2545: 5)

ในโลกกระแสโลกาภิวัตน์ที่เต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และเทคโนโลยีการขนส่ง เกิดการเชื่อมโยงพื้นที่ทั่วถึงกัน ทำให้ธุรกิจต้องเผชิญกับทั้งปัจจัยที่เป็นโอกาสเฉพาะกับการค้าเสรีที่เริ่มเปิดกว้างขึ้น การผลิตเป็นหน้าที่หลักที่หนึ่งทางธุรกิจที่สามารถเป็นปัจจัยนำมาบริหารสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจให้แก่องค์กรได้ ทั้งองค์การการผลิตและองค์การการบริหาร(ชัยยศ สันตติวงศ์.2546:คำนำ) ความสำคัญของการบริหารการผลิตจึงมีความจำเป็นมาก โดยเฉพาะในภาวะตลาดโลก ซึ่งมีการแข่งขันสูง การผลิตหรือการบริหารการผลิตนั้น ปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึงคือ Total cost down ต้นทุนในภาพรวมที่ต่ำ ซึ่งถือเป็นกุญแจ (Key word) สำคัญของโลกการผลิตในปัจจุบัน เพราะฉะนั้น จึงเห็นว่าในหลายๆครั้งมีการผลิตของดีแต่ขายไม่ได้ก็ไม่เกิดประโยชน์ในขณะเดียวกันถ้ามีการผลิตแล้วแต่มีต้นทุนสูงมาก ถึงแม้ว่าค่าใช้จ่ายทางการตลาดไม่มีเลย เมื่อนำมารวมกันแล้ว ก็ยังอาจจะสูงอยู่ได้เช่นกัน ดังนั้น ต้องพิจารณาว่าทำอย่างไรให้สามารถผลิตสินค้าที่ดีมีคุณภาพ ขณะเดียวกันทางฝ่ายการตลาดใช้เงินให้น้อยที่สุด(สมชัย ว่องอรุณ.2546:5) ซึ่งผู้ผลิตมีความเห็นว่าปัญหาเรื่องวัตถุดิบที่ผู้ผลิตเผชิญ คือ วัตถุดิบที่มีอยู่ในจังหวัดไม่เพียงพอ จำเป็นต้องสั่งซื้อจากจังหวัดใกล้เคียงหรือประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น การจัดซื้อยุ่งยาก และราคาเปลี่ยนแปลงขึ้นลงเป็นประจำ ส่วนปัญหาเรื่องการผลิต ผู้ผลิตเห็นว่าระบบการผลิตไม่ทันสมัย ไม่เหมาะสม ขาดแคลนเทคโนโลยี ขาดความรู้ในเชิงการผลิตที่ดี ลักษณะการผลิตใช้วิธีการดั้งเดิม ผู้ผลิตต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือทางด้านเครื่องจักร การอบรมทางด้านฝีมือการผลิตและการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์(บริษัท ซูโอ เซนโร(ประเทศไทย) จำกัด(มหาชน). 2547: บทคัดย่อ) และอีกประการหนึ่งที่เป็นที่ยอมรับกันในวงกว้างว่า ธุรกิจต้องใช้กลยุทธ์เป็นเครื่องมือไปสู่ผลสำเร็จที่ต้องการ และหากธุรกิจใดขาดซึ่งการใช้กลยุทธ์เป็นพื้นฐานของการดำเนินการแล้ว ก็ยากที่จะอยู่ในโลกของการแข่งขันได้โดยมีการเจริญเติบโตและมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน(ธนชัย ยมจินดา.2547: 8)

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะเข้าไปศึกษา หาแนวทางเพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยคัดเลือกกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย เนื่องจากมีการรวมกลุ่มกันอย่างชัดเจน และกลุ่มต้องการยึดเป็นอาชีพหลัก เพื่อเสริมรายได้ให้กับคนในชุมชน ผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นของการจัดการอบรมขึ้นเพื่อพัฒนาด้านความรู้การดำเนินธุรกิจ ให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ได้มีความรู้ และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ ใช้พัฒนาการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร
2. เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร หรือกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนต่างๆ ที่กำลังดำเนินการและเริ่มดำเนินการในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สามารถนำความรู้ไปใช้เพื่อการพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจ โดยวิธีการฝึกอบรมให้กับสมาชิกในกลุ่มมีความรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้น และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการฝึกอบรมสมาชิก กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร เพื่อให้ได้รับความรู้ โดยมีเนื้อหา ดังต่อไปนี้

หน่วยที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผ้าบาติก

หน่วยที่ 2 การจัดการเชิงกลยุทธ์

หน่วยที่ 3 การตลาด

หน่วยที่ 4 การผลิต

หน่วยที่ 5 การบัญชี

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร จำนวน 8 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 142 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นสมาชิกภายในกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ได้ยังไม่ผ่านเกณฑ์การคัดสรรสินค้าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับประเทศ ปี 2548 เป็นการเลือกแบบเจาะจง คือ กลุ่มผ้าบาติกหาดทรายรี จำนวนทั้งสิ้น 15 คน

3. ตัวแปรที่ศึกษา

ผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตรเพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร ก่อนและหลังฝึกอบรม

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. หลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน หมายถึง เอกสารหลักสูตรที่ผู้วิจัยพัฒนา รวบรวมข้อมูล เกี่ยวกับสภาพปัญหา ความรู้และข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปใช้ในการอบรมกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้มีความรู้ เนื้อหาสาระมีรายละเอียดของ ดังนี้

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบาติก หมายถึง การศึกษาประวัติ ความหมาย ความเป็นมาของผ้าบาติก วิวัฒนาการของผ้าบาติกในประเทศไทย เทคนิควิธีต่างๆ การเลือกใช้วัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการในการทำผ้าบาติก

การจัดการเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การศึกษาความหมายการจัดการ และวางแผนกลยุทธ์ กระบวนการกำหนดกลยุทธ์ การวิเคราะห์ SWOT กำหนดทิศทาง การควบคุมและประเมินผลแผนกลยุทธ์

การตลาด หมายถึง การศึกษาความหมาย การแบ่งส่วนของตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมและแนวโน้มของกลุ่มผู้บริโภค วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมของตลาด หรือ 4P's

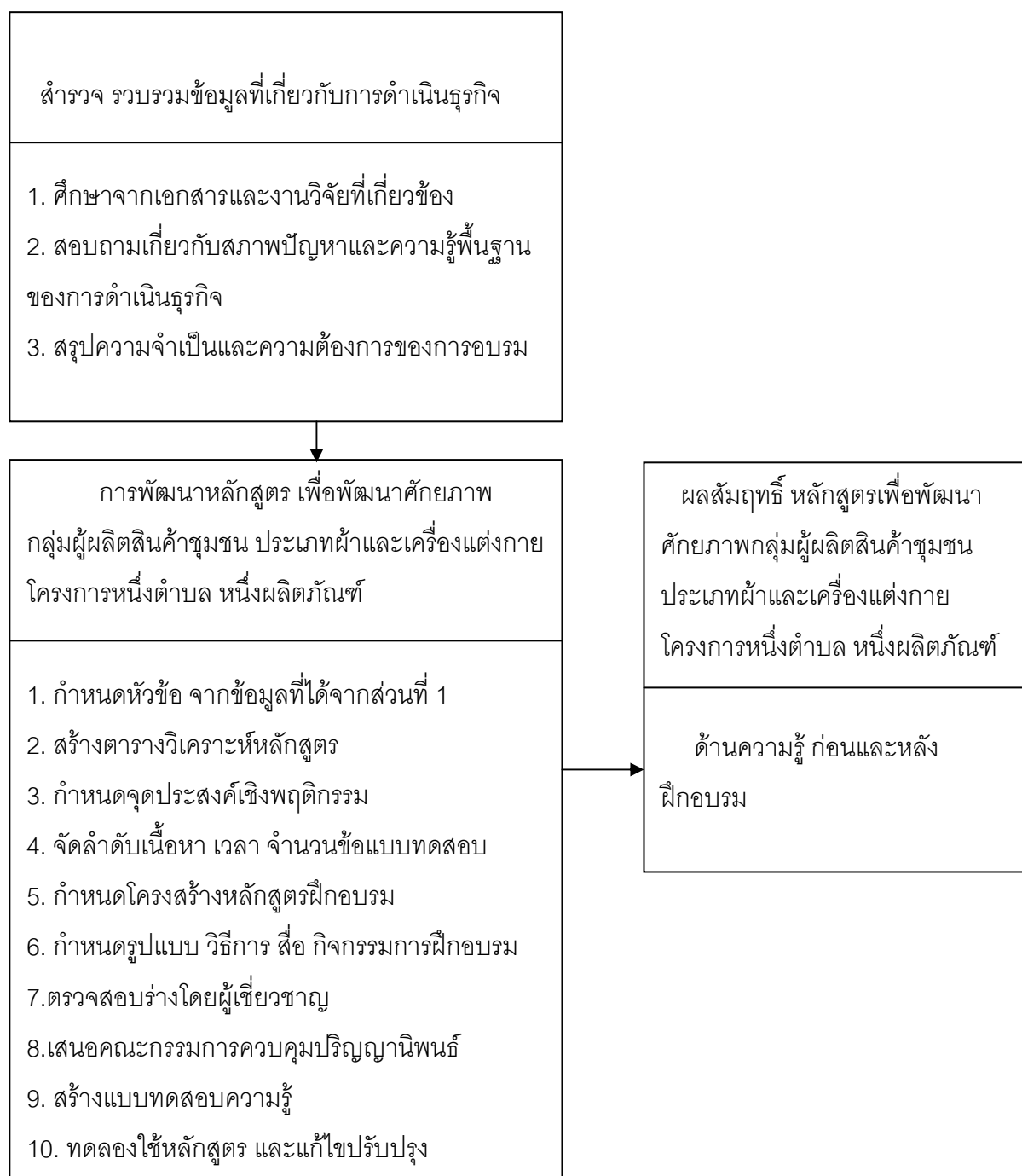
การผลิต หมายถึง การศึกษาความหมาย ปัจจัยในการผลิต ระบบการผลิต ท่าเลที่ตั้ง การวางแผนกำลังการผลิต การวางแผนโรงงาน การจัดซื้อวัสดุ การบริหารสินค้าคงคลัง การจัดการการผลิต การควบคุมคุณภาพ มาตรฐานผลิตภัณฑ์

การบัญชี หมายถึง การศึกษา ความหมาย ความสำคัญของการทำบัญชี การจดบันทึก การลงบัญชีรายวัน บัญชีแยกประเภท การจัดท่างบทางการเงิน สภาพคล่องทางการเงิน และการคำนวณจุดคุ้มทุน สูตรการคำนวณอัตราส่วนทางการเงิน

2. กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง กลุ่มคนที่มีการรวมกลุ่มกันประกอบกิจกรรมหนึ่ง จัดทะเบียนในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ผลิตสินค้าประเภทผ้า เครื่องประดับตกแต่งร่างกายจากวัสดุทุกประเภท เช่น เสื้อผ้า ผ้าพันคอ กระเป๋า เข็มขัด สร้อยคอ ต่างหู รองเท้า เป็นต้น

3. ผลสัมฤทธิ์หลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน หมายถึง ผลของคะแนนที่วัดได้จากการอบรม โดยประเมินผลผู้เข้าอบรมหลักสูตร ด้านความรู้ ในเรื่องความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบาติก การวางแผนกลยุทธ์ การตลาด การผลิต และการบัญชี ภายหลังการอบรม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 และมีการพัฒนาการด้านความรู้สูงขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัย

ผลสัมฤทธิ์ ของหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 และหลังการอบรมมีความรู้สูงกว่าก่อนการอบรม

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน สำหรับการดำเนินธุรกิจ มีรายละเอียดตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม

1.1 การพัฒนาหลักสูตร

อ้าง บัวศรี(2531:6) หลักสูตร หมายถึง แผนที่ทำขึ้นเพื่อแสดงจุดมุ่งหมาย เนื้อหา กิจกรรม และประมวลประสบการณ์แต่ละโปรแกรมการศึกษา เพื่อให้ผู้เรียนมีพัฒนาการในด้านต่างๆ ตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้

แพรท Pratt. (1980:455) หลักสูตร หมายถึง สิ่งที่ถูกรวบรวมขึ้นอย่างมีระบบ จัดไว้เพื่อใช้สำหรับการศึกษาในระบบโรงเรียนและ/หรือเพื่อใช้สำหรับการฝึกอบรม

คาร์เตอร์ วี.กู๊ด (Good.1973: 157) ได้ให้ความหมายของหลักสูตรไว้ 3 ด้านคือ

1. หลักสูตร คือ กลุ่มของรายวิชาและประสบการณ์ที่โรงเรียนกำหนดให้ผู้เรียนได้เรียน
2. หลักสูตร คือ โครงการศึกษาที่ทางโรงเรียนวางไว้กว้างๆ เพื่อจัดสอนให้เด็กแต่ละชั้น
3. หลักสูตร คือ ลำดับของวิชาที่ต้องเรียนเพื่อให้สำเร็จการศึกษา

ส่งัด อุทรานันท์ ได้กล่าวถึงความหมายของการพัฒนาหลักสูตรว่า “การพัฒนา” ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Development” มีความหมายอยู่ 2 ลักษณะ คือ การทำให้ดีขึ้นหรือทำให้สมบูรณ์ขึ้น และการทำให้เกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้การพัฒนาหลักสูตรจึงมีความหมายใน 2 ลักษณะ คือ การทำหลักสูตรที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้นหรือสมบูรณ์ขึ้นกับการสร้างหลักสูตรขึ้นมาใหม่โดยไม่มีหลักสูตรเดิมเป็นพื้นฐานเลย

ทาบา (Taba) ได้กล่าวไว้ว่า “ การพัฒนาหลักสูตร หมายถึง การเปลี่ยนแปลงปรับปรุงหลักสูตรอันเดิมให้ได้ผลดียิ่งขึ้น ทั้งในด้านการวางจุดมุ่งหมาย การจัดเนื้อหาวิชา การเรียนการสอน การวัดผลประเมินผล และอื่นๆ เพื่อให้บรรลุถึงจุดมุ่งหมายอันใหม่ที่วางไว้ การเปลี่ยนแปลงหลักสูตรเป็นการเปลี่ยนแปลงทั้งระบบหรือเปลี่ยนแปลงทั้งหมด ตั้งแต่จุดมุ่งหมายและวิธีการ และการเปลี่ยนแปลงหลักสูตรนี้จะมีผลกระทบกระเทือนทางด้านความคิดและความรู้สึกนึกคิดของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ส่วนการปรับปรุงหลักสูตร หมายถึง การเปลี่ยนแปลงหลักสูตรเพียงบางส่วนโดยไม่เปลี่ยนแปลงแนวคิดพื้นฐาน หรือรูปแบบของหลักสูตร ”

กู๊ด (Good) ได้ให้ความเห็นว่า “การพัฒนาหลักสูตรเกิดได้ 2 ลักษณะ คือ การปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงหลักสูตร การปรับปรุงหลักสูตรเป็นวิธีการพัฒนาหลักสูตรอย่างหนึ่งเพื่อให้เหมาะสมกับโรงเรียนหรือระบบโรงเรียน จุดมุ่งหมายของการสอน วัตถุประสงค์ วิธีสอน รวมทั้งการประเมินผล ส่วน

คำว่าเปลี่ยนแปลงหลักสูตร หมายถึงการแก้ไขหลักสูตรให้แตกต่างไปจากเดิม เป็นการสร้างโอกาสทางการเรียนขึ้นใหม่”

เซเลอร์ และอเล็กซานเดอร์ (Saylor and Alexander) ให้ความหมายว่า “การพัฒนาหลักสูตร หมายถึง การจัดทำหลักสูตรเดิมที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น หรือเป็นการจัดทำหลักสูตรใหม่โดยไม่มีหลักสูตรเดิมอยู่ก่อน การพัฒนาหลักสูตร อาจหมายรวมถึงการสร้างเอกสารอื่นๆ สำหรับนักเรียนด้วย”

แนวคิดและรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรของทาบา(Taba.1962:422-425)

หลักสูตรประกอบด้วยส่วนต่างๆ ที่สอดคล้องกับความสัมพันธ์และสอดคล้องดังที่ได้เสนอว่า หลักสูตรไม่ว่าจะสร้างขึ้นในลักษณะใดก็ตามย่อมประกอบด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วนคือ

1. จุดมุ่งหมาย (Aim Specific Objective) เป็นส่วนที่กล่าวถึงจุดมุ่งหมายโดยทั่วไปและวัตถุประสงค์เฉพาะวิชา
2. เนื้อหาวิชา (Content) เป็นส่วนที่กล่าวถึงเนื้อหาที่จัดไว้ในหลักสูตรเพื่อให้ผู้เรียนได้ศึกษามีลักษณะตามจุดมุ่งหมาย
3. กิจกรรมและรูปแบบการเรียนการสอน (Learning and implied) เป็นส่วนที่กล่าวถึงวิธีการและกระบวนการหนึ่งที่ทำให้ผู้เรียนได้รับเนื้อหาวิชาอย่างมีประสิทธิภาพ
4. การประเมินผล (Evaluation Program) เป็นส่วนที่กล่าวถึงวิธีการตรวจสอบว่าผู้เรียนได้บรรลุตามวัตถุประสงค์เพียงใด

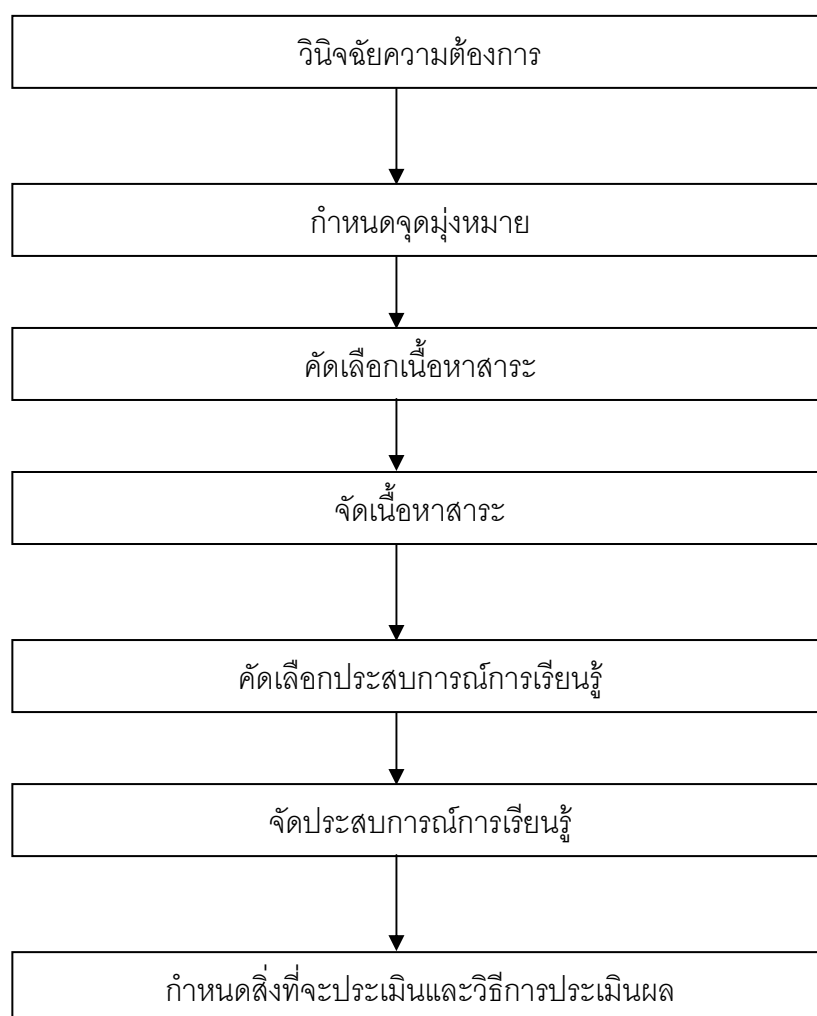
ทาบา (Taba) ได้กล่าวถึง กระบวนการพัฒนาหลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนตามความเชื่อที่ว่าผู้เรียนมีพื้นฐานแตกต่างกัน โดยกำหนดกระบวนการพัฒนาหลักสูตรไว้ 7 ขั้นตอน ดังนี้

1. วินิจฉัยความต้องการ สรรพสภาพปัญหา ความต้องการ และความจำเป็นต่างๆ ของสังคม และผู้เรียน
2. กำหนดจุดมุ่งหมาย หลังจากได้วินิจฉัยความต้องการของสังคมและผู้เรียนแล้วจะกำหนดจุดมุ่งหมายที่ต้องการให้ชัดเจน
3. คัดเลือกเนื้อหาสาระ จุดมุ่งหมายที่กำหนด แล้วจะช่วยในการเลือกเนื้อหาสาระให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย วย ความสามารถของผู้เรียน โดยเนื้อหาต้องมีความเชื่อถือได้ และสำคัญต่อการเรียนรู้
4. จัดเนื้อหาสาระ เนื้อหาสาระที่เลือกได้ ยังต้องจัดโดยคำนึงถึงความต่อเนื่อง และความยากง่ายของเนื้อหา วุฒิภาวะ ความสามารถ และความสนใจของผู้เรียน

5. คัดเลือกประสบการณ์การเรียนรู้ ครูผู้สอนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องคัดเลือกประสบการณ์การเรียนรู้ให้สอดคล้องกับเนื้อหาวิชา และจุดมุ่งหมายของหลักสูตร

6. จัดประสบการณ์การเรียนรู้ ประสบการณ์การเรียนรู้ควรจัดโดยคำนึงถึงเนื้อหาสาระและความต่อเนื่อง

7. กำหนดสิ่งที่จะประเมินและวิธีการประเมินผล ตัดสินใจว่าจะต้องประเมินอะไรเพื่อตรวจสอบผลว่าบรรลุตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ และกำหนดด้วยว่าจะใช้วิธีประเมินผลอย่างไร ใช้เครื่องมืออะไร



ภาพประกอบ 2 แนวคิดและรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรของทาบ

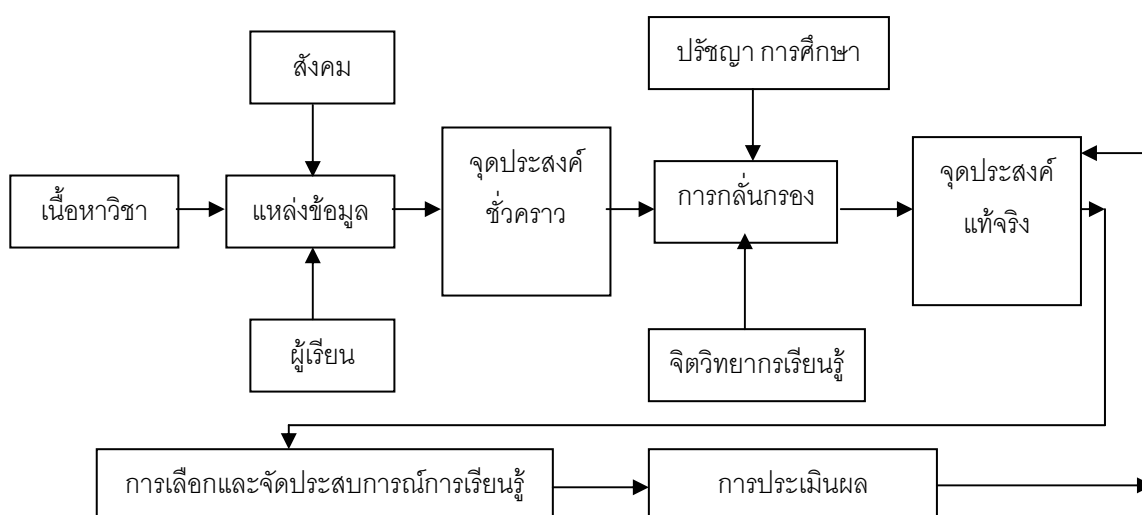
ที่มา : Hilda Taba.(1962).Curriculum Development : Theory and Practice:425

แนวคิดและรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรตามแนวคิดของไทเลอร์ (Tyler.1994:9)

หลักการและ เหตุผลของไทเลอร์ ได้กำหนดปัญหาพื้นฐานในการพัฒนาหลักสูตรและการสอน 4 ข้อซึ่งจะต้องตอบให้ครบเรียงลำดับดังนี้

1. จุดมุ่งหมายทางการศึกษา (Education Purposes) ที่โรงเรียนต้องการให้ผู้เรียนบรรลุมีอะไรบ้าง
2. การที่ให้บรรลุตามจุดมุ่งหมายทางการศึกษาที่กำหนดนั้นจะต้องประสบการณ์ทางการศึกษา (Education Experiences) อะไรบ้าง
3. ประสบการณ์ทางการศึกษาที่กำหนดนั้น สามารถจัดให้มีประสิทธิภาพได้อย่างไร
4. จะทราบได้อย่างไรว่าผู้เรียนได้บรรลุตามจุดมุ่งหมายทางการศึกษานั้นๆ แล้ว

การกำหนดจุดมุ่งหมาย ไทเลอร์ ยังได้กล่าวถึงจุดประสงค์ต่างๆ โดยเขาเสนอว่านักพัฒนาหลักสูตรควรกำหนดจุดประสงค์ทั่วไป (General Objective) โดยศึกษาจากข้อมูล 3 แหล่งคือ เนื้อหาวิชาจากผู้เชี่ยวชาญข้อมูลเกี่ยวกับผู้เรียน และข้อมูลเกี่ยวกับสังคม จุดประสงค์ทั่วไปนี้จะเป็นจุดประสงค์ชั่วคราว (Tentative Objective) จากนั้นจุดประสงค์ชั่วคราวจะได้รับการกลั่นกรองจากข้อมูลด้านปรัชญาการศึกษาและปรัชญาสังคมที่โรงเรียนยึดถืออยู่และด้านจิตวิทยาการเรียนรู้ ซึ่งจะตัดทอนจุดประสงค์ที่ไม่จำเป็นออก และทำให้จุดประสงค์มีความชัดเจนขึ้น จุดประสงค์ที่ได้นี้จะ เป็นจุดประสงค์ที่แท้จริงในการพัฒนาหลักสูตร จากนั้นจึงเลือกและจัดประสบการณ์การเรียนรู้หรือประสบการณ์ทางการศึกษาสำหรับผู้เรียนเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ที่กำหนดขึ้น และกำหนดการประเมินผลหลักสูตรที่ได้



ภาพประกอบ 3 รูปแบบการสร้างหรือการพัฒนาหลักสูตรตามแนวคิดของไทเลอร์

ที่มา : Tyler.1949: 9

แนวคิดและรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรของสจ๊วต อุทรานันท์

สจ๊วต อุทรานันท์ มีความเห็นว่าการพัฒนาหลักสูตรมีความครอบคลุมถึงการร่างหลักสูตรขึ้นมาใหม่ และการปรับปรุงหลักสูตรที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้นด้วย การใช้หลักสูตรและการประเมินหลักสูตรนั้น เป็นกระบวนการอันหนึ่งของการพัฒนาหลักสูตร โดยได้จัดลำดับขั้นตอนของการพัฒนาหลักสูตรไว้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน
2. การกำหนดจุดมุ่งหมาย
3. การคัดเลือกและจัดเนื้อหาสาระ
4. การกำหนดมาตรการวัดและการประเมินผล
5. การนำหลักสูตรไปใช้
6. การประเมินผลการใช้หลักสูตร
7. การปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร

กระบวนการพัฒนาหลักสูตรทั้ง 6 ขั้นตอนดังกล่าว มีสาระสำคัญโดยสรุปดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน คือ ข้อมูลทางด้านความต้องการ ความจำเป็นและปัญหาทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและการปกครอง ตลอดจนนโยบายทางการศึกษาของรัฐ ข้อมูลทางด้านจิตวิทยา ปรชญาการศึกษา ความต้องการของผู้เรียน ตลอดจนวิเคราะห์หลักสูตรเดิม เพื่อพิจารณาข้อบกพร่องที่ควรปรับปรุงแก้ไข

2. การกำหนดจุดมุ่งหมายของหลักสูตร คณะกรรมการดำเนินงานจะต้องร่วมกันพิจารณา กำหนดจุดมุ่งหมายของหลักสูตรให้สอดคล้องกับข้อมูลพื้นฐาน โดยจุดมุ่งหมายของหลักสูตรจะระบุคุณสมบัติของผู้ที่จบหลักสูตรนั้นๆ มุ่งพัฒนาผู้เรียนทั้ง 3 ด้าน คือ พุทธิพิสัย จิตพิสัย และทักษะพิสัย โดยกำหนดทั้งจุดมุ่งหมายทั่วไป และจุดมุ่งหมายเฉพาะ แต่ละรายวิชา ซึ่งจะเน้นการปฏิบัติมากขึ้น โดยคำนึงถึงพัฒนาการทางร่างกาย และจิตใจ ตลอดจนปลูกฝังนิสัยที่ดีงาม เพื่อให้เป็นพลเมืองดี

3. การกำหนดเนื้อหาและประสบการณ์การเรียนรู้ หลังจากได้กำหนดจุดมุ่งหมายของหลักสูตรแล้ว ก็ถึงขั้นการเลือกสาระความรู้ต่างๆ ที่จะนำไปสู่การพัฒนาผู้เรียนให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ เพื่อความสมบูรณ์ให้ได้วิชาความรู้ที่ถูกต้องเหมาะสม กระบวนการขั้นนี้ จึงครอบคลุมถึงการคัดเลือกเนื้อหาวิชาแล้วพิจารณาจัดลำดับเนื้อหาเหล่านั้นว่า เนื้อหาสาระใดควรเป็นพื้นฐานของเนื้อหาใดบ้าง ควรให้เรียนอะไรก่อนอะไรหลัง แล้วแก้ไขเนื้อหาที่ถูกต้องสมบูรณ์ทั้งแง่สาระและการจัดลำดับที่เหมาะสม ตามหลักจิตวิทยาการเรียนรู้

4. การนำหลักสูตรไปใช้ เป็นขั้นของการแปลงหลักสูตรไปสู่การสอน ซึ่งเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญ และเกี่ยวข้องกับครูผู้สอน หลักสูตรจะประสบผลสำเร็จ มีประสิทธิภาพนั้นขึ้นอยู่กับผู้บริหารโรงเรียน และครูผู้สอนจะต้องศึกษาทำความเข้าใจ และมีความชำนาญในการใช้หลักสูตร ซึ่งครอบคลุมถึงการเตรียมการสอน การจัดการเรียนการสอน การจัดสภาพแวดล้อมต่างๆ ภายในโรงเรียน เพื่อเสริมหลักสูตร การนิเทศการศึกษา และการบริหารการบริการหลักสูตร ฯลฯ นอกจากนี้ในขั้นนี้ยังครอบคลุมถึงการนำหลักสูตรไปทดลองใช้ก่อนนำไปเผยแพร่ด้วย

5. การประเมินผลหลักสูตร เป็นการประเมินสัมฤทธิ์ผลของหลักสูตรว่าเมื่อนำหลักสูตรไปใช้แล้วนั้น ผู้ที่จบหลักสูตรนั้นๆ ไปแล้ว มีคุณสมบัติ มีความรู้ความสามารถตามที่หลักสูตรกำหนดไว้หรือไม่ นอกจากนี้ การประเมินหลักสูตรจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการปรับปรุงหลักสูตรให้มีคุณค่าสูงขึ้น อันเป็นผลในการนำหลักสูตรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ การประเมินหลักสูตรควรทำให้ครอบคลุมระบบหลักสูตรทั้งหมด และควรประเมินให้ต่อเนื่องกัน ดังนั้นการประเมินหลักสูตร จึงประกอบด้วยการประเมินสิ่งต่อไปนี้ คือ

5.1 การประเมินเอกสาร หลักสูตร เป็นการตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตร ว่ามีความเหมาะสมดี และถูกต้องตามหลักการพัฒนาหลักสูตรเพียงใด หากมีสิ่งใดบกพร่องก็จะได้นำมาดำเนินการปรับปรุงแก้ไขก่อนที่จะนำไปประกาศใช้ในโอกาสต่อไป

5.2 การประเมินการใช้หลักสูตร เป็นการตรวจสอบว่าหลักสูตร สามารถนำไปใช้ได้ดี ในสถานการณ์จริงเพียงใด มีส่วนไหนที่เป็นอุปสรรคต่อการใช้หลักสูตร โดยมากหากพบข้อบกพร่องในระหว่างการใช้หลักสูตรก็มักได้รับการแก้ไขโดยทันที เพื่อให้การใช้หลักสูตรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

5.3 การประเมินสัมฤทธิ์ผลของหลักสูตร โดยทั่วไปจะดำเนินการหลังจากได้มีผู้สำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรไปแล้ว การประเมินหลักสูตร ในลักษณะนี้มักจะทำการติดตามความก้าวหน้าของผู้สำเร็จการศึกษาว่าสามารถประสบความสำเร็จในการทำงานเพียงใด

5.4 การประเมินระบบหลักสูตร เป็นการประเมินหลักสูตรในลักษณะที่มีความสมบูรณ์และสลับซับซ้อนมาก กล่าวคือ การประเมินระบบหลักสูตรจะมีความเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบอื่น ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหลักสูตรด้วย เช่น ทรัพยากรที่ต้องใช้ ความสัมพันธ์ของระบบหลักสูตร กับระบบบริหาร โรงเรียน ระบบการจัดการเรียนการสอน และระบบการวัดและประเมินผลการเรียนการสอน เป็นต้น

6. การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหลักสูตร เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นหลังจากได้ผ่านกระบวนการประเมินผลหลักสูตรแล้ว ซึ่งเมื่อมีการใช้หลักสูตรไประยะหนึ่งอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงทางสภาวะแวดล้อมและสังคม จนทำให้หลักสูตรขาดความเหมาะสม จำเป็นต้องมีการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนไป

แนวคิดและรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรแบบครบวงจรของ วิจัย วงษ์ใหญ่

วิจัย วงษ์ใหญ่ (2535: 16-17) เสนอแนวคิดการพัฒนาหลักสูตรแบบครบวงจร ซึ่งประกอบด้วยระบบที่สัมพันธ์กัน 3 ระบบ คือ ระบบการร่างหลักสูตร ระบบการนำหลักสูตรไปใช้และระบบการประเมินหลักสูตร แต่ละระบบประกอบด้วยขั้นตอนย่อยต่าง ๆ ดังนี้

1. ระบบการร่างหลักสูตร มี 4 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นที่ 1 สิ่งที่กำหนดหลักสูตร คือ การเตรียมการศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้สำหรับการพัฒนาหลักสูตร อาจเริ่มจากทำการศึกษาวิจัย เพื่อให้ทราบข้อเท็จจริงหลายอย่างที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษา ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อม เช่น ต้องการทราบสภาพความต้องการของสังคมในด้านการศึกษา ต้องการทราบการศึกษาในปัจจุบัน แนวโน้มของสังคม และความต้องการทางการศึกษาในอนาคต การศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นในการกำหนดหลักสูตร ประกอบไปด้วยสิ่งกำหนดทางวิชาการ สิ่งกำหนดทางสังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจ สิ่งกำหนดทางการเมือง

ขั้นที่ 2 รูปแบบหลักสูตร หลังจากศึกษาข้อมูลพื้นฐานจากสิ่งกำหนดหลักสูตรแล้ว ก็เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับรูปแบบหลักสูตร เช่น หลักสูตรแบบรายวิชา หลักสูตรแบบบูรณาการ หรือหลักสูตรแบบแกนวิชา เป็นต้น รูปแบบหลักสูตรจะประกอบด้วย โครงสร้างและองค์ประกอบหลักสูตร ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นภาพรวมและมาตรฐานการศึกษาของแต่ละหลักสูตร

ขั้นที่ 3 การตรวจสอบคุณภาพหลักสูตร เมื่อร่างหลักสูตรเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก่อนจะนำหลักสูตรไปใช้ต้องตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตร ทั้งนี้เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขบางส่วนก่อนนำไปใช้จริง การตรวจสอบคุณภาพหลักสูตรอาจจะใช้วิธีการประชุมสัมมนาหรือให้ผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีประสบการณ์ช่วยพิจารณาการทดลองใช้หลักสูตรแบบนำร่อง เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของหลักสูตร

ขั้นที่ 4 การปรับแก้หลักสูตรก่อนนำไปใช้ ต้องอาศัยการจัดทำข้อมูลที่ชัดเจน อันจะเป็นการทำให้การปรับแก้หลักสูตรเป็นไปอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ

2. ระบบการใช้หลักสูตร การใช้หลักสูตรมีอยู่ 3 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นที่ 1 การขออนุมัติหลักสูตร เป็นการนำหลักสูตรที่ผ่านการปรับแก้แล้ว เสนอหน่วยงานบังคับบัญชา เพื่อให้เห็นชอบสั่งการ

ขั้นที่ 2 การวางแผนการใช้หลักสูตร เป็นขั้นตอนเตรียมการใช้หลักสูตร ซึ่งจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

- การประชาสัมพันธ์หลักสูตร
- การเตรียมงบประมาณ

- การเตรียมความพร้อมของบุคลากร
- วัสดุหลักสูตร
- บริการสนับสนุนและอาคารสถานที่
- ระบบบริหารของสถาบันการศึกษา
- การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับผู้สอน
- การประเมินผลและติดตามการใช้หลักสูตร

ขั้นที่ 3 ดำเนินการใช้หลักสูตรหรือบริหารหลักสูตร ขั้นตอนนี้ นับเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด เป็นทั้งศาสตร์และศิลปะ ที่ว่าเป็นศาสตร์นั้น หมายถึง การวางแผนใช้อย่างเป็นระบบและใช้เทคโนโลยีทางการศึกษามาช่วยเสริม ส่วนที่ว่าเป็นศิลปะนั้น หมายถึง ผู้ใช้ในที่นี้ รวมทั้งผู้บริหารและผู้สอน จะมีบทบาทมากในการที่จะทำให้หลักสูตรบรรลุความสำเร็จมากน้อยเพียงใด ดังที่กล่าวว่า หลักสูตรแม้จะปรับปรุงเพียงใด ถ้าผู้สอนไม่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเรียนการสอนหลักสูตรใหม่นั้นก็ไม่มี ความหมายและไม่ได้ผลตามที่หลักสูตรคาดหวัง

3. ระบบการประเมินหลักสูตร เป็นระบบสุดท้ายของการพัฒนาหลักสูตร การประเมินหลักสูตร คือ กระบวนการเปรียบเทียบระหว่างผลการใช้หลักสูตรที่วัดได้กับวัตถุประสงค์ของหลักสูตร การประเมินหลักสูตร มีขั้นตอนและกระบวนการดังนี้

ขั้นที่ 1 วางแผนประเมินหลักสูตร เป็นการพิจารณาว่าจะประเมินหลักสูตรในส่วนใดมาก เช่น ประเมินเอกสารหลักสูตร ประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน ประเมินการสอนของผู้สอน ประเมินการบริหารของผู้บริหาร ประเมินติดตามผลผู้สำเร็จการศึกษา และประเมินการยอมรับหลักสูตรจากผู้ปกครองหรือชุมชนเหล่านี้ เป็นต้น

ขั้นที่ 2 การเก็บข้อมูล ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ โดยใช้เครื่องมือและวิธีการที่เหมาะสมกับลักษณะข้อมูลจากแหล่งนั้น

ขั้นที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล คือ การจัดกระทำกับข้อมูลที่รวบรวมมาได้ จัดเป็นหมวดหมู่วิเคราะห์ด้วยวิธีการที่เหมาะสมกับข้อมูลนั้น

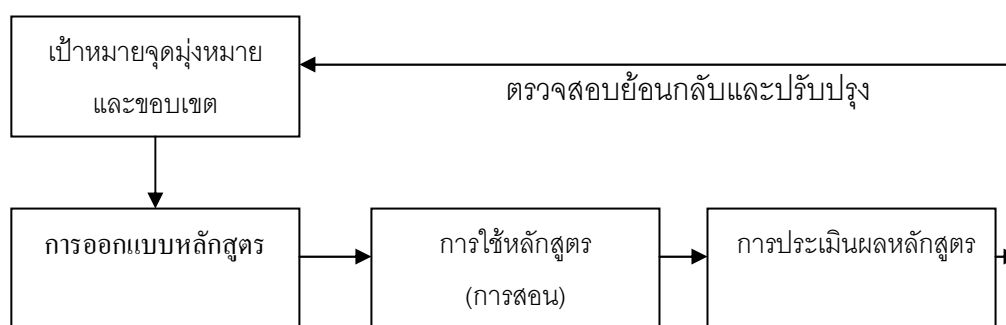
ขั้นที่ 4 การรายงานข้อมูล เป็นการนำเสนอข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์มาแล้ว โดยใช้การตีความ อธิบายลงสรุปเกี่ยวกับข้อมูลนั้น เพื่อนำข้อค้นพบจากรายงานข้อมูลไปปรับปรุงแก้ไขในส่วนต่าง ๆ ของหลักสูตรต่อไป

ดังนั้น จากการพิจารณาถึงองค์ประกอบของหลักสูตรที่ได้มีนักศึกษาและนักวิชาการได้กล่าวไว้แล้วพบว่าองค์ประกอบหลักที่เหมือนกันของการพัฒนาหลักสูตรมีอยู่ 4 ส่วนที่เหมือนกันคือ จุดมุ่งหมายของหลักสูตร เนื้อหาวิชา และประสบการณ์ กระบวนการเรียนการสอน หรือการนำหลักสูตรไปใช้ และการประเมินผล

แนวคิดการพัฒนาหลักสูตรของเซเลอร์และอเล็กซานเดอร์ (Saylor and Alexander.1974:70)

เซเลอร์และอเล็กซานเดอร์ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสร้างหรือพัฒนาหลักสูตรดังแสดงไว้ในภาพประกอบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เป้าหมาย จุดมุ่งหมายและขอบเขต (Goalsn, Objectives, and Domains) นักพัฒนาหลักสูตรควรกำหนดเป้าหมายและจุดมุ่งหมายเป็นสิ่งแรก แต่ละเป้าหมายควรบอกถึงขอบเขตของหลักสูตร ซึ่งได้เสนอขอบเขต 4 ขอบเขตที่สำคัญและควรให้ความสนใจ คือ พัฒนาการส่วนบุคคล มนุษย์สัมพันธ์ ทักษะการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง และความชำนาญเฉพาะด้าน และขอบเขตอื่นๆที่อาจมีความสำคัญ ซึ่งอาจจะต้องพิจารณาตามความเหมาะสมกับผู้เรียนและลักษณะของสังคม
2. การออกแบบหลักสูตร (Curriculum Design) หลังจากที่ได้กำหนดเป้าหมายและจุดมุ่งหมายของหลักสูตรแล้ว จะต้องวางแผนออกแบบหลักสูตรเป็นขั้นตอนต่อไป ตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกและจัดเนื้อหาสาระ เลือกประสบการณ์การเรียนรู้ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับเนื้อหาสาระที่ได้เลือกเอาไว้แล้ว อย่างไรก็ตาม รูปแบบหลักสูตรที่เลือกแล้วควรจะให้เหมาะสมและสอดคล้องกับเป้าหมายและจุดมุ่งหมายของหลักสูตร ความต้องการของผู้เรียน และลักษณะของสังคมตลอดจนข้อกำหนดต่างๆ ของสังคม และปรัชญาทางการศึกษา
3. การใช้หลักสูตร (Curriculum Implementation) หลังจากตัดสินใจเลือกรูปแบบของหลักสูตรแล้ว ก็เป็นขั้นตอนการนำหลักสูตรไปใช้ โดยผู้ดำเนินการควรวางแผนและจัดทำแผนการสอนในรูปแบบต่างๆ ควรจะเลือกวิธีการสอนและวัสดุ สื่อการเรียน การสอนที่จะช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามที่ได้กำหนดไว้
4. การประเมินผลหลักสูตร (Curriculum Evaluation) การประเมินผลหลักสูตรจะเป็นขั้นตอนสุดท้ายของรูปแบบนี้ ผู้ดำเนินการต้องตัดสินใจเลือกเทคนิคการประเมินผลที่สามารถตรวจสอบความสำเร็จของหลักสูตร คือสามารถบอกได้ว่าหลักสูตรบรรลุเป้าหมายหรือจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ การประเมินหลักสูตรควรเน้นที่การประเมินตัวหลักสูตร คุณภาพของการสอนและพฤติกรรมทางการเรียนรู้ของผู้เรียน ผลจากการประเมินด้วยเทคนิควิธีการประเมินที่เลือกแล้วนี้ จะช่วยให้ นักพัฒนาหลักสูตรสามารถตัดสินใจได้ว่าจะยังคงใช้หลักสูตรนี้ต่อไป หรือควรปรับปรุงแก้ไข หรือควรจะยกเลิกหลักสูตรนี้



ภาพประกอบ 4 รูปแบบการสร้าง หรือพัฒนาหลักสูตรตามแนวคิดของเซเลอร์และ

อเล็กซานเดอร์

ที่มา : Saylor and Alexander.1974 : 71

สรุป รูปแบบการพัฒนาหลักสูตรที่นำเสนอไว้ข้างต้น เมื่อพิจารณาอย่างละเอียดแล้วพบว่ามีลักษณะคล้ายกันอยู่ 6 ขั้นตอนด้วยกัน ได้แก่ 1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้เข้ารับการอบรม หรือผู้เรียน 2. การกำหนดจุดมุ่งหมายของหลักสูตร 3. การกำหนดเนื้อหาและประสบการณ์การเรียนรู้ของผู้เรียน 4. การนำหลักสูตรไปใช้ 5. การประเมินผลหลักสูตร 6. การปรับปรุง แก้ไข หรือเปลี่ยนแปลงหลักสูตร

1.2 การฝึกอบรมและกระบวนการฝึกอบรม

การฝึกอบรม คือ การถ่ายทอดความรู้เพื่อเพิ่มพูนทักษะ ความชำนาญ ความสามารถ และทัศนคติในทางที่ถูกต้อง เพื่อช่วยให้การปฏิบัติงานและภาระหน้าที่ต่าง ๆ ในปัจจุบันและอนาคตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และไม่ว่าการฝึกอบรม จะมีขึ้นที่ใดก็ตามวัตถุประสงค์ก็คือ เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน หรือเพิ่มขีดความสามารถในการจัดรูปขององค์การ

สมคิด บางโม(2539:14) การฝึกอบรม (Training) หมายถึง กระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคคลโดยมุ่งเพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) และทัศนคติ (Attitude) อันจะนำไปสู่การยกมาตรฐานการทำงานให้สูงขึ้น ทำให้บุคคลมีความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานและองค์การบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

กู๊ด (Good.1973: 613) การฝึกอบรมฝึกอบรม คือ เป็นกระบวนการช่วยให้บุคคลอื่นมีทักษะและความรู้โดยจัดขึ้น ภายใต้สภาวะเงื่อนไขบางประการ และไม่ถึงกับทำอะไรใหญ่โตแบบที่นักเรียนเรียนทักษะ และความรู้กันในสถาบัน การศึกษาทั่วไป

พรหมเลิศ (1991:15) การฝึกอบรม คือ พื้นฐานการเรียนรู้อย่างหนึ่ง เป็นความพยายามขององค์กรที่จะจัดหาประสบการณ์ให้กับบุคคลซึ่งจะช่วยให้เขาเหล่านั้นได้ปฏิบัติภารกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โครงการฝึกอบรมเป็นสื่อที่จะกำหนดโครงสร้างของประสบการณ์เพื่อให้เกิดการพัฒนาเจตคติและเพิ่มพูนทักษะการฝึกอบรมเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของสมาชิกผ่านกระบวนการเรียนรู้โดยมุ่งให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน

จากแนวคิด ในเรื่องการฝึกอบรมและหลักสูตรฝึกอบรมข้างต้น สามารถกล่าวโดยสรุป การฝึกอบรม คือ การถ่ายทอดความรู้เพื่อเพิ่มพูนทักษะ ความชำนาญ ความสามารถ และทัศนคติในทางที่ดี เพื่อช่วยให้การปฏิบัติงานและภาระหน้าที่ต่าง ๆ ในปัจจุบันและอนาคตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน หรือเพิ่มขีดความสามารถในการจัดรูปขององค์กร

วิจิตร อาวะกุล(2537:117) กระบวนการการฝึกอบรมไว้โดยมีขั้นตอนต่างๆดังนี้

1. วิเคราะห์สภาพปัญหา
2. หาความจำเป็นในการฝึกอบรม
3. กำหนดวัตถุประสงค์
4. เลือกประเภทการฝึกอบรมและบุคคล
5. จัดทำหลักสูตร
6. เลือกเทคนิคที่ใช้ในการฝึกอบรม
7. จัดเตรียมองค์ประกอบทรัพยากรและบุคคล
8. ดำเนินการฝึกอบรม
9. วัดผล-ประเมินผล-ติดตามผล
10. วิเคราะห์-หาแนวทาง-ปรับปรุงพัฒนา

จากขั้นตอนต่างๆของกระบวนการฝึกอบรมที่นักการศึกษาและนักวิชาการทางด้านการฝึกอบรมได้ให้ทรรศนะไว้ดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น พอจะสรุปได้ว่า กระบวนการฝึกอบรมประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญๆดังนี้

1. การหาความจำเป็นในการฝึกอบรม
2. การสร้างหลักสูตรการฝึกอบรม
3. การดำเนินการฝึกอบรม
4. การประเมินผล

ความจำเป็นของการฝึกอบรม

ในการฝึกอบรมนั้นจะต้องดำเนินการเป็นลำดับขั้นตอนอย่างต่อเนื่องโดยเริ่มตั้งแต่การหาความจำเป็นในการฝึกอบรม ซึ่งถือว่าเป็นขั้นตอนแรกและเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญที่สุด เพราะจะทำให้การฝึกอบรมสามารถแก้ไขปัญหาและความต้องการของบุคลากรได้อย่างแท้จริง

ความจำเป็นในการฝึกอบรมเกิดขึ้นเมื่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะและทัศนคติของบุคคลจะทำให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่พึงปรารถนาขึ้นได้ ล้วนสร้างความจำเป็นที่จะต้องการฝึกอบรมเพื่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบุคคลที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงานทั้งสิ้น

พนาลี ทองประเสริฐ (2535:31) ความจำเป็นในการฝึกอบรม หมายถึง สภาพการณ์ที่เป็นปัญหา อุปสรรคหรือข้อบกพร่องของบุคลากรทางด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการปฏิบัติงานซึ่งสามารถแก้ไขได้ด้วยการฝึกอบรมเพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มอริสสัน (1976:9) ความจำเป็นในการฝึกอบรม หมายถึง ความแตกต่างระหว่างสภาพที่เป็นจริงกับสภาพที่ต้องการให้เกิดขึ้น ซึ่งเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร การเปลี่ยนแปลงบุคลากรโดยกระบวนการเพิ่มพูนความรู้ ความชำนาญ หรือปรับปรุงทัศนคติ จะนำไปสู่ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน

วิจิตร อาวะกุล(2537:65) ได้เสนอวิธีการหาจำเป็นในการฝึกอบรมไว้ 6 วิธีได้แก่

1. การสังเกต
2. การสัมภาษณ์
3. การใช้แบบสอบถาม
4. การสำรวจ
5. การทดสอบ
6. การศึกษาจากเอกสาร

ประเภทของการฝึกอบรม

สามารถแบ่งประเภทของการฝึกอบรมได้ดังนี้

1. การฝึกอบรมก่อนเข้าทำงาน เป็นการศึกษาค้นคว้าพื้นฐานในบุคลากรใหม่ที่จะเข้ารับการอบรมว่ามีความรู้ระดับใด และมีประสบการณ์การทำงานมากน้อยเพียงใด การฝึกอบรมก่อนเข้าทำงานเป็นการแนะนำให้ผู้เข้ารับการปฏิบัติหน้าที่ต่างๆ ได้รู้จักการใช้เครื่องมือ เครื่องใช้ของตนเองที่เกี่ยวข้อง เข้าใจขั้นตอนในการทำงาน และส่งเสริมให้บุคลากรใหม่รักงานรักองค์กร ในขณะเดียวกันจะต้องมีการศึกษาความชำนาญเฉพาะด้านด้วย เพื่อเป็นแนวทางในการจัดฝึกอบรมว่า ควรจะเน้นหนักในด้านใดเป็นพิเศษ จึงจะทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้รับประโยชน์สูงสุด

2. การฝึกอบรมเพื่อให้เกิดทักษะในการปฏิบัติงาน เป็นการจัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ ความชำนาญในหน้าที่ ที่ตนทำให้มากยิ่งขึ้น มีจุดมุ่งหมายที่จะสอนวิธีการทำงานเฉพาะตำแหน่งให้กับบุคคล เพื่อให้สามารถทำงานให้โดยเร็วที่สุด มีความรู้ทันสมัยอยู่เสมอ และเป็นการทบทวนความรู้เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้สูงขึ้น

3. การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาตนเอง บุคคลที่ทำงานมานานและความรู้เริ่มตื้นเขิน เริ่มจะไม่ทันกับข้อมูลหรือวิทยาการสมัยใหม่ ก็จะเริ่มคิดถึงการพัฒนาตนเอง ซึ่งเป็นการพัฒนาเพื่อเพิ่มพูนความรู้ใหม่

วิธีการดำเนินการฝึกอบรม

การฝึกอบรมย่อมจะต้องมีการใช้เทคนิคการฝึกอบรมแบบใดแบบหนึ่งหรือหลายๆ แบบ ผสมผสานกัน การกำหนดว่าจะใช้เทคนิควิธีการฝึกอบรมแบบใด จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของการฝึกอบรมเป็นสำคัญ กล่าวคือ กรณีที่มุ่งเน้นความรู้ก็จะใช้วิธีการหนึ่ง เป็นต้น แต่ในบางครั้งเทคนิคหนึ่งชนิดก็สามารถใช้ได้หลายวัตถุประสงค์ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจเทคนิคการฝึกอบรมต่างๆ เพื่อเลือกมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมก่อให้เกิดความมั่นใจว่าจะเกิดผลดีแก่การฝึกอบรม แบ่งเทคนิคการฝึกอบรมโดยทั่วไปจะแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ เทคนิคการฝึกอบรมที่เน้นบทบาทของวิทยากรและเทคนิคการฝึกอบรมที่เน้นบทบาทของผู้เข้าอบรม

เทคนิคการฝึกอบรมที่เน้นบทบาทของวิทยากร เทคนิคการฝึกอบรมประเภทนี้มุ่งเน้นที่บทบาทของวิทยากรที่จะเป็นผู้ให้ความรู้และประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ แก่ผู้เข้าอบรมซึ่งจะเป็นผู้รับฟังเป็นส่วนใหญ่ ตัวอย่างของเทคนิคการฝึกอบรมประเภทนี้ ได้แก่

1. การบรรยาย (Lecture)
2. การสาธิต (Demonstration)
3. การอภิปรายซักถาม (Panel Forum)

เทคนิคการฝึกอบรมที่เน้นบทบาทของผู้เข้ารับการฝึกอบรม เพื่อร่วมกันแสดงความคิดเห็น เพื่อหาแนวทางแก้ปัญหา กำหนดนโยบาย และวางแผน เพิ่มพูนความรู้ และทักษะ หรือเพื่อพัฒนาทรัพยากรบุคคลและองค์กร เป็นต้น ตัวอย่างของเทคนิคการฝึกอบรมประเภทนี้ ได้แก่

1. การระดมสมอง (Brainstorming)
2. การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Work Shop)
3. การฝึกปฏิบัติ (Practical Exercise)
4. กรณีศึกษา (Case Study)

เครื่องมือที่ใช้ประเมินผลการฝึกอบรม

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลการฝึกอบรมมีหลายชนิด หลายประเภท การกำหนดเครื่องมือที่ใช้พิจารณาจากวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งตัวอย่างของเครื่องมือที่สำคัญ และเป็นที่นิยมใช้กันโดยทั่วไปมีดังต่อไปนี้

1. การทดสอบ เครื่องมือที่นิยมใช้กันมากในการทดสอบได้แก่ แบบทดสอบ
2. การสอบถาม เครื่องมือที่นิยมใช้กันมากได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็น แบบสัมภาษณ์
3. การสังเกต เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสังเกตพฤติกรรมการอบรม แบบสังเกต การปฏิบัติงาน แบบตรวจสอบพฤติกรรม
4. การพิจารณาผลการปฏิบัติงาน เครื่องมือที่นิยมใช้คือ แบบบันทึกข้อมูล แบบประเมินผลงาน

วิธีการประเมินผลการฝึกอบรม

การประเมิน เพื่อให้ทราบถึงผลการฝึกอบรมว่าตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่ หลังจากเสร็จสิ้นการฝึกอบรม และถ้าให้มั่นใจยิ่งขึ้น ก็ควรมีการประเมินเพื่อติดตามผลอีกครั้งหนึ่งหลังจากที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมไปปฏิบัติงานในหน้าที่สักระยะหนึ่ง ดังนั้น ในการทดสอบประเมินผลผู้รับผิดชอบในการทำหน้าที่ฝึกอบรมควรยึดหลักที่ว่า “อบรมสิ่งใดให้จัดทดสอบสิ่งนั้น” ซึ่งวิธีการประเมินผลการฝึกอบรมอาจจะกระทำได้หลายวิธีดังนี้

1. การสัมภาษณ์ (Interview) หรือการให้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้รับการฝึกอบรมว่ามีความรู้สึกต่อหลักสูตรฝึกอบรมอย่างไรและต้องการให้มีการปรับปรุงแก้ไขวิธีการฝึกอบรมอย่างไรบ้างต่อการเข้ารับการฝึกอบรมในแต่ละโครงการนั้น จะทำให้ผู้รับผิดชอบทราบคำตอบได้ทันทีถึงข้อดี-ข้อเสีย ของหลักสูตรฝึกอบรมที่จัดไปแล้วว่าควรจะต้องปรับปรุงแก้ไขด้านใดบ้าง ถ้าจะมีการฝึกอบรมในครั้งต่อไป
2. วิธีวัดผลก่อนและหลังการฝึกอบรม เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบว่าผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือได้รับความรู้ ความเข้าใจ หลังจากการฝึกอบรมแล้วมาน้อยเพียงใด
3. วิธีการสังเกตการปฏิบัติงาน เป็นการทดสอบโดยอาศัยเทคนิคการสังเกตพฤติกรรม ในการปฏิบัติงานของผู้รับการฝึกอบรมและทำการวิเคราะห์ดูว่า ผู้รับการฝึกอบรมทั้งหมดมีการเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติงานหลังจากได้รับการฝึกอบรมหรือไม่

1.3 การฝึกอบรมกับกระบวนการเรียนรู้ของผู้ใหญ่

ในการจัดโครงการฝึกอบรมเพื่อพัฒนานุคนั้น ผู้จัดจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงลักษณะธรรมชาติในกระบวนการเรียนรู้ของผู้ใหญ่เป็นพื้นฐานเสียก่อน จึงจะมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกทางเลือกต่าง ๆ ในการดำเนินการตาม กระบวนการ บริหารงานฝึกอบรมได้อย่างเหมาะสม และก่อให้เกิดการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของ ผู้เข้าอบรมได้ตรงกับ วัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมมากขึ้น

การฝึกอบรมมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการเรียนรู้ เนื่องจาก การฝึกอบรมเป็นกระบวนการหนึ่งซึ่งมุ่งก่อให้เกิด การเรียนรู้ ซึ่งหมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวร อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการ ปฏิบัติที่มี การเน้นย้ำบ่อยๆ โดยที่ผลของการเรียนรู้ของ อาจไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง แต่อาจตรวจสอบได้จากผลของการกระทำ หรือผลงานของผู้เรียน นักจิตวิทยาได้ทำการวิจัยค้นคว้าเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้ไว้มากมาย ล้วนแต่เห็นว่าการเรียนรู้ของ ผู้ใหญ่แตกต่างจากการเรียนรู้ของเด็ก เรื่องที่สำคัญเกี่ยวกับลักษณะธรรมชาติในการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ อาจพอสรุปเป็นข้อ ๆ ได้ดังนี้

1. ผู้ใหญ่ต้องการรู้เหตุผลในการเรียนรู้ และ ผู้ใหญ่จะเรียนรู้ต่อเมื่อเขาต้องการจะเรียน

เนื่องจากผู้ใหญ่สนใจตนเอง และรู้ว่าตนเองมีความรับผิดชอบต่อผลของการตัดสินใจของตนเองได้ ก่อนการเรียนรู้ผู้ใหญ่ มักต้องการจะรู้ว่า เพราะเหตุใดหรือทำไมเขาจึงจำเป็นต้องเรียนรู้ เขาจะได้รับ ประโยชน์อะไร จากการเรียนรู้ และจะสูญเสีย ประโยชน์อะไรบ้างถ้าไม่ได้เรียนรู้สิ่งเหล่านั้น ผู้ใหญ่จึงมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ในสิ่งที่เขาต้องการเรียนรู้และพึงพอใจ มากกว่า จะให้ผู้อื่นมากำหนดให้ และมักมีแรงจูงใจในการเรียนรู้จากภายในตนเองมากกว่าแรงจูงใจภายนอก

2. ลักษณะการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ ในกระบวนการเรียนรู้ ผู้ใหญ่ต้องการเป็นอย่างมากที่จะชี้นำ

ตนเองมากกว่าจะให้ผู้อื่น มาชี้นำหรือควบคุมเขา นั่นคือ ผู้ใหญ่อยากที่จะเรียนรู้ด้วยตนเองมากกว่า และด้วยการเรียนรู้มีลักษณะเป็นการแนะแนวมากกว่า การสอน ดังนั้น บทบาทของ ผู้สอนควรจะเป็นการเข้าไปมีส่วนร่วมกับผู้เรียนในกระบวนการค้นหาความจริง หรือที่เรียกว่าผู้อำนวยความสะดวก ในการเรียนรู้ (Facilitator) มากกว่าที่จะเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ของตนไปยังผู้เรียน นอกจากนั้น บทบาทของผู้อำนวยความสะดวกในการ เรียนรู้ควรจะต้องเป็นผู้สร้างบรรยากาศในการเรียนรู้ ด้วยการยอมรับฟังและยอมรับในการแสดงออก ทศนคติและความรู้สึกนึกคิด เกี่ยวกับเนื้อหาสาระของวิชาที่เรียนของผู้เรียน ช่วยให้ผู้เรียนได้เข้าใจถึงจุดมุ่งหมายในการเรียนรู้ของแต่ละคน และของกลุ่ม ทำหน้าที่จัดหา และจัดการทรัพยากรในการเรียนรู้ หรืออาจเป็นแหล่งทรัพยากรเพื่อการเรียนรู้ที่ยืดหยุ่นเสียเอง

3. บทบาทของประสบการณ์ของผู้เรียน ประสบการณ์ชีวิตมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ ข้อแตกต่างในการเรียนรู้ที่สำคัญระหว่างผู้ใหญ่กับเด็กอย่างหนึ่งก็คือ ผู้ใหญ่มีประสบการณ์มากกว่า ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งข้อดีและข้อเสีย ทั้งนี้ เพราะวิธีการเรียนรู้เบื้องต้นของผู้ใหญ่ คือ การวิเคราะห์และ ค้นหา ความจริงจากประสบการณ์ ซึ่งนักจิตวิทยาบางคนเชื่อว่า หากเขารับรู้ถึง สิ่งที่เขาเรียนรู้ นั้นมีส่วนช่วยรักษา หรือเสริมสร้าง ประสบการณ์ภายในตัวเขา ผู้ใหญ่ก็จะเรียนรู้ได้มากขึ้น แต่ถ้าหาก กิจกรรมใดหรือประสบการณ์ใด จะทำให้มีการเปลี่ยนแปลง โครงสร้างภายในของเขา ผู้ใหญ่ก็มีแนวโน้มที่จะต่อต้านโดยการปฏิเสธหรือบิดเบือนกิจกรรมหรือประสบการณ์นั้น ๆ

นอกจากนั้น ประสบการณ์เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ใหญ่มีความแตกต่างระหว่างบุคคล เพราะยิ่งอายุมากขึ้น ประสบการณ์ของผู้ใหญ่ก็จะแตกต่างมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การจัดกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ จึงควรคำนึงถึงทั้งในด้านของความแตกต่าง ระหว่างบุคคลของผู้ใหญ่ และควรจะอาศัยข้อดีของการมีประสบการณ์ของผู้ใหญ่ และทำให้ประสบการณ์นั้นมีคุณค่าโดยการ ใช้เทคนิคฝึกอบรมต่างๆ ซึ่งเน้นการเรียนรู้โดยอาศัยประสบการณ์(Experiential techniques) ทำให้ผู้เรียนได้มีโอกาส ผสมผสาน ความรู้ใหม่กับประสบการณ์เดิมที่มีอยู่ ทำให้การเรียนรู้ที่ได้รับใหม่นั้นมีความหมายเพิ่มเติมขึ้นอีก อาทิ เช่น วิธีการอภิปรายกลุ่ม กิจกรรมการแก้ปัญหา กรณีศึกษา และเทคนิคการฝึกอบรมโดยอาศัย กระบวนการกลุ่มต่างๆ

4. แนวโน้มในการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ โดยทั่วไปเด็กมีแนวโน้มที่จะเรียนรู้โดยอาศัยเนื้อหาวิชา และมองการเรียนรู้ในลักษณะเอง การแสวงหาความรู้จากเนื้อหาสาระ ของวิชาใดวิชาหนึ่งโดยตรง แต่สำหรับผู้ใหญ่ การเรียนรู้จะมุ่งไปที่ชีวิตประจำวัน(Life-centered) หรือเน้นที่งาน หรือการ แก้ปัญหา (Task-centered) เสียมากกว่า นั่นคือ ผู้ใหญ่จะยอมรับและสนใจกิจกรรมการเรียนรู้ของเขา หากเขา เชื่อและเห็นว่า การเรียนรู้ นั้น ๆ จะช่วยให้เขาทำงานได้ดีขึ้น หรือช่วยแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันของเขา ดังนั้น การจัดหลักสูตรเพื่อการเรียนการสอน ผู้ใหญ่จึงควรจะต้องอาศัยสถานการณ์ต่าง ๆ รอบตัวของเขา และเป็นการเพิ่มความรู้อย่างเข้าใจ ทักษะ ซึ่งมีส่วนช่วยในการแก้ปัญหา ในชีวิตจริงของเขาด้วย

5. บรรยากาศในการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ ผู้ใหญ่จะเรียนรู้ได้ดีกว่าในบรรยากาศที่มีการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งทางกายภาพ เช่น การจัดแสงสว่าง และ อุณหภูมิของห้องให้พอเหมาะ มีการจัดที่นั่งที่เอื้อต่อการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน หรือระหว่างผู้เรียนด้วยกันได้สะดวก และมีบรรยากาศของการยอมรับในความแตกต่างในทางความคิด และประสบการณ์ที่แตกต่างกันของแต่ละคน มีความเคารพซึ่งกัน และกัน มีอิสรภาพและการสนับสนุนให้มีการแสดงออก และมีความเป็นกันเอง มากกว่าบังคับด้วยระเบียบกฎเกณฑ์ต่างๆ ผู้ใหญ่ก็จะ ปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมได้มากกว่า ตรงกันข้าม หากผู้ใหญ่ตกอยู่ในสิ่งแวดล้อมหรือสถานการณ์ที่ขมขื่น เขาก็มักจะเย็นหยัด ไม่

ยอมยืดหยุ่น หรือไม่ยอมปรับตนเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อมนั้น แต่ถ้าหากเขารู้สึกว่าอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยเขาจะยอมรับและปรับตนเองให้เข้ากับประสบการณ์และสิ่งแวดล้มนั้นๆ ได้

จากลักษณะและธรรมชาติในการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้นมีผู้สรุปถึงหลักสำคัญในการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ไว้สั้น ๆ ดังนี้ คือ

1. ผู้ใหญ่จะเรียนเมื่อเขาต้องการจะเรียน
2. ผู้ใหญ่จะเรียนเฉพาะสิ่งที่เขามีความรู้สึกว่ามีความจำเป็นจะต้องเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรียนเพื่อนำไปปฏิบัติ
3. ผู้ใหญ่เรียนรู้โดยการกระทำได้ดีกว่า การสอนผู้ใหญ่จึงควรใช้วิธีการหลายๆอย่างรวมทั้งให้ลงมือกระทำด้วย
4. จุดศูนย์กลางในการเรียนรู้ของผู้ใหญ่อยู่ที่ปัญหา และปัญหาเหล่านั้นจะต้องเป็นจริง
5. ประสบการณ์มีผลกระทบกระเทือนต่อการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งคุณและโทษต่อการเรียนรู้
6. ผู้ใหญ่จะเรียนรู้ได้อย่างดีเยี่ยมในบรรยากาศแวดล้อมที่เป็นกันเอง ไม่ใช่รู้สึกถูกบังคับโดยระเบียบกฎเกณฑ์
7. ผู้ใหญ่ต้องการการแนะแนวไม่ใช่การสอน และต้องการการวัดผลด้วยตนเอง มากกว่าการให้คะแนน

นอกจากนั้น บทบาทที่สำคัญของผู้สอน วิทยากร หรือผู้อำนวยความสะดวก(Facilitators) ในการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ ซึ่งจำเป็นที่ผู้รับผิดชอบจัดการฝึกอบรมจะต้องเข้าใจและพยายามดำเนินการต่างๆในการจัดฝึกอบรมให้สอดคล้องกันด้วยนั้น อาจสรุปได้ดังนี้

1. ผู้สอนจะต้องยอมรับว่าผู้เรียนแต่ละคนมีคุณค่า และจะต้องเคารพในความรู้สึกนึกคิดและความเห็น ตลอดจน ประสบการณ์ของเขาด้วย
2. ผู้สอนควรพยายามทำให้ผู้เรียนตระหนักด้วยตัวเองว่ามีความจำเป็นที่เขาจะต้องปรับพฤติกรรม ทั้งด้านความรู้ ความเข้าใจ ความสามารถ และทัศนคติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้วยการเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และอาจประสบปัญหาอย่างใดบ้าง อันเนื่องมาจากการขาดพฤติกรรมที่มุ่งหวังดังกล่าว
3. ควรจัดสิ่งแวดล้อมทางกายภาพให้สะดวกสบาย เช่น ที่นั่ง อุณหภูมิ แสงสว่าง การถ่ายเทอากาศ ฯลฯ รวมทั้งเอื้อต่อการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนด้วยกันเองได้สะดวกอีกด้วย เช่น ไม่ควรจัดให้มีการนั่งข้างหน้าหลังซึ่งกันและกัน

4. ผู้สอนจะต้องแสวงหาวิธีการที่จะแสวงหาความสัมพันธ์อันดี ระหว่างผู้เรียนด้วยกันเพื่อ สร้าง ความรู้สึกไว้นี้เพื่อใจ และความช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน โดยการช่วยเหลือสนับสนุนให้มี กิจกรรมที่ต้องมีการให้ ความร่วมมือร่วมใจกันและกัน และในขณะเดียวกันควรพยายามหลีกเลี่ยงการ แข่งขัน และการใช้วิจารณ์ญาติตัดสินว่าอะไรควรไม่ควรอีกด้วย

5. หากเป็นไปได้ ผู้สอนควรเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในเรื่องดังต่อไปนี้

1. การพิจารณากำหนดวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้ ตามความต้องการของผู้เรียน โดย สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร ของผู้สอน และของเนื้อหาวิชาด้วย
2. การพิจารณาทางเลือกในการกำหนดกิจกรรมเพื่อการเรียนการสอน รวมทั้งการ เลือกวัสดุอุปกรณ์ และวิธีการเรียนการสอน
3. การพิจารณากำหนดมาตรการหรือเกณฑ์การเรียนการสอนซึ่งเป็นที่ยอมรับร่วมกัน รวมทั้งร่วมกันกำหนด เครื่องมือและวิธีการวัดผลความก้าวหน้าเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ตั้งแต่แรกด้วย
6. ผู้สอนจะต้องช่วยผู้เรียนให้รู้จักพัฒนาขั้นตอนและวิธีการในการประเมินตนเองตามเกณฑ์ที่ ได้กำหนดไว้แล้ว

2. โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

มูลเหตุของการเกิดโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” สืบเนื่องมาจากประเทศไทยกำลัง เผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ประชาชนทุกระดับประสบปัญหาใน การครองชีพ โดยเฉพาะประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ ดังนั้น รัฐบาลโดยมี พันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรี ได้นำนโยบายการฟื้นฟูเศรษฐกิจในระดับรากหญ้า มาใช้เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีความเชื่อว่าหากประชาชนในชนบทซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ ของประเทศมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นก็จะส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมก็จะเคลื่อนตัวได้ในที่สุด ซึ่งโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ก็เป็นโครงการหนึ่งในนโยบายดังกล่าว

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลักเป็นของ ตัวเอง กล่าวคือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น มาทำการพัฒนาจนกลายเป็นสินค้า ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และจุดขาย ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์ให้ เป็นที่รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศตลอดจนทั่วโลก นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ยังหมายถึง กระบวนการทาง ความคิดรวมถึงการบริการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย

การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศ และทั่วโลก

หลักการและเหตุผล

1. สนับสนุน (Support) มากกว่าให้เงินช่วยเหลือ (Subsidy) การให้การสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีของภาครัฐบาล ได้แก่ การให้การสนับสนุนทางการตลาด การให้การสนับสนุนทางด้านความรู้ใหม่

2. ปรัชญาของ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โครงการ“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”เป็นแนวคิดที่จะสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ข้อ คือ

2.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) เป็นการนำกระบวนการทางความคิดของภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า หรือบริการให้มีคุณภาพ และเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยที่สินค้าหรือบริการนั้นเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

2.2 พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self – Reliance – Creativity) เป็นการสร้างศักยภาพของท้องถิ่นอย่างหนึ่ง โดยการนำวัตถุดิบจากท้องถิ่นมาพัฒนาให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือบริการด้วยภูมิปัญญาของท้องถิ่น เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ สามารถหารายได้เข้าสู่ท้องถิ่น ทำให้ท้องถิ่นมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

2.3 การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) เป็นการกระตุ้นให้ประชาชนในท้องถิ่น มีความหวังในการที่จะสร้างรายได้เป็นของตนเองได้ ด้วยความท้าทายและจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค โดยการกลั่นกรองออกมาเป็นสินค้าหรือบริการจากภูมิปัญญาของท้องถิ่น

กิจกรรมหลักของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ

1. ขยายสินค้าท้องถิ่นไปยังตลาด
2. ผลิตและคิดค้นขึ้นเองใน
3. สร้างบุคลากรที่มีคุณภาพของท้องถิ่น

คำนิยามของคำว่า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” หมายความว่า หนึ่งตำบล มีหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ หนึ่งตำบล มีหนึ่งผลิตภัณฑ์เด่น หรือ หนึ่งตำบล มีหนึ่งประเพณี วัฒนธรรมล้ำลึก หรือ หนึ่งตำบล มีหนึ่งกีฬาเลิศ หรือ หนึ่งตำบล มีหนึ่งแหล่งท่องเที่ยวเด่น หรือหนึ่งตำบล มีหนึ่งบทกวี แสดงดนตรี บทเพลง เป็นต้น ดังนั้นหนึ่งตำบลมีได้หลายผลิตภัณฑ์แต่อย่างน้อยมีหนึ่งผลิตภัณฑ์เด่นเป็นผลิตภัณฑ์หลักและหนึ่งผลิตภัณฑ์หลักอาจผลิตโดยเครือข่ายของหลายหมู่บ้านขึ้นอยู่กับทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่นและขบวนการทั้งสิ้นที่สร้างขึ้น

ประเภทผลิตภัณฑ์ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 6 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. ประเภทอาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่บริโภคสด เช่น พืชผัก ผลไม้ เป็นต้น และผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ทั้งอาหารที่พร้อมบริโภค หรืออาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป รวมถึงอาหารที่พร้อมบริโภค หรืออาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป รวมถึงอาหารแปรรูปที่ใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น น้ำพริก เป็นต้น
2. ประเภทเครื่องดื่ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น สุราแช่ สุรากลั่น เป็นต้น และไม่มีแอลกอฮอล์ รวมถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่พร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทขงละลาย ซึ่งผลสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์ประเภทขง เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร ชาใบหม่อน ชาจีน เป็นต้น
3. ประเภท ผ้าและเครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติ หรือเส้นใยธรรมชาติผสมเส้นใยสังเคราะห์ เช่น ผ้าแพรวา ผ้าถักโครเชต์ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับตกแต่งร่างกายจากวัสดุทุกประเภท เช่น ผ้าพันคอ หมวก กระเป๋า เข็มขัด สร้อยคอ ต่างหู รองเท้า เป็นต้น
4. ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องเรือน เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องตกแต่งบ้าน เครื่องใช้สอยต่างๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจักสาน, ถักสานที่มีวัตถุดิบประสงค์เพื่อการใช้สอย เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ดอกไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น
5. ประเภทศิลปประติมากรรมและของที่ระลึก หมายถึง สิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น
6. ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลผลิตจากธรรมชาติที่ไม่ใช่การบริโภค เช่น เครื่องสำอางสมุนไพร สบู่สมุนไพร แชมพูสมุนไพร น้ำมันหอมระเหย เป็นต้น

3. ความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ

3.1 ความหมายของธุรกิจ

ธุรกิจ (Business) หมายถึง กระบวนการของกิจการทางเศรษฐกิจที่สัมพันธ์เป็นระบบและอย่างต่อเนื่องในด้านการผลิต การซื้อขายแลกเปลี่ยนเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะได้กำไรหรือผลตอบแทนจากกิจกรรมนั้น

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่ากิจกรรมใดที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้กำไร (Profit) ถือว่าเป็นธุรกิจ เช่น บริษัท ห้างร้าน ตลอดจนรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ การดำเนินของรัฐ เช่น การป้องกันประเทศ การสร้างถนนหนทาง โรงเรียน โรงพยาบาล และอื่น ๆ ไม่ถือว่าเป็นธุรกิจเพราะมิได้มีจุดมุ่งหมายด้านกำไร แต่เป็นการให้บริการแก่ประชาชนโดยมีจุดมุ่งหมายให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

3.2 ความสำคัญของธุรกิจ พอสรุปได้ดังนี้

1. ธุรกิจช่วยให้เศรษฐกิจของชาติมีความเจริญก้าวหน้าและมั่นคง
2. ธุรกิจทำให้ประชาชนมีมาตรฐานการดำรงชีวิตที่ดีขึ้น
3. ธุรกิจทำให้รัฐมีรายได้เพิ่มขึ้น
4. ธุรกิจช่วยแก้ปัญหาทางสังคม
5. ธุรกิจทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

3.3 หน้าที่และความรับผิดชอบของธุรกิจ

หน้าที่ของธุรกิจ การประกอบธุรกิจนั้นผู้ประกอบการจะต้องทำหน้าที่ต่าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้ด้วยดี หน้าที่ต่าง ๆ ของธุรกิจมีดังนี้

1. การผลิตสินค้า ธุรกิจอาจเลือกผลิตสินค้าหลายชนิด เช่น ผู้ผลิตสินค้าสำเร็จรูป
2. การให้บริการ เป็นธุรกิจที่อำนวยความสะดวกให้แก่ธุรกิจและผู้บริโภค
3. การจำแนกแจกจ่ายสินค้า ธุรกิจดำเนินการเกี่ยวกับการซื้อขาย
4. การจัดซื้อ ธุรกิจจำเป็นต้องมีการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อการดำเนินการ
5. การเก็บรักษาสินค้า ธุรกิจจะต้องเก็บรักษาวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปเพื่อบริการ

ให้แก่ลูกค้า

6. การจัดจำหน่าย ธุรกิจมีหน้าที่จัดแสดงสินค้าเพื่อส่งต่อการซื้อ
7. การจัดการทางการเงิน ธุรกิจมีหน้าที่จัดหาเงินทุนและบริหารเงินที่มีจำนวน

จำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด

8. การจัดทำบัญชี ธุรกิจมีหน้าที่จัดทำบัญชีเพื่อเสียภาษี
9. การทำการโฆษณาสินค้า ธุรกิจมีหน้าที่โฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้าและเกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด

ความรับผิดชอบต่อธุรกิจ ธุรกิจมีฐานะเป็นหน่วยหนึ่งของสังคม จำเป็นต้องมีความรับผิดชอบต่อบุคคล หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. ความรับผิดชอบต่อเจ้าของกิจการ ดำเนินธุรกิจให้เกิดกำไรสูงสุด
2. ความรับผิดชอบต่อลูกค้า การให้บริการลูกค้าให้ดีที่สุด
3. ความรับผิดชอบต่อปฏิบัติตามกฎระเบียบของรัฐ
4. ความรับผิดชอบต่อลูกจ้าง ในด้านสวัสดิการของลูกจ้าง
5. ความรับผิดชอบต่อสังคม โดยให้สังคมได้รับประโยชน์ตามสมควร

3.4 จุดมุ่งหมายของการดำเนินธุรกิจ

จุดมุ่งหมายของการดำเนินธุรกิจ คือ ต้องการให้ได้กำไรมากที่สุด (Maximized Profit) ซึ่งต่างจากการดำเนินงานของหน่วยราชการและองค์การกุศล ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการให้บริการแก่ประชาชนโดยไม่หวังผลตอบแทน

3.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประกอบธุรกิจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประกอบธุรกิจสามารถแยกได้ 2 ลักษณะคือ

1. ปัจจัยภายใน หรือทรัพยากรของธุรกิจเป็นปัจจัยที่ธุรกิจ สามารถสร้างขึ้นและสามารถควบคุมได้ ได้แก่ คน Man หมายถึง กำลังคน เงิน Money หมายถึง เงินทุน วัสดุ Material หมายถึง กระบวนการต่าง ๆ เช่น การวางแผน การจัดการ ฯลฯ
2. ปัจจัยภายนอก เป็นปัจจัยที่ธุรกิจไม่สามารถจะควบคุมกำหนดหรือเปลี่ยนแปลงได้ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เช่น ภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ กฎหมายการเมือง คู่แข่ง เทคโนโลยี ฯลฯ

3.6 รูปแบบขององค์กรธุรกิจ รูปแบบขององค์กรธุรกิจที่ดำเนินอยู่ในวงการธุรกิจของประเทศไทย จำแนกรูปแบบได้ดังต่อไปนี้

1. กิจการเจ้าของคนเดียว
2. ห้างหุ้นส่วน แยกออกเป็น
 - 2.1 ห้างหุ้นส่วนสามัญ
 - 2.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด
3. บริษัทจำกัด
4. การสหกรณ์ แบ่งเป็น 6 ประเภท
 - 4.1 สหกรณ์การเกษตร
 - 4.2 สหกรณ์ประมง
 - 4.3 สหกรณ์นิคม
 - 4.4 สหกรณ์ร้านค้า
 - 4.5 สหกรณ์ออมทรัพย์
 - 4.6 สหกรณ์บริการ
5. รัฐวิสาหกิจ

3.7 คุณลักษณะของนักธุรกิจ

บุคลิกภาพของนักธุรกิจ หมายถึงลักษณะท่าทาง หน้าตา การแต่งกาย และการวางตัวซึ่งนักธุรกิจควรจะทำให้เกิดความศรัทธาและน่าเชื่อถือ ในขณะเดียวกันควรจะมีเฉลียวฉลาดและไหวพริบในการดำเนินธุรกิจซึ่งบุคลิกภาพของนักธุรกิจที่ควรมีได้แก่

1. การแต่งกายที่สุภาพ สะอาดตา
 2. มีอัธยาศัย ยิ้มแย้ม แจ่มใส
 3. มีความเชื่อมั่นในตนเอง
 4. เป็นผู้มีความประพฤติดี
 5. เป็นผู้ฟังและผู้พูดที่ดี
 6. เป็นผู้มองการณ์ไกล
 7. มีความอดทน
 8. กล้าที่จะประสบกับการขาดทุน
- ฯลฯ

จรรยา หมายถึง หลักความประพฤติที่ควรประพฤติ เช่น ความเมตตา กรุณา การต้อนรับ ยินดี รู้จักเสียสละ เป็นต้น

มรรยาท หมายถึง ขนบธรรมเนียมประเพณีที่สามารถถือเป็นข้อปฏิบัติที่ดีงาม

จรรยาบรรณของนักธุรกิจ

จรรยาบรรณ (Ethics) ไม่ใช่กฎหมายแต่เป็นข้อที่ควรปฏิบัติสำหรับอาชีพใดอาชีพหนึ่งเช่น แพทย์ไม่ควรเปิดเผยความลับของคนไข้ เพราะผิดจรรยาแพทย์ เป็นต้น สำหรับการประกอบธุรกิจ ก็เช่นกัน ผู้ประกอบธุรกิจควรที่จะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่เขาอาศัยอยู่ เช่น

1. การให้สิ่งที่ดีต่อสังคม การผลิตสิ่งของที่ดีมีคุณภาพให้กับสังคม การไม่ปลอมปนสินค้า ความพร้อมที่จะรับผิดชอบต่อผลที่เกิดจากการใช้สินค้าที่ผลิตออกไป การเลือกใช้วัตถุดิบที่ไม่มีอันตรายในการผลิตสินค้า
2. ปฏิบัติตามกฎหมาย เช่น กฎหมายแรงงาน ลดการเอารัดเอาเปรียบคนงาน ควรจ่ายค่าจ้างการทำงานและสวัสดิการในด้านการบริโภค การปฏิบัติตามกฎหมาย ว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค อย่างเคร่งครัด
3. สร้างงานที่มีการจ้างแรงงานสูง เช่น งานก่อสร้าง งานเกษตร งานให้บริการต่าง ๆ งานเหล่านี้ในแง่ธุรกิจอาจให้ผลตอบแทนไม่สูงนัก แต่เป็นการช่วยสังคมไม่ให้มีการว่างงาน
4. การกำหนดราคาสินค้า ไม่ควรกำหนดสูงไปเพื่อหวังกำไร แต่ควรพิจารณาถึงความเหมาะสม การไม่ฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้าในขณะที่เกิดภัยพิบัติต่าง ๆ
5. ป้องกันสภาพแวดล้อมเป็นพิษ เป็นปัญหาที่สำคัญมากที่สุด ในทางธุรกิจอุตสาหกรรมก็คือ สิ่งแวดล้อมเป็นพิษหรือเกิดมลภาวะอากาศเป็นพิษ น้ำเสีย ของเสียที่ทับถมบนพื้นดินสภาพแวดล้อมที่ดี ผู้ประกอบธุรกิจต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ โดยจัดระบบการจำกัดและป้องกันให้เหมาะสม

6. ให้ความสำคัญสนับสนุนการศึกษา ธุรกิจจะต้องให้การช่วยเหลือและสนับสนุนการศึกษาทั้งสถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชน อาจทำได้โดยการให้ทุนการศึกษา กู้ยืมเงิน การฝึกงานดูงานของนักศึกษา เชิญผู้เชี่ยวชาญไปบรรยายให้นักศึกษาฟัง

7. ให้บริการด้านสุขภาพอนามัยและนันทนาการ ควรช่วยเหลือกิจการต่าง ๆ และให้บริการด้านต่าง ๆ ของสังคม เช่น ลูกเสือชาวบ้าน การกุศล กิจกรรมต่าง ๆ

ความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งต้องปฏิบัติดังกล่าวข้างต้นแล้ว ผู้ประกอบการทางธุรกิจ จะต้องมีความคุณธรรม มีความยุติธรรม ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบสังคมอันเป็นส่วนรวมอีกด้วย

3.8 คุณธรรมของนักธุรกิจ คุณธรรมซึ่งนักธุรกิจพึงมี ได้แก่

1. หมั่นประกอบการดี และประพฤติเป็นคนดี
2. ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยปฏิบัติให้สอดคล้องกับประโยชน์ของคนทั่วไป
3. ต้องมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่
4. ดำรงไว้ซึ่งชื่อเสียงและยึดถือปฏิบัติข้อบังคับของสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย
5. ละเว้นการใช้อำนาจหน้าที่เพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว แต่ต้องปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ โดยคำนึงข้อปฏิบัติของการจัดการที่ดี
6. ละเว้นการปฏิบัติที่มีอคติต่อบุคคลอื่น ต้องตระหนักถึงศักดิ์ศรีความเสมอภาคของกลุ่มและบุคคล

4. การจัดการเชิงกลยุทธ์

โลกของการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันในปัจจุบันนั้น มีการแข่งขันกันอย่างไม่จำกัดทั้งในประเทศและต่างประเทศ คู่แข่งมีอยู่ทั่วโลกมิได้จำกัดเฉพาะเขตทางภูมิศาสตร์ สัญชาติ เท่านั้น เมื่อเป็นเช่นนี้ผู้บริหารจึงต้องให้ความสนใจกับการจัดการองค์กรธุรกิจให้มากขึ้น แนวคิดหนึ่งที่น่าสนใจในการบริหารจัดการในปัจจุบัน ได้แก่ การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) เพราะเป็นแนวคิดการจัดการภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงและมีทิศทางที่ไม่แน่นอน ผู้บริหารต้องคาดเดาและกำหนดทิศทางขององค์กรและนำพาองค์กรไปสู่จุดหมายตามที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.1 ความหมาย “กลยุทธ์” คำว่า กลยุทธ์ ได้มีผู้ให้ความหมายไว้อย่างต่าง ๆ กันดังนี้

สเคอร์เมอร์ฮอร์น(Schermerhorn. 2002:2003) ให้ความหมายไว้ว่า กลยุทธ์ หมายถึง แผนแม่บทหรือแผนปฏิบัติการหลักสำคัญขององค์กร ซึ่งองค์กรใช้เป็นตัวกำหนดทิศทางการดำเนินงานระยะยาว รวมทั้งใช้เพื่อเป็นแนวทางในการใช้ทรัพยากรเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย โดยทำให้ได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน

เดสส์และมิลเลอร์(Dess and Miller. 1993:5) ได้แบ่งกลยุทธ์ออกเป็น 2 ชนิดที่ไม่เหมือนกัน คือ กลยุทธ์ที่ตั้งใจ (intended Strategic) กับกลยุทธ์ที่เป็นจริง (realized Strategic)

กลยุทธ์ที่ตั้งใจ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ผู้จัดการเสนอแนะ ออกแบบ และคาดหวังว่าจะนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 อย่าง คือ เป้าหมาย นโยบาย และแผนปฏิบัติงาน

กลยุทธ์ที่เป็นจริง เป็นกลยุทธ์ตรงข้ามกับกลยุทธ์ที่ตั้งใจ เพราะการนำไปปฏิบัติจริงอาจแตกต่างไปจากสิ่งที่เกิดขึ้นจริงมากก็ได้ เหตุผลก็เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงตลาดเวลาของสิ่งแวดล้อม แผนกลยุทธ์เดิมอาจไม่ได้ผล จึงต้องเปลี่ยนกลยุทธ์ใหม่บางส่วน เพื่อสร้างรายได้เปรียบ และให้สอดคล้องกับโอกาสที่เกิดขึ้นในช่วงนั้นด้วย

พิตส์และเล (Pitts and Lei. 2006:6) ได้ให้ความหมายว่า กลยุทธ์ หมายถึง ความคิด (ideas) แผนงาน (Plans) และการกระทำ (actions) ต่างๆที่นำมาใช้ เพื่อให้เกิดความสำเร็จเหนือคู่แข่ง ซึ่งความได้เปรียบจะมาจากความสามารถขององค์กรที่จะดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้เด่นชัดกว่า หรือมีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่ง

ความหมาย ของการจัดการเชิงกลยุทธ์

วิลเลน และฮังเกอร์ (Wheelen and Hunger. 2000:3) ให้นิยามไว้ว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ หมายถึง ชุดของการตัดสินใจและการปฏิบัติการต่างๆ ทางด้านการจัดการซึ่งจะเป็นตัวกำหนดการดำเนินระยะเวลายาวของบริษัท ประกอบด้วย การตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก องค์กร การจัดทำกลยุทธ์ การปฏิบัติตามกลยุทธ์ และการประเมินผลและการควบคุม ซึ่งการจัดการเชิงกลยุทธ์ มุ่งเน้นที่การตรวจสอบและประเมินโอกาส (opportunities) อุปสรรค (threats) โดยคำนึงถึง จุดแข็ง (strengths) และจุดอ่อน (weaknesses) ขององค์กรเป็นหลัก

เพิร์ซและโรบินสัน (Pearce and Robinson. 2000:3) ให้นิยามไว้ว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ หมายถึง ชุดของการตัดสินใจและการปฏิบัติการต่างๆ ซึ่งจะมีผลต่อการวางแผนและการปฏิบัติตามแผน ซึ่งออกแบบขึ้นเพื่อช่วยให้วัตถุประสงค์ขององค์กรบรรลุผลสำเร็จ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541:9) การจัดการเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การวางแผนการดำเนินการและการควบคุมในแนวทางเชิงกลยุทธ์ ซึ่งจะช่วยทำให้การบริหารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จุดเน้นของการบริหารเชิงกลยุทธ์มุ่งพิจารณาในแง่ของการบริหาร กลยุทธ์ที่คิดค้นขึ้นมาต้องอาศัยพื้นฐานทางการบริหารเป็นหลัก

จากคำนิยามข้างต้น พอสรุปได้ว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การบริหารองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ อันเกี่ยวกับการตัดสินใจนำทรัพยากรที่มีอยู่มาดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา

3.2 ความแตกต่างระหว่างการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการวางแผนทั่วไป

การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning) เป็นการวางแผนภายใต้จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้าเป็นการวางแผนที่ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี คู่แข่งขัน จะส่งผลกระทบต่อโอกาสและอุปสรรคอย่างไรต่อสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ซึ่งต้องวิเคราะห์ถึงโครงสร้างขององค์กร ค่านิยม วัฒนธรรม สถานทางการเงิน การตลาด กระบวนการผลิต เพื่อค้นหาศักยภาพของจุดแข็งและจุดอ่อน โดยเทียบเคียงกับคู่แข่ง หรือกับตัวเองในอดีตว่าเป็นอย่างไร และองค์ประกอบของการวางแผนกลยุทธ์จะต้องมีความสัมพันธ์และสอดคล้องต่อกันเพื่อเชื่อมโยงการทำงานไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ ส่วนการวางแผนทั่วไป เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเป้าหมาย สำหรับงานขององค์กรในอนาคตและการตัดสินใจในงานรวมถึงทรัพยากรที่ใช้ประโยชน์ตามความต้องการเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จขององค์กร(ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.2540:593)

ถ้ามองอย่างละเอียดแล้วจะพบว่า การวางแผนเชิงกลยุทธ์กับการวางแผนทั่วไปแตกต่างกัน เนื่องจากการวางแผนกลยุทธ์จะมองผ่านสภาพแวดล้อม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง แต่การวางแผนทั่วไปทำเพื่อปรับปรุงองค์กรให้ดีขึ้น แต่ไม่ได้มองถึงสภาพแวดล้อมและคู่แข่ง

3.3 กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์

พัคตร์ผจจ วัฒนสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์ (2542: 11-18) กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน

1. การกำหนดทิศทางขององค์กร ได้แก่ การกำหนดทิศทาง วิสัยทัศน์ ภารกิจ และวัตถุประสงค์ขององค์กร

2. การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายใน

3. การจัดทำกลยุทธ์ คือ การนำผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมาจัดทำกลยุทธ์องค์กร

4. การปฏิบัติตามกลยุทธ์ คือ การนำกลยุทธ์ต่างๆ ที่จัดทำไว้นามาสู่ปฏิบัติจริง

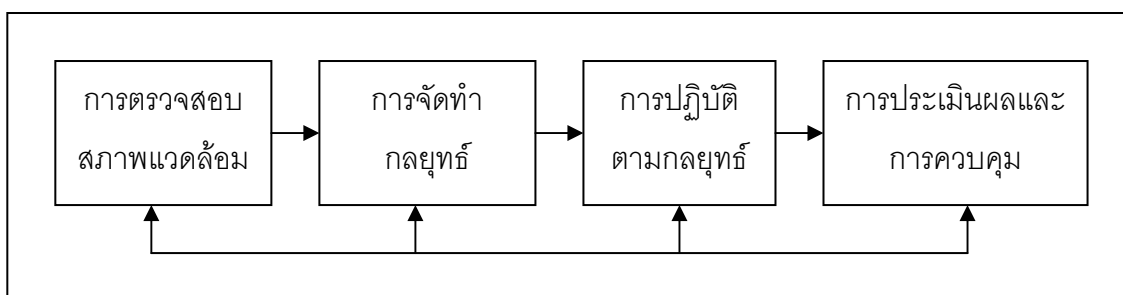
ทอมป์สันและสตรีกแลนด์ (Thompson and Strickland, 1999:3-4) การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการดำเนินงาน 5 ขั้นตอน เกี่ยวกับการจัดทำกลยุทธ์และปฏิบัติตามกลยุทธ์

1. การกำหนดวิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ (Forming a strategic vision) ซึ่งบอกถึงลักษณะของธุรกิจในอนาคตว่ามีลักษณะอย่างไร จะมุ่งหน้าไปทางไหน เพื่อเป็นการกำหนดทิศทางในการดำเนินงานในระยะยาวให้กับองค์กร บอกชนิดธุรกิจที่พยายามอยากจะเป็นไป และแจ้งให้ทุกคนในองค์กรทราบ เพื่อการปฏิบัติงานเป็นไปในทิศทางตามที่มุ่งหวังร่วมกัน

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ (Setting objectives) เป็นการเปลี่ยนวิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ ให้เป็นเป้าหมายในการดำเนินงานโดยเฉพาะเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามที่กำหนดไว้

3. การจัดทำกลยุทธ์ (crafting a strategy) เพื่อบรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งความมุ่งหวังไว้
4. การนำกลยุทธ์ที่เลือกไว้ไปปฏิบัติ (implementing and executing the chosen strategy) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด
5. การประเมินผลและปรับปรุงเพื่อเริ่มต้นใหม่ โดยพิจารณาจากประสบการณ์จริง และปรับปรุงให้สอดคล้องกับสภาวะการณ์ใหม่ ความคิดใหม่และโอกาสที่เกิดขึ้นใหม่

Wheelen and Hunger.2000:8 การจัดการเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ขั้นตอน คือ การตรวจสอบสภาพแวดล้อม (environmental scanning) การจัดทำกลยุทธ์ (strategy formulation) การปฏิบัติตามกลยุทธ์ (strategy implementation) การประเมินผลและการควบคุม (evaluation and control)



ภาพประกอบ 5 แสดงองค์ประกอบพื้นฐานของกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์

ที่มา : (Wheelen and Hunger.2000:9

1.การตรวจสอบสภาพแวดล้อม (environmental scanning) เริ่มต้นจากการวิเคราะห์ตรวจสอบและประเมินผลสภาพแวดล้อม ทั้งภายนอกและภายในองค์กร เพื่อนำข้อมูลโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อกำหนดปัจจัยเชิงกลยุทธ์ สำหรับวิธีการตรวจสอบสภาพแวดล้อมที่ง่ายที่สุด คือ การใช้วิธีการวิเคราะห์ที่นิยม เรียกว่า “การวิเคราะห์สวอท” หรือ “SWOT analysis” มาจาก S = Strengths W = Weaknesses O = Opportunities T = Threats นั่นเอง

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นการวิเคราะห์ปัจจัย สองตัวแปร คือ โอกาสและอุปสรรค ซึ่งองค์กรไม่สามารถควบคุมได้ในระยะสั้นเป็นปัจจัยที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ และมีผลกระทบกับองค์กรโดยตรง

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เป็นการวิเคราะห์อีก 2 ตัวแปร คือ จุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร ซึ่งจุดแข็งขององค์กรจะกลายเป็นความสามารถหลักที่องค์กรจะนำมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2. การจัดทำกลยุทธ์ คือการจัดการทำวางแผนระยะยาว เพื่อนำมาใช้บริหารงานให้เหมาะสมกับโอกาสและอุปสรรคที่เป็นอยู่ รวมทั้งต้องสอดคล้องกับจุดแข็ง จุดอ่อนขององค์กรเช่นกัน ในการจัดทำแผนกลยุทธ์ประกอบด้วย การกำหนดพันธกิจ กำหนดวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ และนโยบายเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน

3. การปฏิบัติตามกลยุทธ์ เป็นกระบวนการดำเนินงาน จัดทำเป็นโปรแกรมการทำงาน จัดทำงบประมาณ วิธีการดำเนินงาน ในขั้นนี้จะขึ้นกับโครงสร้าง วัฒนธรรม และค่านิยมขององค์กร โดยทั่วไปจะเป็นหน้าที่ของผู้จัดการระดับกลางและระดับล่าง ส่วนผู้บริหารระดับสูงจะเป็นผู้ตรวจสอบ

4. การประเมินผลและการควบคุม เป็นการตรวจสอบกิจกรรมและผลการปฏิบัติงานทั้งหมดขององค์กร เพื่อเปรียบเทียบดูว่าผลการปฏิบัติงานจริงกับผลการดำเนินงานที่ตั้งเป้าหมายไว้บรรลุผลตามเป้าหมายหรือไม่ จากการประเมินในขั้นตอนนี้ นำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขและหาแนวทางแก้ปัญหาต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

เจน หน่อท้าว (2545:122-126) วิจัยเรื่องการพัฒนาหลักสูตรปริญญาตรีวิศวกรรมอากาศยาน ของสถาบันการบินพลเรือน พุทธศักราช 2544 เพื่อกำหนดความต้องการในการพัฒนาหลักสูตร สร้างหลักสูตรและประเมินความสมบูรณ์ของหลักสูตร ของสถาบันการบินพลเรือนโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน และใช้แบบสอบถามความต้องการคุณลักษณะของบัณฑิตวิศวกรรมอากาศยาน และการประชุมผู้ทรงคุณวุฒิ ปฏิบัติการประเมินความต้องการคุณลักษณะของความต้องการในการพัฒนา หลักสูตรปริญญาตรีวิศวกรรมอากาศยานของสถาบันการบินพลเรือน ประกอบด้วย กลุ่มวิชาภาษา กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ ด้านวิชาชีพประกอบด้วยกลุ่มวิชา โครงสร้างอากาศยาน กลุ่มวิชาเครื่องยนต์ และด้านบุคลิกภาพประกอบด้วย การมีปฏิภาณไหวพริบ มีความกระตือรือร้น ขยัน ควบคุมอารมณ์ มนุษย์สัมพันธ์ กล้าแสดงความคิดเห็น ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น มีความอดทน มีคุณธรรม จริยธรรม และมีความคิดสร้างสรรค์ มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่และสังคม มีความรู้ในการบริหารมีความเป็นผู้นำ

สุรัชย์ พานวัน(2547: บทคัดย่อ) การวิจัยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การพัฒนาสิ่งแวดล้อมในโรงแรมตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80 เพื่อศึกษาผลการทดสอบความรู้ของพนักงานโรงแรมหลังการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้วยชุดหลักสูตรฝึกอบรมแล้ว การฝึกอบรม การวัดและประเมินผลความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของหลักสูตร เท่ากับ 1 หมายถึง เนื้อหา มีความสมบูรณ์ถูกต้องผลการวิเคราะห์ข้อมูล เรื่องการประเมินความเหมาะสมของชุดฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 อยู่ในเกณฑ์เหมาะสมมาก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบระหว่างฝึกอบรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.93 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ หลังการฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.81 สรุปว่าผลค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบระหว่างและหลัง การฝึกอบรม มีค่าอยู่ระหว่าง 0.70-1.00 ถือว่าเป็นแบบทดสอบมีความเชื่อมั่นสูง ผลการวิเคราะห์ค่าความยากง่าย(P) อยู่ระหว่าง 0.33-0.83 ถือว่าเป็นแบบทดสอบมีความยากง่ายผ่านเกณฑ์ ผลการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนก (B) ระหว่าง 0.33-0.67 ถือว่า เป็นแบบทดสอบมีค่าอำนาจจำแนกผ่าน เกณฑ์ การทดลองฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่องการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในโรงแรมใช้เวลาในการทดลอง จำนวน 2 วัน พบว่า หลักสูตรมีประสิทธิภาพ 81.25/82.37 สามารถพัฒนาสิ่งแวดล้อมในโรงแรมให้ดีขึ้นได้

สมพร วาสะศิริ (2548) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสร้างหลักสูตรเพื่อฝึกอบรมการประกอบธุรกิจ สำหรับนักศึกษา คณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยแบ่งขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรออกเป็น 3 ขั้นตอน ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจข้อมูลพื้นฐาน เอกสารที่เกี่ยวข้องและจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในเรื่องการประกอบธุรกิจ โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ขั้นตอนที่ 2 การสร้างหลักสูตรโดยการนำข้อมูลมาจากขั้นตอนที่ 1 กำหนดหน่วยการเรียนรู้ 5 หน่วย ได้แก่ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับทางธุรกิจ การจัดการผลผลิต การตลาด การบัญชีและการเงิน ทรัพยากรทางการเงิน ขั้นตอนที่ 3 การทดลองใช้หลักสูตร นำไปใช้ทดลองกับนักศึกษา จำนวน 34 คน โดยใช้แบบทดสอบ ทดสอบก่อนและหลังการฝึกอบรม ผลสัมฤทธิ์ทางด้านความรู้จากแบบทดสอบหลังการทดลองใช้หลักสูตรและก่อนการทดลองใช้หลักสูตรสูงกว่ากันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ส่วนความเหมาะสมของโครงการทางการฝึกอบรมส่วนใหญ่มีความเหมาะสมในระดับมาก

นพดล บุญเกื้อ(2549) ได้ทำการวิจัย การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมขั้นตอนการปฏิบัติงาน สถานีเครือข่ายของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Code Division Multiple Access : CDMA โดยกำหนดประเด็นในการสร้างหลักสูตรฝึกอบรมจากการสำรวจความต้องการในการฝึกอบรมของพนักงานส่วนซ่อมบำรุงของบริษัท กสท.โทรคมนาคม จำกัด(มหาชน) จำนวน 10 คน เนื้อหามีด้วยกันทั้งสิ้น 4 หัวข้อ ได้แก่ 1. การตรวจสอบและซ่อมบำรุงสถานีเครือข่าย 2. โครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA 3. การตรวจสอบพื้นที่ครอบคลุมการให้บริการของสถานีเครือข่าย และ 4. เครื่องมือที่ใช้ในการซ่อมบำรุงสถานีเครือข่าย โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลองเพื่อศึกษาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการปฏิบัติงานสถานีเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ CDMA พบว่าหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นสำหรับพนักงานนี้มีประสิทธิภาพ สูงกว่าที่เกณฑ์ที่กำหนด และภายหลังเสร็จสิ้นการฝึกอบรมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมในระดับมาก สรุปได้ว่าหลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการซ่อมบำรุงสถานีเครือข่ายของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบ CDMA มีประสิทธิภาพและสามารถนำไปใช้ฝึกอบรมพนักงานส่วนซ่อมบำรุงให้มีความรู้ ความเข้าใจดียิ่งขึ้น

สมเกียรติ สิริพิพัฒน์ขจร(2548) ได้ทำวิจัย เรื่องการพัฒนาพนักงานฝ่ายผลิตบริษัท ยาน ภัณฑ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เรื่องเครื่องมือที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพ โดยมีขั้นตอนการพัฒนาแบ่งออกเป็น 1. กำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตเนื้อหาของเอกสารฝึกอบรม 2. กำหนดโครงสร้างเนื้อหา 3. จัดทำเอกสาร 4. ตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญและปรับปรุงแก้ไขเอกสารฝึกอบรม 5. กำหนดรูปแบบ 6. จัดฝึกอบรม เนื้อหาของหลักสูตรฝึกอบรมแบ่งเป็น 7 หน่วย 1. เรื่องเทคนิคใบตรวจสอบ 2. เรื่องแผนผังพาเรโต 3. เรื่องฮิสโตแกรม 4. เรื่องแผนภาพสาเหตุและผล 5. เรื่องกราฟ 6. เรื่องแผนภาพการกระจาย 7. เรื่องแผนภูมิควบคุม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 2 ส่วนคือ 1. แบบสอบถามก่อนการฝึกอบรม 2. แบบทดสอบหลังการฝึกอบรม โดยแบบทดสอบ ชนิด 5 ตัวเลือก จำนวน 35 ข้อ

ทดลองฝึกอบรมกับพนักงานฝ่ายผลิต จำนวน 16 คน ผลการวิจัยพบว่าพนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ยาน ภัณฑ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด นั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น แสดงว่าเอกสารฝึกอบรมมีประสิทธิภาพ ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าหลักสูตรเรื่องการพัฒนาพนักงานฝ่ายผลิตบริษัท ยานภัณฑ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เรื่องเครื่องมือที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพ ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพและสามารถนำไปใช้ฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ ความสามารถดียิ่งขึ้นในเรื่องเครื่องมือในการควบคุมคุณภาพ

ศิววัตร ครุศานติ(2547:) ได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการจัดการศึกษาระบบทวิภาคี สำหรับผู้ควบคุมการฝึกนักศึกษาในระบบทวิภาคี โดยมีขั้นตอนการพัฒนาดังนี้ 1. กำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตเนื้อหาของเอกสารฝึกอบรม 2. กำหนดโครงสร้างเนื้อหา 3. จัดทำเอกสาร 4. ตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญและปรับปรุงแก้ไขเอกสารฝึกอบรม 5. กำหนดรูปแบบ 6. จัดฝึกอบรม เนื้อหาของหลักสูตรฝึกอบรมแบ่งเป็น 6 หน่วย 1. เรื่องหลักการจัดอาชีวระบบทวิภาคี 2. เรื่องบทบาทหน้าที่ของผู้เกี่ยวข้องในการจัดอาชีวระบบทวิภาคี 3. เรื่องจิตวิทยาการสอนงาน 4. เรื่องเทคนิคและวิธีการสอนงาน 7. เรื่องการวัดผลประเมินผลการฝึกอาชีพและพฤติกรรมทางการศึกษา โดยสร้างแบบทดสอบความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการจัดการศึกษาระบบทวิภาคี เพื่อทดสอบในขณะฝึกอบรม เป็นชนิด 5 ตัวเลือก หน่วยละ 10 ข้อ จำนวน 60 ข้อ และหลังฝึกอบรม เป็นชนิด 5 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ และข้อเสนอนี้เป็นคำถามแบบปลายเปิด จำนวน 7 ข้อ พบว่าประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรม มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ สามารถนำไปใช้ฝึกอบรมผู้ควบคุมการฝึกให้เป็นผู้มีความรู้ ความเข้าใจดียิ่งขึ้นในเรื่องการจัดการศึกษาระบบทวิภาคี

ณัฐพงศ์ วชิรภิกขกุล(2549:) ได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการรีดแผ่นพลาสติกพีวีซี โดยมีรายละเอียดของหัวข้อเรื่องในการอบรม ประกอบด้วย 1. เรื่องความรู้เบื้องต้นในการรีดแผ่นพลาสติกพีวีซี 2. เรื่องส่วนประกอบหน้าที่ และหลักการทำงานของเครื่องจักรในกระบวนการรีดแผ่นพลาสติกพีวีซี 3. เรื่องขั้นตอนการปฏิบัติงานการรีดพลาสติกพีวีซี พร้อมทั้งสร้างแบบทดสอบความรู้ และแบบประเมินความสามารถ และได้นำไปใช้ทดลองกับพนักงานฝ่ายต่างๆ ที่เตรียมปฏิบัติงานฝ่ายผลิตแผ่นพลาสติกพีวีซี ของบริษัท เอช วี พลาส จำกัด จำนวน 20 คน ผลการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม การรีดแผ่นพลาสติกพีวีซี เนื้อหาภายในหลักสูตรมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ และเครื่องมือที่ใช้วัดผลด้านความรู้และความสามารถมีคุณภาพและมีความเหมาะสมสอดคล้องกับหลักสูตร ผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตร ที่ได้ทดลองภายหลังจากการอบรมด้านความรู้ พบว่ามีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 อย่างมีนัยสำคัญที่ .01($t=6.79$) และภายหลังจากการอบรมมีพัฒนาการด้านความรู้สูงขึ้นก่อนการอบรมอย่างมีนัยสำคัญที่ .01 ($t = 12.24$)และในด้านความสามารถมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดคือไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 อย่างมีนัยสำคัญที่ .01($t=19.28$) แสดงให้เห็นว่าหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นนี้มีผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้ สูงกว่าก่อนการอบรม

สมหวัง เจียสินเจริญ (2549) การพัฒนาชุดการเรียนรู้วิชางานบำรุงรักษารถยนต์สำหรับ ห้องเรียนแบบศูนย์การเรียนรู้ หลักสูตรวิทยาลัยชุมชนตามแนวทางการจัดการศึกษาตามอัธยาศัย วิชา งานบำรุงรักษารถยนต์ 90 ชั่วโมง โดยพัฒนาชุดการเรียนรู้ขึ้นจำนวน 4 ชุดการเรียนรู้ ประกอบด้วย ชุดการเรียนรู้เรื่องการบำรุงรักษาด้านระบบเครื่องยนต์ , ชุดการเรียนรู้เรื่องการบำรุงรักษาด้านระบบส่ง กำลัง , ชุดการเรียนรู้เรื่องการบำรุงรักษาด้านระบบเครื่องล่าง , ชุดการเรียนรู้เรื่องการบำรุงรักษาด้าน ไฟฟ้ารถยนต์ เพื่อนำมาใช้ภายในห้องเรียนแบบศูนย์การเรียนรู้ พบว่า ผลการพัฒนาชุดการเรียนรู้มี คุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ในด้านเนื้อหาภายในชุดการเรียนรู้ วิธีการประเมินผล มีความ เหมาะสมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาความสอดคล้องกับรูปแบบในการจัดการเรียนการสอนของ หลักสูตรระยะสั้น ประสิทธิภาพของชุดการเรียนรู้ของแต่ละชุดการเรียนรู้มีดังนี้ ชุดการเรียนรู้การ บำรุงรักษาเครื่องยนต์ เท่ากับ 78.33 ชุดการเรียนรู้การบำรุงรักษาระบบส่งกำลังรถยนต์ เท่ากับ 72 ชุดการเรียนรู้การบำรุงรักษาระบบเครื่องล่างรถยนต์ เท่ากับ 81.66 ชุดการเรียนรู้เรื่องการ บำรุงรักษาระบบไฟฟ้ารถยนต์ เท่ากับ 82.88 มีประสิทธิภาพของชุดการเรียนรู้ทั้งฉบับของระหว่าง เรียนภาคทฤษฎี เท่ากับ 81.06 และประสิทธิภาพของชุดการเรียนรู้หลังเรียนครบทั้ง 4 ชุดการเรียนรู้ เท่ากับ 89.06 ดังนั้นประสิทธิภาพของชุดการเรียนรู้วิชางานบำรุงรักษารถยนต์สำหรับศูนย์การเรียนรู้มี ประสิทธิภาพ (E1/E2) เท่ากับ 81.06 / 89.06 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด 80 / 80 และมีทักษะในการ บำรุงรักษารถยนต์ ค่าเฉลี่ย 90.5 ของคะแนนเต็ม สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดคือไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

บริษัท ซูโอ เซ็นโก(ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) 2546 : บทคัดย่อ การวิจัยเรื่อง “การประเมิน โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นการวิจัยที่ได้นำวิธีการวิจัยในเชิงคุณภาพและปริมาณมาใช้ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย เพื่อต้องการวิจัย ทางด้านผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้บริโภค และสังคม โดยรวม ผลจากการศึกษาวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สามารถพัฒนา ศักยภาพให้แก่ท้องถิ่น ช่วยสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนสร้างเงินสร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตและผู้ จำหน่าย เป็นต้น ในขณะเดียวกัน มีปัญหาที่ต้องการความช่วยเหลือจากทางภาครัฐบาล ในด้าน ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีหน่วยงานราชการรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ผลิตภัณฑ์ ไม่มีความเป็นสากล ทั้งรูปแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ไม่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง และขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิต อีกทั้งผู้ผลิตไม่มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยี เป็นต้น ซึ่งได้เสนอ ข้อเสนอแนะเพื่อโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ ยุทธศาสตร์ทางด้านการปรับปรุงในการผลิต เพื่อให้ได้มาตรฐาน รวดเร็ว ประหยัด คุ่มค่า และมีคุณภาพที่มีความเป็นสากล ด้านการบริหารการ จัดการการวางระบบที่มีคุณภาพ มีการควบคุมคุณภาพ ในทุกขั้นตอน ทางด้านการพัฒนาบุคลากรใน โครงการ ผู้ผลิต และผู้จำหน่ายให้เกิดการเรียนรู้ เพื่อสร้างความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ พร้อมการ พัฒนาความพร้อมด้านระบบเทคโนโลยี

พีระพงษ์ เงินงาม (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของกลุ่มชุมชนในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษา ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของกลุ่มชุมชนในการดำเนินงานโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ประชากรที่ทำการศึกษาคือ กลุ่มชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จำนวน 77 กลุ่ม จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติวิเคราะห์ทดสอบ ไค-สแควร์ จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มชุมชนส่วนใหญ่มีความพร้อมในระดับปานกลาง จำนวน 46 กลุ่ม (ร้อยละ 59.7) รองลงมา มีระดับความพร้อมน้อย จำนวน 27 กลุ่ม (ร้อยละ 35.1) และมีระดับความพร้อมมาก จำนวน 4 กลุ่ม (ร้อยละ 5.2) เท่านั้น จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การจัดทำระบบบัญชี มีความสัมพันธ์กับความพร้อมของกลุ่มชุมชนโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” มากที่สุดที่ระดับความเชื่อมั่น 99 เปอร์เซนต์ (0.01) ส่วนเงินทุนในการดำเนินงานกลุ่มชุมชน และการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชุมชน มีความสัมพันธ์กับความพร้อมของกลุ่มชุมชนโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ (0.05) ส่วนปัจจัยด้านระยะเวลา จำนวนสมาชิก การมีส่วนร่วมของสมาชิก แหล่งวัตถุดิบ การใช้แรงงานในการผลิต สถานที่จัดจำหน่ายหรือร้านค้าของกลุ่ม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพร้อมของกลุ่มชุมชนโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แต่อย่างใด ส่วนปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะของกลุ่มชุมชน คือ ศักยภาพของกลุ่ม และการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม ควรมีการเพิ่มศักยภาพให้กลุ่มโดยมีการวางแผนบริหารจัดการกลุ่ม การจัดหาตลาด ยังไม่มีประสิทธิภาพ เพราะสมาชิกกลุ่มยังขาดความรู้และความชำนาญในการเพิ่มศักยภาพการผลิตและบรรจุภัณฑ์ ดังนั้น ควรให้การสนับสนุนกลุ่มชุมชนด้านเงินทุน และการจัดหาตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการลดขั้นตอนในการขอรับรองคุณภาพสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน

ผศ.ดร.อมรทิพย์ แท้เที่ยง และคณะ (2545: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง สถานการณ์ด้านการผลิต การตลาด โอกาสทางการตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาด ของสินค้าศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษา เครื่องจักรสาน จังหวัดนครราชสีมาและอ่างทอง วัตถุประสงค์มุ่งเน้นการศึกษาสถานการณ์ด้านการผลิต การตลาด ปัญหาอุปสรรคด้านการผลิตและการตลาด โดยทำการศึกษาด้วยวิธีการสำรวจ ตลาดจนวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดด้วยวิธี SWOT Analysis และกำหนดกลยุทธ์สำหรับกลุ่มผู้ผลิตจักรสานตัวอย่างในจังหวัดนครราชสีมาและอ่างทอง ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตส่วนใหญ่จะกำหนดด้วยตนเองหรือกำหนดกันเองในสมาชิก หรือเป็นรูปแบบที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ การผลิตมีชนิด รูปแบบ และขนาด หลากหลาย การพัฒนาเป็นไปอย่างช้าๆ ราคาจำหน่ายค่อนข้างต่ำ ต้องจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง

ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญได้แก่ ปัญหาความไม่เพียงพอของเงินทุน การขาดทักษะในการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และการขาดตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ที่แน่นอน ผลการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด พบว่า กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่มีสภาพแวดล้อมภายในเข้มแข็งในระดับปานกลาง และสภาพแวดล้อมภายนอกมีผลต่อกลุ่ม ผู้ผลิตในระดับปานกลาง ดังนั้นกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้ผลิต จึงได้แก่ “กลยุทธ์รักษาสถานะเดิม”

กฤตติกา แสนโกชน (2546: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษาสินค้าหัตถกรรมของจังหวัดอุดรธานี การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชนเพื่อนำมาสร้างรูปแบบในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนและทดลองการใช้รูปแบบ ผลการศึกษาพบว่า สภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนส่วนมากมีปัญหาเรื่องเงินทุน การบันทึกข้อมูลรายรับ-รายจ่ายไม่ครบ แยกประเภทรายรับ-รายจ่ายไม่ได้ ไม่ทราบต้นทุนที่แท้จริงไม่ได้ทำรายงานทางการเงิน ไม่ทราบกำไรขาดทุนที่แท้จริง การผลิตสินค้าไม่ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อสินค้า ไม่มีการสำรวจตลาด ไม่ได้วางแผนการตลาด การผลิตสินค้ายังไม่ได้คุณภาพและมาตรฐาน นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มธุรกิจ ชุมชนยังต้องการความช่วยเหลือด้านการบริหารจัดการในกลุ่ม จากทั้งภาครัฐบาล ภาคเอกชนและนักวิชาการ

งานวิจัยต่างประเทศ

เอดเวิร์ดส์ (Edwards. 1975 : 43) ได้กล่าวถึงการวิจัยของมหาวิทยาลัยอิลลินอยส์ ทำการเปรียบเทียบผลการเรียนในเรื่อง “ประสบการณ์ในการสอนแบบจุลภาค” โดยใช้ชุดการเรียนด้วยตนเองและได้รับคำแนะนำจากครู กับการใช้ชุดการเรียนด้วยตนเองโดยไม่ต้องมีคำแนะนำ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย จำนวน 50 คน แบ่งเป็นกลุ่มละ 25 คน ผลการทดลองปรากฏว่าทั้ง 2 กลุ่มมีผลการเรียนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าการเรียนด้วยตนเองไม่จำเป็นต้องอาศัยคำแนะนำ ถ้าชุดการเรียนนั้นได้สร้างขึ้นอย่างถูกต้องตามกระบวนการ ผู้เรียนสามารถเรียนด้วยตนเองได้ผลดีเช่นกัน

วีวาส (Vivas. 1985 : 603 – A) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบพัฒนาและประเมินค่าของการรับรู้ทางความคิดของนักเรียนเกรด 1 ในประเทศเวเนซุเอล่า โดยใช้ชุดการเรียน จากการศึกษาเกี่ยวกับความเข้าใจในการพัฒนาทักษะทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านความคิด ด้านความพร้อมในการเรียน ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านเชาว์ปัญญา และด้านการปรับตัวทางสังคม ผลการวิจัยพบว่านักเรียนที่ได้รับการสอนโดยใช้ชุดการเรียน มีความสามารถเพิ่มขึ้นในด้านความคิด ด้านความพร้อมในการเรียน ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านเชาว์ปัญญาและด้านการปรับตัวทางสังคม หลังจากได้รับการสอนด้วยชุดการเรียนสูงกว่านักเรียนที่ได้รับการสอนแบบปกติ

จากผลการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทต่างๆ ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ควรมีความรู้ในเรื่องการดำเนินธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติให้กลุ่มประสบความสำเร็จ ในเรื่องความรู้ทางวิชาการ ด้านการวางแผน ด้านการตลาด การผลิต การบัญชี และจากสภาพปัญหาจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ จึงมีความจำเป็นและควรให้ความสำคัญต่อการให้ความรู้แก่สมาชิก เพื่อพัฒนาตนเองและพัฒนา กลุ่ม โดยผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการพัฒนาหลักสูตรแบบผสมผสาน จากการศึกษาสภาพปัญหา และด้านความรู้พื้นฐานของผู้เข้าอบรม มากำหนดความจำเป็น หัวข้อเนื้อหาการฝึกอบรม การจัด ประสบการณ์การเรียนรู้ ตลาดจนถึงการประเมินผลหลักสูตร โดยใช้เกณฑ์ประสิทธิภาพของหลักสูตร ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 และหลังการอบรมมีความรู้สูงกว่าก่อนการฝึกอบรม

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาหลักสูตร และศึกษาผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตร โดยมีขั้นตอนดำเนินการศึกษาและวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. สำรวจ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ
2. การพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน
3. การทดลองหลักสูตรเพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน
4. การศึกษาผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตร

1. การสำรวจ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ

1. ศึกษาค้นคว้า ข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ
2. สร้างแบบสอบถาม แบบเลือกตอบชนิด 5 ตัวเลือก แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด นำไปใช้สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ สภาพปัญหาการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และความรู้พื้นฐานการดำเนินธุรกิจ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน

ส่วนที่ 2 สภาพปัญหาการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน

ส่วนที่ 3 ความรู้พื้นฐานการดำเนินธุรกิจ

3. นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน พิจารณาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา
4. นำแบบสอบถามไปใช้สำรวจข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบดูความสมบูรณ์ของข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่า ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลที่ได้นำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด และจัดอันดับระดับแต่ละหัวข้อ

5. กำหนดค่าการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของระดับความรู้ โดยจัดระดับคะแนนเฉลี่ยใช้เกณฑ์ประเมิน แบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 - 5.00	หมายถึง	มีความรู้ มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.51 - 4.50	หมายถึง	มีความรู้ มาก
คะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.50	หมายถึง	มีความรู้ ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 - 2.50	หมายถึง	มีความรู้ น้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.50	หมายถึง	มีความรู้ น้อยที่สุด

จากแบบสอบถาม พบว่าปัญหาการดำเนินธุรกิจปัจจุบัน ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ไม่มีการวางกรอบการทำงานที่ชัดเจน รัดกุม ขาดการวางแผนงานล่วงหน้า ด้านผลิตภัณฑ์จะเน้นการผลิตสินค้าจากความชำนาญมากกว่า ผลิตจากความต้องการจากลูกค้า รูปแบบ สี สัน ลายผ้าล้าสมัย ได้รับความนิยมเฉพาะกลุ่มคนทำงานราชการ หรือหน่วยงานที่บังคับเท่านั้น ส่วนสำคัญในด้านความรู้การดำเนินธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยรวม มีค่า 2.53 อยู่ในระดับ ปานกลาง และจากการจัดลำดับความสำคัญ สามารถสรุปหัวข้อหลักที่จะนำไปใช้จัดทำเนื้อหากรอบรวม เพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจ รวม 5 เรื่อง ได้แก่ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับบาติก การวางแผนกลยุทธ์ การตลาด การผลิต และการบัญชี ด้านความรู้เรื่องการค้าปลีกของสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย อยู่ในระดับปานกลาง

2. การพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร

- นำข้อมูลที่ได้แบบสอบถาม ขั้นตอนที่ 1 นำมากำหนดหัวข้อในเนื้อหาหลักสูตร
- สร้างตารางวิเคราะห์หลักสูตร ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อของเนื้อหาสาระที่จะอบรม และพฤติกรรมของผู้เข้าอบรมที่ต้องการให้เกิดหลังการอบรม โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เป็นผู้พิจารณากำหนดน้ำหนักความสัมพันธ์ของเนื้อหา และพฤติกรรมว่ามีความสำคัญมาก น้อยเท่าใด กำหนดให้คะแนนเต็มช่องละ 10 คะแนน
- กำหนดจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม ในแต่ละหัวข้อต้องมีความสอดคล้องกับตารางวิเคราะห์หลักสูตรที่ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาให้
- จัดลำดับความสำคัญของเนื้อหา เวลาที่ใช้ในการอบรม จำนวนข้อสอบของแบบ ทดสอบให้สอดคล้องกับตารางวิเคราะห์หลักสูตรที่ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาให้
- กำหนดโครงสร้างหลักสูตร และเนื้อหาของหลักสูตร ดังนี้
 - นำเสนอเนื้อหาหลักสูตรฝึกอบรม และกิจกรรมโดยต้องให้มีความสอดคล้องกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม เพื่อให้ผู้เข้าอบรมบรรลุตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้
 - กำหนดเนื้อหาของหลักสูตร โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็นหน่วยย่อยๆ จำนวน 5 หน่วย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หน่วยที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับบาติก ศึกษาประวัติ ความหมาย ความเป็นมาของผ้าบาติก วิวัฒนาการของผ้าบาติกในประเทศไทย เทคนิควิธีต่างๆที่ใช้ในการในการทำผ้าบาติก การเลือกใช้วัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ การเลือกผ้าชนิดต่างๆ การผสมสีระบาย การผสมน้ำเทียน ทำเล

ที่ตั้งเหมาะสม บุคคลากร กระบวนการผลิตผ้าบาติกแบบระบาย และขั้นตอนในการเตรียมการก่อนการผลิตผ้าบาติก

หน่วยที่ 2 ความรู้เรื่องการจัดการเชิงกลยุทธ์ คือศึกษาความหมายการวางแผนกลยุทธ์ กระบวนการกำหนดกลยุทธ์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งภายนอกและภายใน การวิเคราะห์ SWOT สรุปปัจจัยทางด้านบวก และด้านลบ ที่เป็นโอกาส และอุปสรรค จุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจ กำหนดทิศทางให้กับองค์กร ผ่านวิสัยทัศน์ ภารกิจ และเป้าหมาย มีการวางแผนการปฏิบัติงานในระดับองค์กร ระดับธุรกิจ และระดับปฏิบัติการให้บุคลากรในองค์กรได้มีความเข้าใจ ถึงเป้าหมายเดียวกัน การควบคุมและประเมินผลแผนกลยุทธ์ของธุรกิจ

หน่วยที่ 3 ความรู้เรื่องการตลาด คือศึกษาความหมาย เกณฑ์ในการแบ่งส่วนของตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มผู้บริโภคในอนาคต ช่วงของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมของตลาด หรือ 4P's ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคาขาย ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด

หน่วยที่ 4 ความรู้เรื่องการผลิต คือศึกษาความหมาย ปัจจัยในการผลิต ระบบการผลิต การพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้ง การวางแผนกำลังการผลิต การวางแผนโรงงาน การบริหารการจัดซื้อวัสดุ การบริหารสินค้าคงคลัง การขนส่งและจัดส่งสินค้า การจัดสายการผลิต การควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การตรวจสอบ เลือกเครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบ และรวบรวมข้อมูล เพื่อค้นหาสาเหตุและแนวทางแก้ไข

หน่วยที่ 5 ความรู้เรื่องการบริหาร คือศึกษา ความหมาย ความสำคัญของการทำบัญชี การจัดทำบัญชี การลงบัญชีรายวัน บัญชีแยกประเภท ส่วนประกอบของงบทางการเงิน การจัดทำงบทางการเงิน งบดุล งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด สภาพคล่องทางการเงิน และการคำนวณจุดคุ้มทุน สูตรการคำนวณอัตราส่วนทางการเงิน

6. กำหนดสื่อที่ใช้ในการอบรม วิธีการอบรม กิจกรรม ระยะเวลาในการอบรม สถานที่อบรม จัดตารางการอบรม และวิธีประเมินผลการอบรม โดยพิจารณาถึงความพร้อมและพื้นฐานด้านความรู้ของผู้เข้ารับการอบรมเป็นสำคัญ

7. ตรวจสอบร่างหลักสูตร โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน พิจารณาประเมินค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของหลักสูตรฝึกอบรม ใช้แบบสอบถามประเมินค่า 3 ระดับ คือ เห็นด้วย ไม่แน่ใจ และไม่เห็นด้วย พิจารณาด้านเนื้อหาของหลักสูตรมีความสอดคล้องชัดเจนกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม ได้ผลค่าความสอดคล้องทั้งฉบับ IOC = 0.80 - 1.00

8. นำร่างหลักสูตรที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ขึ้นเสนอต่อคณะกรรมการควบคุมปริญญาบัตร เพื่อตรวจสอบอีกครั้ง

9. สร้างเครื่องมือที่ใช้ประเมินผลผู้เข้ารับการอบรม คือ แบบทดสอบความรู้หลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีวิธีการสร้างดังนี้

9.1 ศึกษาข้อมูล จากเอกสาร และตำราที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจและวิธีการสร้างแบบทดสอบจากเอกสาร และตำราที่เกี่ยวข้องกับการวัดและประเมินผล

9.2 สร้างแบบทดสอบความรู้ แบบเลือกตอบชนิด 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ เพื่อวัดความรู้ ก่อน-หลัง การอบรมหลักสูตร จำนวนข้อสอบในแต่ละหน่วย คือ

หน่วยที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบาติก	จำนวน 5 ข้อ
หน่วยที่ 2 การจัดการเชิงกลยุทธ์	จำนวน 7 ข้อ
หน่วยที่ 3 การตลาด	จำนวน 8 ข้อ
หน่วยที่ 4 การผลิต	จำนวน 5 ข้อ
หน่วยที่ 5 การบัญชี	จำนวน 5 ข้อ

9.3 นำร่างแบบทดสอบความรู้ที่ได้ เสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบและวิเคราะห์หาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามข้อสอบกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม ได้ค่าความสอดคล้องของข้อคำถาม ได้ผลค่าความสอดคล้องทั้งฉบับ IOC = 0.80 - 1.00

9.4 นำร่างแบบทดสอบความรู้ที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอต่อคณะกรรมการควบคุมปริญญาบัตรเพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข

9.5 นำแบบทดสอบความรู้ที่ได้ นำไปใช้ทดสอบกับผู้เข้ารับการอบรมที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 คน เพื่อหาค่าคุณภาพรายข้อ หาค่าความยากง่าย (p) = 0.4-0.8 ค่าอำนาจจำแนก (B) = 0.2-0.7 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตร ไบโนเมียล ของโลเวท = 0.88

3. การทดลองหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร

1. กำหนดแผนการทดลองหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีขั้นตอนดำเนินการทดลอง ดังต่อไปนี้

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบทดลอง ใช้หนึ่งกลุ่มทดลองวัดสองครั้ง (One Group Pretest-Posttest Design) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์.2543:60)

ทดสอบก่อน	ทดลอง	ทดสอบหลัง
T1	X	T2
T1	หมายถึง การทดสอบความรู้ก่อนการฝึกอบรม	
X	หมายถึง การฝึกอบรมหลักสูตร การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร	
T2	หมายถึง การทดสอบความรู้หลังการฝึกอบรม	

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร จำนวน 8 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 142 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นสมาชิกภายในกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ได้ยังไม่ผ่านเกณฑ์ การคัดสรรสินค้าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับประเทศ ปี 2548 เป็นการเลือกแบบเจาะจง คือ กลุ่มผ้าบาติกหาดทรายรี จำนวนทั้งสิ้น 15 คน

3. วิธีดำเนินการทดลองตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยขอความร่วมมือกับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นตัวแทนในการเข้ารับการอบรมหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน โครงการหนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย

2. ดำเนินการฝึกอบรมตามแผนการอบรมที่ได้เตรียมไว้ โดยมีวิทยากรผู้เข้าร่วมอบรม จำนวน 2 ท่าน

โดยกำหนดให้วันที่ 24-25 สิงหาคม พ.ศ. 2549 เวลา 8.00 น.-16.00 น. เป็นวันอบรม และ ใช้สถานที่ ณ กลุ่มผ้าบาติก หาดทรายรี ต.ปากน้ำ อ.เมือง จ.ชุมพร เป็นสถานที่ทำการอบรมทั้ง 2 วัน วันละ 6 ชั่วโมง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ลักษณะของแบบทดสอบเป็นแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อๆ ละ 1 คะแนนใช้เวลาในการทำแบบทดสอบ 30 นาที เพื่อวัดผลด้านความรู้ว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด (ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80) และเปรียบเทียบความก้าวหน้าด้านความรู้ คะแนนก่อนและหลังการฝึกอบรมของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

4.1 การวัดความรู้ก่อนการฝึกอบรม (Pre-test) ด้วยแบบทดสอบความรู้ จำนวน 30 ข้อ ใช้เวลาทำแบบทดสอบ 30 นาที โดยไม่มีการเฉลยคำตอบ

4.2 การวัดความรู้ (Pro-test) หลังการฝึกอบรม ครบทั้ง 5 หน่วย ของหลักสูตรฝึกอบรม นำแบบทดสอบชุดเดียวกับการทดสอบครั้งแรก ใช้เวลาทำแบบทดสอบ 30 นาที

4. การศึกษาผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตรฝึกอบรม

ศึกษาผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเมินผลโดยใช้แบบทดสอบความรู้ ทดสอบก่อนการอบรม และภายหลังการอบรม ประเมินความรู้จากเกณฑ์ที่กำหนด คือ

ผลสัมฤทธิ์หลังการอบรมหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน มีความรู้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

และผลสัมฤทธิ์หลังการอบรมหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน มีความรู้สูงกว่าก่อนการอบรม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้นำมาวิเคราะห์ตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย

ตอนที่ 2 ข้อมูลสภาพปัญหาการดำเนินธุรกิจปัจจุบัน

ตอนที่ 3 แบบประเมินระดับความรู้พื้นฐานการดำเนินธุรกิจ เป็นแบบเลือกตอบ 5

ตัวเลือก ทำการวิเคราะห์โดยใช้ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย จัดลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. วิเคราะห์หลักสูตร โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาและพฤติกรรม โดยกำหนดน้ำหนักไว้ช่องละ 10 คะแนน ให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้พิจารณาให้ความสำคัญมาก น้อยเท่าใด จากคะแนน 0 – 10 (สุนันท์ ศลโกสม.2525:53)

3. หาค่าความเที่ยงตรง โดยพิจารณาดัชนีความสอดคล้องเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม และใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบคำถามกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม ค่าเฉลี่ยมากกว่า 0.5 ขึ้นไป จะถือว่าสอดคล้อง ถ้าต่ำกว่า 0.5 จะถือว่าไม่สอดคล้อง (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543:117)

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องมีค่าอยู่ระหว่าง -1 ถึง +1
 $\frac{\sum R}{N}$ แทน ผลรวมของการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ
 N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

4. ตรวจสอบความยากของข้อสอบรายข้อ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์.2543:129)

$$\text{สูตร} \quad P = \frac{R}{N}$$

เมื่อ P แทน ค่าความยากของข้อสอบรายข้อ
 R แทน คะแนนรวมของผลการสอบผู้เข้าสอบทั้งหมด
 N แทน จำนวนคะแนนเต็มของผู้เข้าสอบทั้งหมด

5. อำนาจจำแนกแบบอิงเกณฑ์ของข้อสอบวัดความรู้ หลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน (พวงรัตน์ ทวีรัตน์.2543:130)

$$\text{สูตร} \quad B = \frac{U}{N_1} - \frac{L}{N_2}$$

เมื่อ B แทน อำนาจจำแนกเป็นรายข้อ
 U แทน จำนวนผู้เข้าอบรมที่ทำถูกในกลุ่มสูงกว่าเกณฑ์
 L แทน จำนวนผู้เข้าอบรมที่ทำถูกในกลุ่มต่ำกว่าเกณฑ์
 N1 แทน จำนวนผู้เข้าอบรมในกลุ่มสูงกว่าเกณฑ์
 N2 แทน จำนวนผู้เข้าอบรมในกลุ่มต่ำกว่าเกณฑ์

6. หาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบวัดความรู้ หลักสูตรเพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน โดยใช้สูตรไบนอมิเยล ของโลเวท (ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ.2543:238)

$$\text{สูตร} \quad r_{cc} = 1 - \frac{K \sum Xi - \sum Xi^2}{((K-1) \sum (Xi - C^2))}$$

เมื่อ	r_{cc}	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบอิงเกณฑ์
	K	แทน	จำนวนข้อสอบ
	$\sum Xi$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	$\sum Xi^2$	แทน	ผลรวมทั้งหมดของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	Xi	แทน	คะแนนที่สอบได้ของแต่ละคน
	C	แทน	คะแนนจุดตัดของแบบทดสอบอิงเกณฑ์

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. ค่าเฉลี่ย (Mean) (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ.2538: 73)

$$\text{สูตร} \quad \bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	N	แทน	จำนวนข้อมูล

2. ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538: 79)

$$\text{สูตร} \quad S = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ	S	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

N แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

3. การทดสอบค่า (t-test) แบบ dependent Samples ใช้สูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์.2535:176)

สูตร
$$t = \frac{\sum D}{\sqrt{\frac{n \sum D^2 - (\sum D)^2}{n-1}}}$$

เมื่อ t = อัตราส่วนวิกฤติ

$\sum D$ = ผลรวมของความแตกต่างระหว่างคะแนนสอบก่อน
และหลังฝึกอบรม

D = คะแนนความก้าวหน้า

'n' = จำนวนผู้เข้ารับการอบรมทั้งหมด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล การพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ได้เสนอตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 การสำรวจ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ

ผลการสำรวจ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรการอบรม มีดังนี้

1.1 ผลจากการศึกษา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ พบว่าการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความรู้ในเรื่อง การวางแผนธุรกิจ การตลาด การผลิต และการบัญชี

1.2 ผลจากการสำรวจ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ จากสมาชิกในกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน ได้ผลสรุปดังต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงข้อมูล ความถี่ และร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของสมาชิก กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน จำนวน 20 คน

ข้อมูลส่วนตัว		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	หญิง	16	80
	ชาย	4	20
	รวม	20	100
อายุ ระหว่าง	ต่ำกว่า 20 ปี	2	10
	21 – 30 ปี	5	25
	31 – 40 ปี	7	35
	41 – 50 ปี	3	15
	51 ปี ขึ้นไป	3	15
	รวม	20	100

ตาราง 1(ต่อ)

ข้อมูลส่วนตัว		จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ	โสด	8	40
	สมรส	12	60
	หย่าร้าง	0	0
	อื่นๆ	0	0
	รวม	20	100
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่า ม. 3	8	40
	ปวช. - ปวส.	5	25
	ปริญญาตรี	2	10
	อื่นๆ	5	25
	รวม	20	100
ประสบการณ์การทำงาน	รับราชการ	0	0
ก่อนการเข้าร่วมโครงการ	อาชีพอิสระ	8	40
	แม่บ้าน	7	35
	เกษตรกร	5	25
	อื่นๆ	0	0
	รวม	20	100

จากตาราง 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่จำนวนมากที่สุดเป็นเพศหญิง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 80 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาติ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวนสมาชิกมากที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีจำนวน 5 คน คิดเป็น ร้อยละ 25 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพสมรสแล้ว มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสด มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด ต่ำกว่า ม.3 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40 กลุ่มระดับการศึกษา ปวช -ปวส จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และระดับปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10

ด้านประสบการณ์การทำงาน อาชีพอิสระ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40 อาชีพแม่บ้าน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35 และอาชีพเกษตรกร จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25

ตาราง 2 แสดงข้อมูล ความถี่ ลำดับความสำคัญ จากสภาพปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ของกลุ่มผู้ผลิต
สินค้าชุมชน

ข้อมูลส่วนตัว	จำนวน	ร้อยละ
1. ด้านการจัดการ		
1.1 การแบ่งหน้าที่ ความรับผิดชอบ	7	1
1.2 การควบคุมการทำงาน	5	2
1.3 สวัสดิการ ค่าแรง	5	2
2. ด้านการตลาด		
2.1 ผลิตภัณฑ์/สินค้า ขายได้น้อย	8	5
2.2 ตลาดข้างนอกพื้นที่ไม่มี	12	3
2.3 ราคาสินค้าแพงกว่าจังหวัดอื่น	10	4
2.4 ไม่มีการทำการตลาด	15	1
2.5 สินค้าไม่ดึงดูดใจ	13	2
3. ด้านการผลิต		
3.1 ผลิตสินค้าได้น้อย	13	2
3.2 ต้นทุนสินค้าแพง	16	1
3.3 รูปแบบสินค้าไม่ทันสมัย	13	2
4. ด้านการเงิน		
4.1 ลงบัญชีไม่ถูกต้อง	13	2
4.2 คำนวณต้นทุนทางบัญชีไม่เป็น	10	4
4.3 คิดงบทางการเงินไม่เป็น	14	1
4.4 แยกประเภททางบัญชีไม่เป็น	12	3
5. ด้านอื่นๆ		
5.1 เรื่องผ้าบาติก	14	3
5.2 เรื่องการวางแผนธุรกิจ	16	2
5.3 การหาตลาดมารองรับสินค้า	13	4
5.4 ต้องผลิตสินค้าตอนงานเทศกาลเท่านั้น	9	5

ตาราง 2 แสดงข้อมูล ความถี่ ลำดับความสำคัญ จากสภาพปัญหาในการดำเนินธุรกิจ พบว่าในด้านการจัดการ พบว่าด้านการจัดการ มีปัญหาในการแบ่งหน้าที่ ความรับผิดชอบ การควบคุมงาน และสวัสดิการ ค่าแรง ตามลำดับ ด้านการตลาด พบว่ามีปัญหา กลุ่มไม่มีการวิจัยตลาด สินค้าไม่ดึงดูดใจ ไม่มีตลาดนอกพื้นที่รองรับ สินค้ามีราคาแพง และจำหน่ายสินค้าได้น้อย ด้านการผลิต มีปัญหาเรื่องต้นทุนสินค้าแพง รูปแบบไม่ทันสมัย ผลิตได้จำนวนน้อย ด้านการบัญชี มีปัญหาเรื่องการทำงบทางการเงิน การลงบัญชีแยกประเภท คำนวณจุดคุ้มทุน และปัญหาในเรื่องอื่นๆ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการ เพิ่มความรู้ ในเรื่องการวางแผนธุรกิจ ความรู้เกี่ยวกับผ้าบาติก การทำตลาด

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความรู้ของสมาชิก เรื่องความรู้พื้นฐานการดำเนินธุรกิจ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน

รายการความรู้ทางวิชาการ	ค่าเฉลี่ย	S	อันดับที่	ระดับความรู้
ด้านการจัดการองค์กร				
โครงสร้างองค์กร	2.9	0.55	1	ปานกลาง
การบริหารทรัพยากรมนุษย์	2.8	0.62	2	ปานกลาง
การวางแผนธุรกิจ	2.1	0.64	6	น้อยที่สุด
การสั่ง/การจูงใจ	2.65	0.99	3	น้อย
การควบคุม	2.55	0.83	4	ปานกลาง
การแบ่งหน้าที่/ความรับผิดชอบ	2.6	0.68	5	ปานกลาง
ด้านการตลาด				
สำรวจความต้องการตลาด	2.55	0.76	2	ปานกลาง
กำหนดตลาดเป้าหมาย	2.55	0.83	2	ปานกลาง
วางตำแหน่งทางการตลาด	2.3	0.8	7	น้อย
วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์	2.2	0.83	9	น้อย
วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	2.25	0.72	8	น้อย
การออกแบบผลิตภัณฑ์	2.4	0.88	6	น้อย
การกำหนดราคาขาย	2.45	0.94	5	น้อย
ช่องทางการจัดจำหน่าย	2.55	0.89	2	ปานกลาง
วิธีการส่งเสริมการขาย	2.75	0.91	1	ปานกลาง
การจัดทำแผนการตลาด	2.05	0.76	10	น้อย

รายการความรู้ทางวิชาการ	ค่าเฉลี่ย	S	อันดับ ที่	ระดับ ความรู้
ด้านการผลิต				
ทำเลที่ตั้ง	3.15	0.75	1	ปานกลาง
วางแผนการจัดซื้อ	2.85	0.75	3	ปานกลาง
การวางแผนโรงงาน	2.8	0.83	2	ปานกลาง
การวางแผนการผลิต	2.5	1	6	ปานกลาง
การวางแผนกำลังการผลิต	2.55	0.94	4	ปานกลาง
การจัดเก็บวัสดุคงคลัง	2.35	0.88	8	น้อย
การควบคุมคุณภาพ	2.4	0.94	7	น้อย
มาตรฐานผลิตภัณฑ์	2.75	0.85	4	ปานกลาง
ด้านการเงิน				
การหาแหล่งเงินทุน	2.8	0.89	2	ปานกลาง
การทำบัญชี รายรับ-รายจ่าย	2.25	0.97	3	น้อย
งบทางการเงิน	2.3	0.86	5	น้อย
งบกำไร-ขาดทุน	2.55	0.94	1	ปานกลาง
คำนวณจุดคุ้มทุน	2.35	0.93	4	น้อย
	2.53	0.83		ปานกลาง

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความรู้ของสมาชิก เรื่องความรู้พื้นฐานการดำเนินธุรกิจ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.53 และเมื่อพิจารณาอย่างละเอียดในแต่ละด้านพบว่า ในด้านการจัดการ มีความรู้เรื่องการจัดโครงสร้างองค์กร ค่าเฉลี่ย 2.90 อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องการวางแผนธุรกิจ ค่าเฉลี่ย 2.10 ระดับความรู้น้อย ด้านการตลาดมีความรู้ในเรื่องการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 2.75 ระดับความรู้ปานกลาง และการจัดทำแผนการตลาด ค่าเฉลี่ย 2.05 ระดับความรู้น้อย ด้านการผลิตมีความรู้ในเรื่องทำเลที่ตั้ง ค่าเฉลี่ย 3.15 ระดับความรู้ปานกลางและการจัดเก็บวัสดุคงคลัง ค่าเฉลี่ย 2.35 ระดับความรู้น้อย และด้านการเงินมีความรู้ในเรื่องแหล่งเงินทุน ค่าเฉลี่ย 2.80 ระดับความรู้ปานกลาง และเรื่องงบทางการเงิน ค่าเฉลี่ย 2.30 ระดับความรู้น้อย

จากผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปผลดังนี้ สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร พบว่าปัญหาการดำเนินธุรกิจปัจจุบัน ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ไม่มีการวางกรอบการทำงานที่ชัดเจน รัดกุม ขาดการวางแผนงานล่วงหน้า ด้านผลิตภัณฑ์จะเน้นการผลิตสินค้าจากความชำนาญมากกว่า ผลิตจากความต้องการจากลูกค้า รูปแบบ สี สัน ลายผ้าล้าสมัย ได้รับความนิยมนเฉพาะกลุ่มคนทำงานราชการ หรือหน่วยงานที่บังคับเท่านั้น ส่วนสำคัญในด้านความรู้การดำเนินธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยรวม มีค่า 2.53 อยู่ในระดับ ปานกลาง และจากการจัดลำดับความสำคัญ สามารถสรุปหัวข้อหลักที่จะนำไปใช้จัดทำเนื้อหาการอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจ รวม 5 เรื่อง ได้แก่ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับบาติก การจัดการเชิงกลยุทธ์ การตลาด การผลิต และการบัญชี ด้านความรู้เรื่องการดำเนินธุรกิจ ของสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 2 การพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ นำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

1. จากแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ ในขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ ได้หัวข้อเนื้อหาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ผู้วิจัยต้องการพัฒนาด้านความรู้การดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วยเนื้อหา 5 หน่วย

หน่วยที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบาติก

- 1.1 ความหมาย ของบาติก
- 1.2 ประวัติความเป็นมา
- 1.3 เทคนิคการทำผ้าบาติก
- 1.4 วัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือการทำผ้าบาติก
- 1.5 กระบวนการผลิตผ้าบาติก

หน่วยที่ 2 การจัดการเชิงกลยุทธ์

- 2.1 ความหมายการจัดการเชิงกลยุทธ์
- 2.2 กระบวนการกำหนดแผนกลยุทธ์
- 2.3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
- 2.4 กำหนดทิศทางองค์กร
- 2.5 กำหนดแผนกลยุทธ์
- 2.6 การนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติ
- 2.7 การควบคุมและประเมินผลกลยุทธ์

หน่วยที่ 3 การตลาด

- 3.1 ความหมาย ตลาด
- 3.2 การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค
- 3.3 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
- 3.4 ส่วนประสมทางการตลาด 4 P's

หน่วยที่ 4 การผลิต

- 4.1 ความหมาย การผลิต
- 4.2 การบริหารการผลิต
- 4.3 การจัดกระบวนการผลิต
- 4.4 การควบคุมคุณภาพ
- 4.5 มาตรฐานผลิตภัณฑ์

หน่วยที่ 5 การบัญชี

- 5.1 ความหมาย การบัญชี
- 5.2 การลงบันทึกทางบัญชี
- 5.3 งบทางการเงิน
- 5.4 การคำนวณจุดคุ้มทุน

2. ผู้วิจัยกำหนดจุดมุ่งหมายของหลักสูตร และสร้างตารางวิเคราะห์หลักสูตร โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้พิจารณาความสัมพันธ์ของเนื้อหา และพฤติกรรมหลังการอบรม นำผลการพิจารณาที่กำหนดจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม จัดลำดับความสำคัญ เนื้อหาสาระ สื่อ และระยะเวลาการอบรม ดังนี้ หน่วยที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบาติก ใช้เวลา 2 ชั่วโมง หน่วยที่ 2 การจัดการเชิงกลยุทธ์ ใช้เวลา 4 ชั่วโมง หน่วยที่ 3 การตลาด ใช้เวลา 3 ชั่วโมง หน่วยที่ 4 การผลิต ใช้เวลา 2 ชั่วโมง หน่วยที่ 5 การบัญชี ใช้เวลา 2 ชั่วโมง

3. กิจกรรมของการอบรมหลักสูตรนี้ ประกอบด้วย การรับฟังการบรรยาย ถาม-ตอบ แสดงความคิดเห็น และทดลองเขียนแผนธุรกิจให้กับองค์กร

4. ผลวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของหลักสูตร มีความสอดคล้องระหว่างจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมกับเนื้อหา และระยะเวลาในการอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน และนำข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไข ได้ค่าความสอดคล้องทั้งฉบับ $IOC = 0.67-100$

5. สร้างแบบทดสอบ ด้านความรู้ หลักสูตร เพื่อศักยภาพการดำเนินธุรกิจ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย เป็นแบบเลือกตอบชนิด 4 ตัวเลือก จำนวนรวม 30 ข้อๆละ 1 คะแนน จำนวนของข้อสอบได้มาจากตารางวิเคราะห์หลักสูตร ที่ผู้เชี่ยวชาญได้ทำการวิเคราะห์ไว้ โดยแบ่งเป็น

หน่วยที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบาติก จำนวน 5 ข้อ หน่วยที่ 2 การจัดการเชิงกลยุทธ์ จำนวน 7 ข้อ
หน่วยที่ 3 การตลาด จำนวน 8 ข้อ หน่วยที่ 4 การผลิต จำนวน 5 ข้อ หน่วยที่ 5 การบัญชี จำนวน 5 ข้อ
และนำแบบทดสอบที่สร้างขึ้น ให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้พิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามของ
แบบทดสอบกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม นำผลมาปรับปรุงแก้ไข ได้ค่าความสอดคล้องทั้งฉบับ
IOC = 0.67-1.00

6. นำแบบทดสอบที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วมาทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการอบรมแล้ว จำนวน
5 คน ผลคะแนนที่ได้จากการสอบมาหา ค่าความยากง่าย ได้ค่า (p) = 0.4-0.8 ค่าอำนาจจำแนก
(B) = 0.2-0.7 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตร ไบโนเมียล ของโลเวท ได้ค่า = 0.88

ส่วนที่ 3 ผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน โครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จังหวัดชุมพร ทดลองใช้กับสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตสินค้า
ชุมชน จำนวน 15 คน ซึ่งได้ผลการทดลอง ดังนี้

ตาราง 4 ผลการทดลอง ด้านความรู้หลังอบรมหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน
โดยจำแนกเป็นหน่วยที่ รวมทั้งหมด 5 หน่วย

สมาชิกคนที่	คะแนนสอบวัดผลความรู้หลังการอบรม					รวม คะแนน
	หน่วยที่ 1	หน่วยที่ 2	หน่วยที่ 3	หน่วยที่ 4	หน่วยที่ 5	
1	4	5	7	5	4	25
2	5	7	7	5	4	28
3	5	5	7	4	4	25
4	4	6	6	4	4	24
5	4	6	7	4	4	25
6	4	6	6	4	5	25
7	5	7	7	5	4	28
8	5	5	6	5	4	25
9	4	6	6	4	4	24

ตาราง 4 (ต่อ)

สมาชิกคนที่	คะแนนสอบวัดผลความรู้หลังการอบรม					รวม คะแนน
	หน่วยที่ 1	หน่วยที่ 2	หน่วยที่ 3	หน่วยที่ 4	หน่วยที่ 5	
10	5	6	7	5	4	27
11	5	6	7	4	4	26
12	4	6	8	4	5	27
13	4	7	7	5	5	28
14	5	5	6	5	4	25
15	5	6	6	4	4	25
ค่าเฉลี่ย	4.5	5.9	6.7	4.5	4.2	25.8
เกณฑ์	4	5.6	6.4	4	4	24
S	0.52	0.7	0.62	0.52	0.41	1.42
ผลสัมฤทธิ์ร้อยละ	90.7	84.8	83.3	89.3	84	86

จากตารางแสดงว่าระดับความรู้ หน่วยที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบาติก คะแนนเฉลี่ย 4.5 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 ผลสัมฤทธิ์คิดเป็นร้อยละ 90.7

จากตารางแสดงว่าระดับความรู้ หน่วยที่ 2 การวางแผนกลยุทธ์ คะแนนเฉลี่ย 5.9 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7 ผลสัมฤทธิ์คิดเป็นร้อยละ 84.8

จากตารางแสดงว่าระดับความรู้ หน่วยที่ 3 การตลาด คะแนนเฉลี่ย 6.7 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 ผลสัมฤทธิ์คิดเป็นร้อยละ 88.3

จากตารางแสดงว่าระดับความรู้ หน่วยที่ 4 การผลิต คะแนนเฉลี่ย 4.5 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 ผลสัมฤทธิ์คิดเป็นร้อยละ 89.3

จากตารางแสดงว่าระดับความรู้ หน่วยที่ 5 การบัญชี คะแนนเฉลี่ย 4.2 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41 ผลสัมฤทธิ์คิดเป็นร้อยละ 84.0

รวมทั้ง 5 หน่วย คะแนนเฉลี่ย 25.8 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41 ผลสัมฤทธิ์คิดเป็นร้อยละ 86.0 ของคะแนนเต็ม

ตาราง 5 แสดงคะแนนเฉลี่ย เกณฑ์ที่กำหนด ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ภายหลังการอบรมหลักสูตร ความรู้การดำเนินธุรกิจ

หน่วยที่	คะแนนเฉลี่ยหลังอบรม	เกณฑ์ที่กำหนด	S	t
1	90.7	80	0.52	79.45*
2	84.8	80	0.7	26.35*
3	83.3	80	0.62	20.82*
4	89.3	80	0.52	69.52*
5	84	80	0.41	37.79*
รวม	86	80	1.42	16.36*

ตาราง 5 แสดงคะแนนเฉลี่ย เกณฑ์ที่กำหนด ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ภายหลังจากฝึกอบรมในหน่วยที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบาติก คะแนนเฉลี่ย 4.5 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 ผลสัมฤทธิ์คิดเป็นร้อยละ 90.7 อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 ($t = 79.45$) หน่วยที่ 2 การวางแผนกลยุทธ์ คะแนนเฉลี่ย 5.9 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7 ผลสัมฤทธิ์คิดเป็นร้อยละ 84.8 อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 ($t = 26.35$) หน่วยที่ 3 การตลาด คะแนนเฉลี่ย 6.7 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 ผลสัมฤทธิ์คิดเป็นร้อยละ 88.3 อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 ($t = 20.82$) หน่วยที่ 4 การผลิต คะแนนเฉลี่ย 4.5 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 ผลสัมฤทธิ์คิดเป็นร้อยละ 89.3 อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 ($t = 69.52$) หน่วยที่ 5 การบัญชี คะแนนเฉลี่ย 4.2 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41 ผลสัมฤทธิ์คิดเป็นร้อยละ 84.0 อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 ($t = 37.79$) จากผลคะแนนรวมทั้ง 5 หน่วย คะแนนเฉลี่ย 25.8 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41 ผลสัมฤทธิ์คิดเป็นร้อยละ 86.0 ของคะแนนเต็ม พบว่าสมาชิกมีความรู้การดำเนินธุรกิจสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด คือ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของคะแนนเต็ม อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 ($t = 16.36^*$)

ตาราง 6 แสดงคะแนนสอบ ก่อน-หลังการอบรม เพื่อการเปรียบเทียบผลความก้าวหน้าด้านความรู้ ในการดำเนินธุรกิจของผู้เข้าอบรม จำนวน 15 คน

คนที่	คะแนนสอบ	คะแนนสอบ
	ก่อนการอบรม (เต็ม 30)	หลังการอบรม(เต็ม 30)
1	20	25
2	22	28
3	21	25
4	19	24
5	17	25
6	21	25
7	23	28
8	17	25
9	16	24
10	19	27
11	19	26
12	22	27
13	19	28
14	17	25
15	21	25
ค่าเฉลี่ย	19.5	25.8
ร้อยละ	65.1	86
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	2.1	1.4
t	13.55*	

จากตาราง 6 แสดงคะแนนสอบ ก่อน-หลังการอบรม เพื่อการเปรียบเทียบผลความก้าวหน้าด้านความรู้ ในการดำเนินธุรกิจของผู้เข้าอบรม พบว่าก่อนการอบรม มีค่าคะแนนเฉลี่ย 19.5 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.1 คิดเป็นร้อยละ 65.1 ของคะแนนเต็ม หลังการอบรม มีค่าคะแนนเฉลี่ย 25.8 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.4 คิดเป็นร้อยละ 86.0 ของคะแนนเต็ม

สรุปผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ หลังการฝึกอบรม มีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าก่อนการอบรม อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 ($t = 13.55^*$)

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร ได้สรุปการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาการพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร
2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัย

ผลสัมฤทธิ์ ของหลักสูตรเพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 และหลังการอบรมมีความรู้ สูงกว่าก่อนการอบรม

ขอบเขตและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกกลุ่มผ้าบาติก หาดทรายรี เป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร จำนวน 15 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ของการพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร

แบบสอบถาม สภาพปัญหาและความรู้พื้นฐานการดำเนินธุรกิจ

แบบทดสอบความรู้ การดำเนินธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร

วิธีการดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัย แบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การสำรวจ รวบรวมข้อมูลพื้นฐานการดำเนินธุรกิจ โดยศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และศึกษาข้อมูลจริงจากการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร จำนวน 20 คน โดยใช้แบบสอบถามสภาพปัญหาและความรู้พื้นฐานการดำเนินธุรกิจเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานที่ต้องการ มีรายละเอียดของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ส่วนที่ 2 สภาพปัญหาการดำเนินธุรกิจปัจจุบัน และส่วนที่ 3 ความรู้พื้นฐานการดำเนินธุรกิจ นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ และสรุปผล ผลสรุปที่ได้นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดโครงสร้างและหัวข้อเนื้อหาของหลักสูตร

ส่วนที่ 2 การพัฒนาหลักสูตร หลังจากศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านการดำเนินธุรกิจ ส่วนที่ 1 แล้ว และนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มากำหนดโครงสร้างและหัวข้อของเนื้อหา สำหรับการกำหนดเนื้อหาสาระและกิจกรรมของหลักสูตร ผู้วิจัยจะคำนึงถึงความต้องการของสภาพปัญหาและพื้นฐานด้านความรู้ของผู้เข้าอบรมเป็นสำคัญ จากนั้นสร้างตารางวิเคราะห์หลักสูตร โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน พิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างหัวข้อเนื้อหา กับพฤติกรรมการเรียนรู้หลังการอบรม ผลที่ได้จากการวิเคราะห์หลักสูตรของผู้เชี่ยวชาญ นำไปกำหนดจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม เนื้อหาสาระ ระยะเวลาการอบรมของแต่ละหัวข้อ จำนวนข้อสอบแต่ละพฤติกรรม ผู้วิจัยทำการพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อนำหลักสูตรที่ได้มาใช้ในการอบรมครั้งนี้ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้พิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาสาระหลักสูตรกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม ได้เนื้อหาหลักสูตร สร้างเครื่องมือวัด เป็นแบบทดสอบความรู้ ชนิด 5 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อๆละ 1 คะแนน จำนวนของข้อสอบได้มาจากตารางวิเคราะห์หลักสูตรซึ่งผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้พิจารณาไว้ ตั้งหัวข้อคำถามในแต่ละจุดประสงค์ จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมกับหัวข้อคำถามของแบบทดสอบ นำแบบทดสอบความรู้ที่ได้มาหาค่าความยากง่าย ค่าอำนาจจำแนก และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ ปรับปรุงแก้ไขและได้แบบทดสอบฉบับสมบูรณ์

ส่วนที่ 3 การทดลองใช้หลักสูตร ดำเนินการทดลองอบรมด้วยหลักสูตรที่พัฒนาขึ้น กับกลุ่มตัวอย่างที่นำมาทดลอง คือ กลุ่มผ้าบาติก หาดทรายรี จำนวน 15 คน โดยใช้แผนการทดลองแบบ One Group Pretests – Posttests Design ก่อนการอบรมทดสอบด้วยแบบทดสอบด้านความรู้ และภายหลังการอบรมทดสอบด้วยแบบทดสอบด้านความรู้ชุดเดียวกับก่อนการอบรม ประเมินผลโดยวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ความแปรปรวนมาตรฐาน ค่าเฉลี่ยร้อยละ และสถิติทดสอบที (t-test)

สรุปผลการวิจัย

1. จากแบบสอบถามการวิจัย สภาพปัญหาและพื้นฐานความรู้การดำเนินธุรกิจ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ส่วนที่ 2 สภาพปัญหาการดำเนินธุรกิจปัจจุบัน และส่วนที่ 3 ความรู้พื้นฐานการดำเนินธุรกิจ ผลสรุปจากแบบสอบถามมีดังนี้ สภาพปัญหาที่พบมากที่สุด ขาดการวางแผนทางธุรกิจ ต้นทุนสินค้าแพง การตลาด รูปแบบของผลิตภัณฑ์และการทำบัญชี ด้านความรู้พื้นฐานการดำเนินธุรกิจ พบว่าด้านความรู้ทางการดำเนินธุรกิจ ในเรื่องของการจัดการองค์กร การผลิต มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง สำหรับความรู้ทางการดำเนินธุรกิจ ในเรื่องของการวางแผน การตลาด การบัญชี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ น้อย และจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม สามารถสรุปผล ดังนี้ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ควรมีความรู้ในการดำเนินธุรกิจ ในเรื่องความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การวางแผนธุรกิจ การตลาด การผลิต และการบัญชี เพื่อนำความรู้ ไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร โดยมีขั้นตอนการดังนี้ คือ นำผลสรุปสภาพปัญหาและระดับพื้นฐานความรู้การดำเนินธุรกิจ มาเป็นแนวทางในการกำหนดหัวข้อเนื้อหาหลักสูตร สร้างตารางวิเคราะห์หลักสูตรกับพฤติกรรม โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน นำผลการพิจารณาที่ได้มา กำหนดจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม ได้เนื้อหาหลักสูตร ลำดับความสำคัญ เวลา และจำนวนของข้อสอบ เนื้อหาสาระหลักสูตร แบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 หน่วย คือ หน่วยที่ 1 เรื่องความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผ้าบาติก หน่วยที่ 2 การวางแผนกลยุทธ์ หน่วยที่ 3 การตลาด หน่วยที่ 4 การผลิต และหน่วยที่ 5 การบัญชี แบบทดสอบความรู้การดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วย หน่วยที่ 1 จำนวนข้อสอบ 5 ข้อ หน่วยที่ 2 จำนวนข้อสอบ 7 ข้อ หน่วยที่ 3 จำนวนข้อสอบ 8 ข้อ หน่วยที่ 4 จำนวนข้อสอบ 5 ข้อ หน่วยที่ 5 จำนวนข้อสอบ 5 ข้อ รวมข้อสอบจำนวน 30 ข้อ ซึ่งรายละเอียดแต่ละหน่วยของการอบรม ประกอบด้วย จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม เนื้อหา กิจกรรม สื่อประกอบ และการประเมินผล

3. ผลการทดลองใช้หลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร ที่ได้พัฒนาขึ้นทดลองใช้กับสมาชิกกลุ่มผ้าบาติก หาดทรายรี จำนวน 15 คน ได้ผลการทดลองดังนี้ สมาชิกกลุ่มผ้าบาติก หาดทรายรี มีความรู้เรื่องการดำเนินธุรกิจ หลังจากการอบรม คะแนนในหน่วยที่ 1 เฉลี่ยร้อยละ 4.5 หน่วยที่ 2 เฉลี่ยร้อยละ 5.9 หน่วยที่ 3 เฉลี่ยร้อยละ 6.7 หน่วยที่ 4 เฉลี่ยร้อยละ 4.5 หน่วยที่ 5 เฉลี่ยร้อยละ 4.2 และรวมทั้งหมด 5 หน่วย เฉลี่ยร้อยละ 25.8 ของคะแนนเต็ม แสดงว่าผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน มีความรู้ในเรื่องการดำเนินธุรกิจสูงกว่าร้อยละ 80 ของ

คะแนนเต็มอย่างมีนัยสำคัญที่ .01 ในหน่วยที่ 1 ($t = 79.45^*$) หน่วยที่ 2 ($t = 26.35^*$) หน่วยที่ 3 ($t = 20.82^*$) หน่วยที่ 4 ($t = 69.52^*$) หน่วยที่ 5 ($t = 37.79^*$) และรวมทั้ง 5 หน่วย ($t = 16.36^*$) ผลการเปรียบเทียบความก้าวหน้าด้านความรู้ เรื่องการดำเนินธุรกิจของสมาชิกกลุ่มผ้าบาติก หาดทรายรี ก่อนและหลังการอบรมหลักสูตร สมาชิกมีพัฒนาการด้านความรู้ ภายหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรม แสดงว่าผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร สูงกว่าก่อนการอบรมอย่างมีนัยสำคัญที่ .01 ($t = 13.55^*$)

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้พบว่า

1. การพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร จากการสำรวจสภาพปัญหาและด้านพื้นฐานความรู้ ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญในตารางวิเคราะห์หลักสูตร ได้จัดลำดับเนื้อหาสำหรับการอบรม แบ่งออกเป็น 5 หน่วย ได้แก่ 1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผ้าบาติก 2. การวางแผนกลยุทธ์ 3. การตลาด 4. การผลิต และ 5. การบัญชี นำไปทดลองกับตัวอย่าง จำนวน 15 คน ทำการทดสอบโดยวัดผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการอบรม ด้วยแบบทดสอบชุดเดียวกัน ผลปรากฏว่าผลสัมฤทธิ์จากการทดลองหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรม โดยใช้หลักสูตรการอบรมที่พัฒนาขึ้น แสดงว่าการอบรมหลักสูตรส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ในเรื่องการดำเนินธุรกิจ ทำให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้เพิ่มขึ้นจริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมพร วาสะศิริ (2548:109-110) ที่ศึกษาทดลองโดยหลักสูตรเสริมเพื่อการฝึกอบรมการประกอบธุรกิจ ด้วยวิธีการสำรวจความจำเป็นและความต้องการด้านความรู้พื้นฐาน นำกำหนดเนื้อหาหลักสูตร โดยแบ่งเนื้อหาหลักสูตร ออกเป็น 5 เรื่อง ได้แก่ ความรู้ทั่วไปทางธุรกิจ การจัดการผลิต การตลาด การบัญชีและการเงิน ทรัพยากรทางปัญญา และสอดคล้องกับ สุพานี สฤณวรานิข (2546:1) ที่กล่าวว่า การบริหารกลยุทธ์เป็นหน้าที่สำคัญสำหรับผู้บริหารองค์กร โดยการวางแผนที่ชัดเจน มีความชาญฉลาด มีความคิดสร้างสรรค์ และแตกต่างไปจากคนอื่นสามารถนำไปใช้ไปแนวทางให้องค์กรปฏิบัติได้เหนือกว่าคู่แข่ง และสามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการได้นั้น ถ้าปราศจากกลยุทธ์องค์กร จะไม่มีแนวทางที่ชัดเจนในการดำเนินงาน ไม่มีแผนที่จะสามารถโต้ตอบหรือเอาชนะการแข่งขัน และไม่มีแผนที่จะปฏิบัติให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

2. ผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร ที่ได้พัฒนาขึ้นเพื่อใช้อบรมสมาชิกกลุ่ม

ผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องต่างกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งเนื้อหาหลักสูตรออกเป็น 5 หน่วย ใช้ทดลองกับสมาชิก จำนวน 15 คน สรุปผลการทดลอง พบว่า หลักสูตรอบรมผลคะแนนในหน่วยที่ 1 เฉลี่ยร้อยละ 4.5 หน่วยที่ 2 เฉลี่ยร้อยละ 5.9 หน่วยที่ 3 เฉลี่ยร้อยละ 6.7 หน่วยที่ 4 เฉลี่ยร้อยละ 4.5 หน่วยที่ 5 เฉลี่ยร้อยละ 4.2 และรวมทั้งหมด 5 หน่วย เฉลี่ยร้อยละ 25.8 ของคะแนนเต็ม แสดงว่าผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน มีความรู้ในเรื่องการดำเนินธุรกิจสูงกว่าร้อยละ 80 ของคะแนนเต็มอย่างมีนัยสำคัญที่ .01 ในหน่วยที่ 1 ($t = 79.45^*$) หน่วยที่ 2 ($t = 26.35^*$) หน่วยที่ 3 ($t = 20.82^*$) หน่วยที่ 4 ($t = 69.52^*$) หน่วยที่ 5 ($t = 37.79^*$) และรวมทั้ง 5 หน่วย ($t = 16.36^*$) ผลการเปรียบเทียบความก้าวหน้าด้านความรู้ ก่อนและหลังการอบรมหลักสูตร แสดงว่าผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาหลักสูตร สูงกว่าก่อนการอบรมอย่างมีนัยสำคัญที่ .01 ($t = 13.55^*$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพดล บุญเกิด(2549:) ที่ได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม โดยกำหนดประเด็น การสร้างหลักสูตรมาจากการสำรวจความต้องการในการอบรมของพนักงานซ่อมบำรุง ของบริษัท กสท.โทรคมนาคม จำกัด(มหาชน) ทำให้พนักงานมีความรู้ความสามารถสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และมีความรู้ความสามารถสูงกว่าก่อนการอบรม และงานวิจัยได้สอดคล้องกับ สมเกียรติ สิริพิพัฒน์ขจร(2548:) ที่ได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมจากความต้องของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัท ยานยนต์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เรื่องเครื่องมือที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพ ซึ่งมีผลทำให้พนักงานเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถดีขึ้น ในเรื่องเครื่องมือที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมพร วาสะศิริ (2548:109-110) แสดงให้เห็นว่าหลักสูตรเสริมเพื่อการฝึกอบรมการประกอบธุรกิจ โดยการสำรวจความจำเป็นและความต้องการ ด้านความรู้ เพื่อกำหนดเนื้อหา โดยแบ่งออกเป็น 5 เรื่อง หลังจากการทดลองใช้หลักสูตรสามารถพัฒนาผู้เข้าอบรมให้มีความรู้ และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ในการประกอบธุรกิจ ที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. หลักสูตรฝึกอบรม พัฒนาขึ้นจากสภาพปัญหาและความรู้พื้นฐานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น หากมีการนำไปใช้ในการอบรมกับกลุ่มอื่นๆ ควรมีการปรับปรุงเนื้อหาให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มสินค้าประเภทนั้นๆ ก่อนการนำไปใช้
2. การประเมินผลการฝึกอบรม เป็นการประเมินผลในระยะเวลาที่จำกัด โดยใช้แบบทดสอบความรู้ จึงควรมีการประเมินและติดตามผลการดำเนินงานหลังจากการฝึกอบรมเป็นระยะๆ เพื่อช่วยให้มีการพัฒนาและปรับปรุงการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. คู่มือ การเขียนแผนธุรกิจ ที่เขียนขึ้นหลังจากรับการฝึกอบรม สามารถนำไปแสดงประกอบการยื่นขอรับการสนับสนุนด้านการเงิน จากสถาบันทางการเงินต่างๆได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

จากการวิจัย เพื่อการพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร ที่พัฒนาขึ้นพบว่ากลุ่มชุมชน ผู้ผลิตสินค้าชุมชน จำนวนมากยังไม่มี การวางแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน ดังนั้นควรมีการนำหลักสูตรฝึกอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน เรื่องการดำเนินธุรกิจ มาประยุกต์ใช้กับองค์กรนั้นเพื่อประโยชน์ต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กั้ววล เทียนกัณฑ์เทศน์. (2536). *การวัด การวิเคราะห์ การประเมินทางการศึกษาเบื้องต้น*.
กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมกรุงเทพ.
- ชัยยศ สันตวงศ์. (2546). *การบริหารการผลิต. ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ*
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ ประชุมช่าง
- ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์. (2545). *การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น
- ณัฐพงศ์ วชิรกิจกุล. (2549). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการรีดแผ่นพลาสติกพีวีซี*. ปรินซ์นิพนธ์
กศ.ม. (อุตสาหกรรมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
ถ่ายเอกสาร
- ธานินทร์ ปราบภัยพาล. (2546). *การศึกษาความรู้และเจตคติต่อการควบคุมคุณภาพ ชิกซ์ ชิกม่า*
ของพนักงาน ฝ่ายซ่อมบำรุงขนาดใหญ่ บริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน). ปรินซ์นิพนธ์
กศ.ม. (อุตสาหกรรมศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่าย
เอกสาร
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2547). *การบริหารกิจกรรมเพื่อการตลาด*. กรุงเทพฯ: เพิ่มทุนทางปัญญาพัฒนา
ชุมชน
- ธีระสานต์ จุฬัตถการสาธิต. (2547). *กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย*. กรุงเทพฯ: เพิ่มทุนทางปัญญา
พัฒนาชุมชน
- ธนัฐา ชีวพัฒน์พันธุ์. (2545). *หลักการบัญชีการเงิน*. สำนักพิมพ์ศูนย์วิชาการ . กรุงเทพฯ: การบัญชี
การเงิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ธนู กุลชล. (2524). *เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง “มนุษยพฤติกรรมและการเรียนรู้ในการฝึกอบรม*
การฝึกอบรมหลักสูตร การบริหารงานฝึกอบรม. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ธวัชชัย ทุมทอง. (2545). *ศิลปะการทำผ้าบาติกเขียนระบายสี*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์
- ธำรงค์ บัวศรี. (2531). *ทฤษฎีหลักสูตร : การออกแบบและการพัฒนา*. กรุงเทพฯ : เอร่าวัฒนาการพิมพ์
- นภาพรณ คณานุกรักษ์. (2547). *บรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาด*. กรุงเทพฯ: เพิ่มทุนทางปัญญาพัฒนาชุมชน
- นพดล บุญเกื้อ. (2549). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมขั้นตอนการปฏิบัติงานสถานีเครือข่าย*
ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ Code Division Multiple Access : CDMA. ปรินซ์นิพนธ์
กศ.ม. (อุตสาหกรรมศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
ถ่ายเอกสาร.

- ประพนธ์ ผาสุขยี่ด และวารุณี เดชสกุลฤทธิ์. (2542). *ISO 9000 สำหรับธุรกิจบริการขนาดกลาง และขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เปรี๊ญ กิจรัตน์. (2532). *หลักสูตรอุตสาหกรรมศึกษา และการจัดการมัธยมศึกษา*. กรุงเทพฯ : วรวิมลการพิมพ์.
- พิภพ ลลิตาภรณ์. (2545). *ระบบการวางแผนและการควบคุมการผลิต(ฉบับปรับปรุง)*. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น)
- พิชิต ฤทธิ์จัญญ. (2545). *หลักการวัดและการประเมินผลการศึกษา*. คณะครุศาสตร์: สถาบันราชภัฏพระนคร
- พิชัย ลิขิตพัฒน์ไพบูลย์. (2543). *ผู้จัดการฝึกอบรมมืออาชีพ*. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)
- พนาลี ทองประเสริฐ. (2543). *ความจำเป็นในการฝึกอบรมเพื่อการพัฒนาองค์กรพัฒนาเอกชนไทยในเขตกรุงเทพฯ วิทยานิพนธ์ สศ.ม (สำเนา)*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.ถ่ายเอกสาร
- ไพศาล ไกรสิทธิ์. (2541). *การศึกษาเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*. คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
- พยอม วงศ์สารศรี. (2537-2538). *การตระหนักถึงความสำคัญในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง เขตห้วยขวางกรุงเทพมหานคร*. โครงการความร่วมมือระหว่างสำนักงานสภาสถาบันราชภัฏกับมูลนิธิ เพื่อสถาบันการศึกษาวิชาการจัดการแห่งประเทศไทย
- แมคกรอ-ฮิล. (2540). *ทฤษฎีและตัวอย่างโจทย์หลักการบัญชีเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- ยงยุทธ นกใหญ่. (2548). *การศึกษาการผสมผสานกิจกรรมคุณภาพ 5 ส และกิจกรรมความปลอดภัย*. ปรินญาณินพนธ์ กศ.ม.(อุตสาหกรรมศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2538). *เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2547). *TQM วิถีสู่องค์กรคุณภาพยุค 2000*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วิชัย วงษ์ใหญ่. (2537). *กระบวนการพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอนภาคปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- วิจิตร อาวะกุล. (2537). *การฝึกอบรม*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศรีสภา สหชัยเสรี. (2547). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: เพิ่มทุนทางปัญญาพัฒนาชุมชน

- ศิริอร ชันธหัตถ์. (2544). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: อักษราพัฒนา.
- ศิวัตถ์ ครุฑานติ. (2547). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการจัดการศึกษาระบบทวิภาคี สำหรับผู้ควบคุมการฝึกนักศึกษาระบบทวิภาคี*. ปรินญาณินพนธ์ กศ.ม. (อุตสาหกรรมศึกษา).
- กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร
- สัจด์ อุทรานันท์. (2532). *พื้นฐานและหลักการพัฒนาลัทธิสูตร*. กรุงเทพฯ: มิตรสยาม
- สัญญาพงศ์ สุวรรณสิทธิ์และคณะ.(2547). *กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์เพื่อผลิตภัณฑ์ OTOP*. กรุงเทพฯ : เพิ่มทุนทางปัญญาพัฒนาชุมชน
- สมาคมส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย.(2549). *โครงการอบรมการจัดทำบัญชี วิเคราะห์ต้นทุนและแผนธุรกิจ ปี 2549: กรมส่งเสริมสหกรณ์*
- สุรัชย์ พานวัน. (2547). *หลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การพัฒนาสิ่งแวดล้อมในโรงแรม*. ปรินญาณินพนธ์ กศ.ม.(อุตสาหกรรมศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร
- สุปราณี ศรีจิตตราภิมุข. (2546). *การฝึกอบรมและการพัฒนามนุษย์*. กรุงเทพฯ :โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุทัศน์ รัตนเกื้อกังวาน.(2548). *การบริหารการผลิตและการดำเนินงาน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุนันท์ ศลโกสม. (2525). *การวัดผลการศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักงานก.พ.สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน (2533). *เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง “แนวความคิดและหลักการเกี่ยวกับการฝึกอบรม”* การฝึกอบรม: หลักสูตรความรู้พื้นฐานด้านการฝึกอบรม
- สมชัย ว่องอรุณ. (2547). *การบริหารการผลิต*. กรุงเทพฯ: เพิ่มทุนทางปัญญาพัฒนาชุมชน
- สมเกียรติ สิริพัฒน์ขจร.(2548). *การพัฒนาพนักงานฝ่ายผลิตบริษัท ยานยนต์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เรื่องเครื่องมือที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพ*.ปรินญาณินพนธ์ กศ.ม. (อุตสาหกรรมศึกษา).
- กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร
- สมพร วาสะศิริ. (2548). *การสร้างหลักสูตรเสริมเพื่อฝึกอบรมการประกอบธุรกิจสำหรับนักศึกษาคณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*.ปรินญาณินพนธ์ กศ.ม. (อุตสาหกรรมศึกษา).กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.

- สมหวัง เจียสินเจริญ. (2549) *การพัฒนาชุดการเรียนรู้วิชางานบำรุงรักษารถยนต์สำหรับห้องเรียนแบบศูนย์การเรียนรู้* หลักสูตรวิทยาลัยชุมชนตามแนวทางการจัดการศึกษาตามอัธยาศัย ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. (อุตสาหกรรมศึกษา). กรุงเทพฯ :บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร
- เสนห์ จามริก. (2531) "นานา ทรรศนะเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น.กรุงเทพฯ : การศึกษาแห่งชาติ.
- อัจนรา จันทร์ฉาย(2546). *การวางแผนกลยุทธ์และการจัดทำ BSC.*พิมพ์ครั้งที่ 6 . กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อเนก นคะบุตร. (2531). *ชนบทไทยในสามทศวรรษที่ผ่านมา*กับบทเรียนของภูมิปัญญาชาวบ้าน: ผู้ทิศทางการพึ่งตนเองของชนบทในอนาคตในทิศทางหมู่บ้านไทย.บรรณาธิการโดยเสรี พงศ์พิศ กรุงเทพฯ: เจริญวิทย์การพิมพ์ สำนักพิมพ์หมู่บ้าน.
- Edward, D. (1975, February). "Changing Teacher Behavior through Self – Instruction and Supervised Micro Teaching in a Competency Based Program," *The Journal of Educational Research*. 87(2) : 43.
- Good,Carter v. (1973). *Dictionary of Education*. 3rd ed.New York: McGraw-Hill.
- Morrison.James H. (1976). *Tranining and Development Handbook*. New York: McGraw-Hill.
- Saylor,J.Galen,and William M.Alexander.(1974) *Planning Curriculum for School*. New York: Holt ,Rinehart and Winston.
- Taba,Hilda. (1962). *Curriculum Development: Theory and Practice*. New York: Harcourt, Brace & World.
- Vivas, D.A. (1985, September). "The Design and Evaluation of Course in thinking Operation for First Grades in Venezuela (Cognitive, Elementary Learning)." *Dissertation Abstracts International*. 48(9): 603 - A

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญ



ที่ ศธ 0519.12/

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

กันยายน 2548

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้คณบดีคณะเทคโนโลยีและการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แผนการสอน แบบประเมิน และตารางวิเคราะห์หลักสูตร

เนื่องด้วย นางสาวชินรส ละอองวรรณ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาอุตสาหกรรมศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร” โดยมี อาจารย์ไพรัช วงศ์ยุทธไกร และ อาจารย์วีโรจน์ เอ็งสุโสภณ เป็นคณะกรรมการควบคุมการทำปริญญานิพนธ์ ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ อาจารย์ธีระศักดิ์ จินดาบถ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแผนการสอนเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การฝึกอบรมการพัฒนาศักยภาพ ตารางวิเคราะห์หลักสูตร และแบบประเมินความสอดคล้องเนื้อหาของหลักสูตร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวชินรส ละอองวรรณ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ จิระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร.02-664-1000 ต่อ 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์มือถือ 01-5977241



ที่ ศธ 0519.12/

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

กันยายน 2548

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แผนการสอน แบบประเมิน และตารางวิเคราะห์หลักสูตร

เนื่องด้วย นางสาวชินรส ละอองวรรณ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาอุตสาหกรรมศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร” โดยมี อาจารย์ไพรัช วงศ์ยุทธไกร และ อาจารย์วีโรจน์ เอ็งสุโสภณ เป็นคณะกรรมการควบคุมการทำปริญญานิพนธ์ ในครั้งนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ อาจารย์เบญจมาศ ช่วยนุ้ย เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแผนการสอนเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การฝึกอบรมการพัฒนาศักยภาพ ตารางวิเคราะห์หลักสูตร และแบบประเมินความสอดคล้องเนื้อหาของหลักสูตร และอาจารย์ศรีน้ำ ขุนอ่อน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแผนการสอนเชิงปฏิบัติการเรื่อง การฝึกอบรมการพัฒนาศักยภาพตารางวิเคราะห์หลักสูตร แบบสอบถามความต้องการสำหรับกลุ่ม OTOP และแบบประเมินความสอดคล้องเนื้อหาของหลักสูตร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวชินรส ละอองวรรณ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ จิระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร.02-664-1000 ต่อ 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ มือถือ 01-5977241



ที่ ศธ 0519.12/

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

กันยายน 2548

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน อธิการบดีวิทยาลัยเทคนิคชุมพร

สิ่งที่ส่งมาด้วย แผนการสอน แบบประเมิน และตารางวิเคราะห์หลักสูตร

เนื่องด้วย นางสาวชินรส ละอองวรรณ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาอุตสาหกรรมศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร” โดยมี อาจารย์ไพรัช วงศ์ยุทธไกร และ อาจารย์วีโรจน์ เอ็งสุโสภณ เป็นคณะกรรมการควบคุมการทำปริญญานิพนธ์ ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย ขอเรียนเชิญ อาจารย์วันดา เกื้อกุล และอาจารย์บุญรอด ภัทรเวชวงศ์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแผนการสอน เชิงปฏิบัติการ เรื่อง การฝึกอบรมการพัฒนาศักยภาพ ตารางวิเคราะห์หลักสูตร และแบบประเมินความสอดคล้องเนื้อหาของหลักสูตร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวชินรส ละอองวรรณ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ จิระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร.02-664-1000 ต่อ 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ มือถือ 01-5977241

ภาคผนวก ข

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

- แบบสอบถามความรู้พื้นฐานการดำเนินธุรกิจ
- ตารางวิเคราะห์หลักสูตร
- แบบประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของหลักสูตร
- แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมกับข้อสอบ
- แบบทดสอบความรู้ ก่อน-หลัง การอบรม

**แบบสอบถาม เพื่อการวิจัย การพัฒนาหลักสูตร
เพื่อพัฒนาศักยภาพ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จังหวัดชุมพร**

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาการดำเนินธุรกิจ และพื้นฐานด้านความรู้ การดำเนินธุรกิจ โดยการนำสภาพปัญหาที่ได้จากแบบสอบถาม มาพัฒนาหลักสูตรการอบรม ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ขอให้ท่านแสดงความคิดเห็นให้ตรงกับสภาพความเป็นจริง ตามทัศนะของท่านให้ได้มากที่สุด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ในการนำไปพัฒนาหลักสูตรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

แบบสอบถามการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ตอน

- ตอนที่ 1** ข้อมูลส่วนตัว กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน
- ตอนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มในปัจจุบัน
- ตอนที่ 3** ข้อมูลด้านความรู้ พื้นฐานการดำเนินธุรกิจ

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่ได้เสียสละเวลาในการพิจารณาตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

นางสาว ชีโนรส ละอองวรรณ
นิสิตปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน/ผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดเขียนข้อมูล และทำเครื่องหมาย ลง ใน ()

1. ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจปัจจุบัน

ชื่อกลุ่ม

ผลิตภัณฑ์หลัก

จำนวนสมาชิก

ระยะเวลาจัดตั้งกลุ่ม

หน้าที่ความรับผิดชอบของท่าน

2. เพศ

() ชาย () หญิง

3. สถานะภาพ () โสด () สมรส () หย่าร้าง () อื่นๆ

4. อายุ

() ต่ำกว่า 30 ปี

() 30 – 39 ปี

() 40 – 49 ปี

() 50 – 59 ปี

() 60 ปี ขึ้นไป

5. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่า ม. 3

() ปวช. - ปวส.

()ปริญญาตรี

() ปริญญาตรี ขึ้นไป

6. ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพ

() รับราชการ

() อาชีพอิสระ

() แม่บ้าน

() เกษตรกร

() อื่นๆ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพของปัญหาและอุปสรรคที่พบในการดำเนินธุรกิจปัจจุบันขององค์กร

ด้านการจัดการ

- 1.1.....
- 1.2
- 1.3.....
- 1.4
- 1.5

ด้านการตลาด

- 1.1.....
- 1.2
- 1.3
- 1.4
- 1.5

ด้านการผลิต

- 1.1.....
- 1.2
- 1.3
- 1.4
- 1.5

ด้านการบัญชี

- 1.1.....
- 1.2
- 1.3
- 1.4
- 1.5

อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือ ข้อเสนอแนะ

- 1.1.....
- 1.2
- 1.3
- 1.4

1.5

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านความรู้พื้นฐานการดำเนินธุรกิจ

โปรดพิจารณาข้อความด้านล่างแล้วทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่างทางด้านขวามือให้ตรงกับระดับความรู้พื้นฐานการดำเนินธุรกิจของท่านมากที่สุด ข้อละ 1 ระดับแต่ละระดับความต้องการมีความหมายดังนี้

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = พอสมควร 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

	ระดับความรู้				
รายการความรู้ทางวิชาการ	5	4	3	2	1
ด้านการจัดการองค์กร					
โครงสร้างองค์กร					
การบริหารทรัพยากรมนุษย์					
การวางแผนธุรกิจ					
การสั่ง/การจูงใจ					
การควบคุม					
การแบ่งงาน/ความรับผิดชอบ					
ด้านการตลาด					
สำรวจความต้องการตลาด					
กำหนดตลาดเป้าหมาย					
วางตำแหน่งทางการตลาด					
วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์					
วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์					
การออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์					
การกำหนดราคาขาย					
ช่องทางการจัดจำหน่าย					
วิธีการส่งเสริมการขาย					

การจัดทำแผนการตลาด					
--------------------	--	--	--	--	--

	ระดับความรู้				
รายการความรู้ทางวิชาการ	5	4	3	2	1
ด้านการผลิต					
ทำเลที่ตั้ง					
วางแผนการจัดซื้อ					
การวางแผนโรงงาน					
การวางแผนการผลิต					
การวางแผนกำลังการผลิต					
การจัดเก็บวัสดุคงคลัง					
การควบคุมคุณภาพ					
มาตรฐานผลิตภัณฑ์					
ด้านการเงิน					
การหาแหล่งเงินทุน					
การทำบัญชี รายรับ-รายจ่าย					
งบดุล					
งบกำไร-ขาดทุน					
งบกระแสเงินสด					
คำนวณจุดคุ้มทุน					

สรุป ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการด้านความรู้ ในด้านอื่นๆ นอกเหนือจากแบบสอบถาม

- 1.1.....
- 1.2
- 1.3
- 1.4
- 1.5

ขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม
ตารางวิเคราะห์หลักสูตรฝึกอบรม
การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย
โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร

คำชี้แจง

ตารางวิเคราะห์หลักสูตร นี้เป็นการวิเคราะห์ความเหมาะสมระหว่างเนื้อหาสาระกับพฤติกรรมต่างๆ ของหลักสูตรฝึกอบรม เรื่องการพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน โดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความเหมาะสม ระหว่างเนื้อหาสาระกับพฤติกรรมต่างๆ และขอความกรุณาเขียนข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขต่อไป

วิธีการให้คะแนน โดยพิจารณาที่ละเนื้อหา ถ้าต้องการให้ผู้เรียนเกิดพฤติกรรมใดมากที่สุด ให้คะแนนช่องพฤติกรรมนั้นมากที่สุด และถ้าต้องการให้ผู้เรียนเกิดพฤติกรรมใดรองลงมาก็ให้คะแนนรองลงมาลดหลั่นกันตามลำดับ โดยถือว่าคะแนนแต่ละช่องพฤติกรรมเต็ม 10 ช่องใดมีความคิดเห็นว่าไม่ควรให้มีให้ 0

การกำหนดน้ำหนักคะแนนมีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้

9 – 10	คะแนน	หมายถึง	เนื้อหาพฤติกรรมนั้นมีความสำคัญ มากที่สุด
7 – 8	คะแนน	หมายถึง	เนื้อหาพฤติกรรมนั้นมีความสำคัญ มาก
4 – 6	คะแนน	หมายถึง	เนื้อหาพฤติกรรมนั้นมีความสำคัญ ปานกลาง
2 – 3	คะแนน	หมายถึง	เนื้อหาพฤติกรรมนั้นมีความสำคัญ น้อย
0 – 1	คะแนน	หมายถึง	เนื้อหาพฤติกรรมนั้นมีความสำคัญ น้อยที่สุด

ความหมายของพฤติกรรม

พฤติกรรมด้านพุทธิพิสัย

ความรู้-ความจำ หมายถึง ความสามารถในการให้ความหมาย การจำได้ บอก บรรยาย จัดกลุ่ม เรียงลำดับ ขั้นตอน วิธีการ การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน

ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถในการอธิบาย สรุป คาดการณ์ การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน

การนำไปใช้ หมายถึง ความสามารถในการเลือก การลงบันทึก ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน

การวิเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการวิจารณ์ ค้นหาสาเหตุ ความสัมพันธ์ แยก ส่วนประกอบ จัดประเภท ตรวจสอบ คาดการณ์ การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน

การสังเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการวางแผน เขียนแผน กำหนด การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน

พฤติกรรมด้านเจตคติ

การรับรู้ หมายถึง รับฟัง บรรยาย ถาม ในการพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน

การตอบสนอง หมายถึง ปฏิบัติตามคำสั่ง ช่วยเหลือ มีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน

การสร้างคุณค่า หมายถึง แสดงความคิดเห็น แสดงเหตุผล ปฏิบัติต่อเนื่อง ในการพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน

การจัดระบบ หมายถึง พัฒนาวิธีการ ขั้นตอน ปรับปรุง ในการพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน

การสร้างลักษณะนิสัย หมายถึง การนำไปให้ปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ

พฤติกรรมด้านทักษะพิสัย

การเลียนแบบ หมายถึง มีผู้แนะนำ และทำตามขั้นตอน ทำซ้ำๆจนเกิดความชำนาญ

การทำตามแบบ หมายถึง การปฏิบัติตามขั้นตอนหรือวิธีการที่กำหนด โดยการทำด้วยตนเอง

แสดงผลการวิเคราะห์ความมุ่งหมายหลักสูตรฝึกอบรม การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน

เนื้อหา	พฤติกรรม	พุทธิพิสัย					รวมเฉลี่ย	รวม 1,000	12 ชั่วโมง (12 X 60 นาที = 720 นาที)	ลำดับความสำคัญ
		ความรู้ - ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	การวิเคราะห์	การสังเคราะห์				
คะแนนเต็ม		10	10	10	10	10				
1. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ บาดิก										
1.1 ความหมายของบาดิก	6.2						6.2	33	23	
1.2 ประวัติความเป็นมา	6.6						6.6	35	25	
1.3 เทคนิคการทำผ้าบาดิก	6.8						6.8	36	26	
1.4 วัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือการทำผ้าบาดิก	7.2						7.2	38	27	
1.5 กระบวนการผลิตผ้าบาดิก			7.4				7.4	39	28	
2. การวางแผนกลยุทธ์										
2.1 ความหมายการวางแผนกลยุทธ์	6.6						6.6	35	25	
2.2 กระบวนการกำหนดแผนกลยุทธ์			7.0				7.0	37	27	
2.3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ				9.6			9.6	51	36	
2.4 กำหนดทิศทางองค์กร					9.4		9.4	49	36	
2.5 กำหนดแผนกลยุทธ์					9.2		9.2	48	35	
2.6 การนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติ			7.6				7.6	40	29	
2.7 การควบคุมและประเมินผลกลยุทธ์			7.8				7.8	41	30	
3. การวางแผนตลาด										
3.1 ความหมาย ตลาด	6.4						6.4	34	24	

3.2 การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค				8.8		8.8	46	33	
3.3 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์				7.2		7.2	38	27	
3.4 ส่วนประสมทางการตลาด 4 P's					9.0	9.0	47	34	

แสดงผลการวิเคราะห์ความมุ่งหมายหลักสูตรฝึกอบรม การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน

เนื้อหา	พฤติกรรม	พุทธิพิสัย					รวมเฉลี่ย	รวม1,000	12ชั่วโมง (12X60นาที = 720 นาที)	ลำดับความสำคัญ
		ความรู้ - ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	การวิเคราะห์	การสังเคราะห์				
	คะแนนเต็ม	10	10	10	10	10				
4. การวางแผนผลิต										
4.1 ความหมาย การผลิต		6.4					6.4	34	24	
4.2 การบริหารการผลิต				8.6			8.6	45	33	
4.3 การจัดกระบวนการผลิต				7.6			7.6	40	29	
4.4 การควบคุมคุณภาพ					7.8		7.8	41	30	
4.5 มาตรฐานผลิตภัณฑ์		6.8					6.8	36	26	
5. การวางแผนการบัญชี								0		
5.1 ความหมาย การบัญชี		6.4					6.4	34	24	
5.2 การลงบันทึกทางบัญชี				8.2			8.2	43	31	
5.3 งบทางการเงิน				8.0			8.0	42	30	
5.4 การคำนวณจุดคุ้มทุน		7.4					7.4	39	28	
รวม		67		62	33	28	190.0	1000	720	
%		35	0	33	18	15	100			
จำนวนข้อสอบ		11	0	10	5	4	30			

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหากับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม และเวลาที่ใช้ในการอบรม

หัวข้อเนื้อหา	จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม	เวลาอบรม
1. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ บาดิก		(นาที)
1.1 ความหมายของบาดิก	1. ให้ความหมายของบาดิกได้	20
1.2 ประวัติความเป็นมา	2. บอกประวัติของบาดิกได้	20
1.3 เทคนิคการทำผ้าบาดิก	3. อธิบายเทคนิคการทำผ้าบาดิกได้	30
1.4 วัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือการทำผ้าบาดิก	4. เลือกใช้เครื่องมือและวัสดุที่ใช้ทำผ้าบาดิกได้	25
1.5 กระบวนการผลิตผ้าบาดิก	5. อธิบายกระบวนการผลิตผ้าบาดิกได้	25
2. การวางแผนกลยุทธ์		120
2.1 ความหมายการวางแผนกลยุทธ์	1. ให้ความหมายการจัดการเชิงกลยุทธ์ได้	20
2.2 กระบวนการกำหนดแผนกลยุทธ์	2. อธิบายขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์ได้	30
2.3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	3. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้	40
2.4 กำหนดทิศทางองค์กร	4. บอกทิศทางขององค์กรได้	40
2.5 กำหนดแผนกลยุทธ์	5. อธิบายแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กรได้	30
2.6 การนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติ	6. บอกขั้นตอนการนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติได้	30
2.7 การควบคุมและประเมินผลกลยุทธ์	7. บอกวิธีการควบคุมและประเมินผลกลยุทธ์ได้	30
3. การวางแผนตลาด		220
3.1 ความหมาย ตลาด	1. ให้ความหมายของตลาดได้	20
3.2 การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค	2. บอกพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคตได้	35
3.3 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	3. บอกช่วงวงจรผลิตภัณฑ์ขององค์กรได้	25
3.4 ส่วนประสมทางการตลาด 4 P's	4. อธิบายแนวทางพัฒนาส่วนประสมการตลาดได้	40

หัวข้อเนื้อหา	จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม	เวลาอบรม
4. การวางแผนผลิต		120
4.1 ความหมาย การผลิต	1. ให้ความหมายและบอกปัจจัยการผลิตได้	25
4.2 การบริหารการผลิต	2. อธิบายวิธีการบริหารการผลิตได้	40
4.3 การจัดกระบวนการผลิต	3. บอกขั้นตอนการผลิตได้	30
4.4 การควบคุมคุณภาพ	4. อธิบายการควบคุมคุณภาพ	30
4.5 มาตรฐานผลิตภัณฑ์	5. บอกความสำคัญของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ได้	25
5. การวางแผนการบัญชี		150
5.1 ความหมาย การบัญชี	1. ให้ความหมายของบัญชีได้	20
5.2 การลงบันทึกทางบัญชี	2. อธิบายวิธีการลงบันทึกข้อมูลทางบัญชีได้	35
5.3 งบทางการเงิน	3. จัดทำงบทางการเงินได้	35
5.4 การคำนวณจุดคุ้มทุน	4. บอกสูตรคำนวณจุดคุ้มทุนของผลิตภัณฑ์ได้	20
		110
	รวมเวลาที่ใช้ในการอบรม	720

แบบประเมินความสอดคล้อง
ของเนื้อหาหลักสูตรฝึกอบรม การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน

แบบประเมินความสอดคล้องของหลักสูตรฝึกอบรม การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้องเชิงเนื้อหา หลักสูตรฝึกอบรมการพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ว่ารายละเอียดของเนื้อหา มีความถูกต้องสอดคล้อง และครบถ้วนในเชิงเนื้อหาเพียงไรในการที่จะนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการฝึกอบรม และขอความกรุณาเขียนข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขต่อไป

คำชี้แจง ขอให้ท่านผู้เชี่ยวชาญได้กรุณาพิจารณาว่าจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมในแต่ละเรื่องของการอบรมกับเนื้อหา มีความสอดคล้องกันหรือไม่ ตามรายการที่ได้เขียนไว้โดยการทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

เกณฑ์ประมาณค่า

+1	สอดคล้อง	หมายความว่า องค์ประกอบที่เขียนไว้ตามรายการประเมินข้อนั้นๆ มีความสอดคล้องกัน ส่งเสริมกันและเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน
0	ไม่แน่ใจ	หมายความว่า องค์ประกอบที่เขียนไว้ตามรายการประเมินข้อนั้นๆ ไม่ชัดเจนที่จะบอกได้ว่ามีความสอดคล้องกัน ส่งเสริมกันและเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน
+1	ไม่สอดคล้อง	หมายความว่า องค์ประกอบที่เขียนไว้ตามรายการประเมินข้อนั้นๆ ไม่มีความสอดคล้องกัน ส่งเสริมกันและเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน

หัวข้อเนื้อหา	จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม	ค่าความสอดคล้อง
1. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ บาดิก		
1.1 ความหมายของบาดิก	1. ให้ความหมายของบาดิกได้	1.00
1.2 ประวัติความเป็นมา	2. บอกประวัติของบาดิกได้	1.00
1.3 เทคนิคการทำผ้าบาดิก	3. อธิบายเทคนิคการทำผ้าบาดิกได้	0.67
1.4 วัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือการทำผ้าบาดิก	4. เลือกใช้เครื่องมือและวัสดุที่ใช้ทำผ้าบาดิกได้	1.00
1.5 กระบวนการผลิตผ้าบาดิก	5. อธิบายกระบวนการผลิตผ้าบาดิกได้	0.67
2. การวางแผนกลยุทธ์		
2.1 ความหมายการวางแผนกลยุทธ์	1. ให้ความหมายการจัดการเชิงกลยุทธ์ได้	1.00
2.2 กระบวนการกำหนดแผนกลยุทธ์	2. อธิบายขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์ได้	1.00
2.3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	3. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้	1.00
2.4 กำหนดทิศทางองค์กร	4. บอกทิศทางขององค์กรได้	0.67
2.5 กำหนดแผนกลยุทธ์	5. อธิบายแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กรได้	0.67
2.6 การนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติ	6. บอกขั้นตอนการนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติได้	0.67
2.7 การควบคุมและประเมินผลกลยุทธ์	7. บอกวิธีการควบคุมและประเมินผลกลยุทธ์ได้	1.00
3. การวางแผนตลาด		
3.1 ความหมาย ตลาด	1. ให้ความหมายของตลาดได้	1.00
3.2 การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค	2. บอกพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคตได้	1.00
3.3 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	3. บอกช่วงวงจรผลิตภัณฑ์ขององค์กรได้	1.00
3.4 ส่วนประสมทางการตลาด 4 P's	4. อธิบายแนวทางพัฒนาส่วนประสมการตลาดได้	0.67
4. การวางแผนผลิต		
4.1 ความหมาย การผลิต	1. ให้ความหมายและบอกปัจจัยการผลิตได้	1.00
4.2 การบริหารการผลิต	2. อธิบายวิธีการบริหารการผลิตได้	0.67
4.3 การจัดกระบวนการผลิต	3. บอกขั้นตอนการผลิตได้	0.67
4.4 การควบคุมคุณภาพ	4. อธิบายการควบคุมคุณภาพ	0.67
4.5 มาตรฐานผลิตภัณฑ์	5. บอกความสำคัญของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ได้	1.00
5. การวางแผนการบัญชี		
5.1 ความหมาย การบัญชี	1. ให้ความหมายของบัญชีได้	1.00
5.2 การลงบันทึกทางบัญชี	2. อธิบายวิธีการลงบันทึกข้อมูลทางบัญชีได้	1.00
5.3 งบทางการเงิน	3. จัดทำงบทางการเงินได้	0.67
5.4 การคำนวณจุดคุ้มทุน	4. บอกสูตรคำนวณจุดคุ้มทุนของผลิตภัณฑ์ได้	0.67

การพิจารณาหาค่า IOC นี้ จะต้องมีความมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 จึงถือว่าวัดได้สอดคล้องกัน

แบบประเมิน ข้อสอบมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม	ข้อสอบ	ระดับ
1. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ บาดิก		
1. ให้ความหมายของบาดิกได้	1. ข้อใดต่อไปนี้เป็น ความหมาย ของบาดิก	1.00
2. บอกประวัติของบาดิกได้	2. คนไทยทางภาคใต้ได้เรียนรู้วิธีทำผ้าบาติกมาจากชนชาติใด	1.00
3. อธิบายเทคนิคการทำผ้าบาติกได้	3. เทคนิคการเขียนระบายสี หรือแบบระบาย ได้พัฒนามาจากงานด้านใด	0.67
4. เลือกใช้เครื่องมือและวัสดุที่ใช้ทำผ้าบาติกได้	4. ข้อใดต่อไปนี้เป็น ไม่ใช่ เป็นวิธีการเลือกผ้าที่ทำจากใยธรรมชาติ	1.00
5. อธิบายกระบวนการผลิตผ้าบาติกได้	5. ในกระบวนการผลิตบาติกแบบระบาย ข้อใดเป็นการเรียงลำดับ	1.00
	ขั้นตอนได้ถูกต้อง	
2. การวางแผนกลยุทธ์		
1. ให้ความหมายการจัดการเชิงกลยุทธ์ได้	6. ข้อใดต่อไปนี้เป็น ไม่ใช่ วัตถุประสงค์ของวางแผนกลยุทธ์	0.67
2. อธิบายขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์ได้	7. ข้อใดต่อไปนี้เป็น กระบวนการกำหนดแผนกลยุทธ์	1
3. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้	8. ธุรกิจที่จัดอยู่ในภาวะเสี่ยง หมายถึงข้อใด	1
4. บอกทิศทางขององค์กรได้	9. ข้อใดต่อไปนี้เป็น ข้อความภารกิจ	0.67
5. อธิบายแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กรได้	10. ข้อใดต่อไปนี้เป็น การเลือกกลยุทธ์ในระดับธุรกิจ	1
6. บอกขั้นตอนการนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติได้	11. ก่อนการปฏิบัติงานตามแผนกลยุทธ์ ผู้วางแผนจะต้องทราบเรื่องใดก่อน	0.67
7. บอกวิธีการควบคุมและประเมินผลกลยุทธ์ได้	12. ระดับของการควบคุมแผนกลยุทธ์มีกี่ระดับ อะไรบ้าง	1
3. การวางแผนตลาด		
1. ให้ความหมายของตลาดได้	13. ข้อใดต่อไปนี้เป็น ไม่ใช่ แนวคิดทางการตลาด	1
2. บอกพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคตได้	14. ข้อใดต่อไปนี้เป็น การพิจารณาพื้นฐานแรก ในการตัดสินใจซื้อสินค้า	0.67
	ของผู้บริโภค	
	15. ผู้บริโภคที่ชอบอยู่รอบกลุ่ม และมีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง	0.67
	จัดอยู่ในเกณฑ์การแบ่งส่วนของตลาดลักษณะใด	
3. บอกช่วงวงจรผลิตภัณฑ์ขององค์กรได้	16. ช่วงวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ช่วงใดโดยทั่วไปแล้วจะให้ผลกำไรอยู่ในระดับสูงสุด	1

4.อธิบายแนวทางพัฒนาส่วนประสมทาง	17. ข้อใดต่อไปนี้เป็น ไม่ใช่ การผลิตสินค้าแบบมุ่งตลาดเฉพาะส่วน	0.67
การตลาดได้	18. ข้อใดต่อไปนี้เป็น ไม่ใช่ วัตถุประสงค์ของบรรจุภัณฑ์ (Packaging)	1
	19. ข้อใดต่อไปนี้เป็น กล่าวถึง หน้าที่หลักของผู้ค้าปลีกได้ชัดเจน	0.67
	20. การแจกตัวอย่างสินค้าฟรี ของยาสระผมที่ผลิตจากกลุ่มผู้ผลิตสินค้า	1
	ชุมชนแห่งหนึ่งให้กับนักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป	
	ถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมการตลาดแบบใด	
4. การวางแผนผลิต		
1. ให้ความหมายและบอกปัจจัยการผลิตได้	21. ข้อใดต่อไปนี้เป็น ไม่ใช่ องค์ประกอบที่สำคัญของระบบการผลิต	0.67
2. อธิบายวิธีการบริหารการผลิตได้	22. ข้อใด เป็นปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งของโรงงาน	0.67
3. บอกขั้นตอนการผลิตได้	23. ในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพดี ผู้ผลิตสินค้าจะต้องตรวจสอบ	0.67
	คุณภาพในขั้นตอนใดเป็นขั้นตอนแรก	
4. อธิบายการควบคุมคุณภาพ	24. เครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพ ที่แสดงข้อมูลความสัมพันธ์	0.67
	ระหว่างต้นเหตุกับปัญหาทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการผลิตสินค้าที่ผิดพลาด	
5. บอกความสำคัญของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ได้	25. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือ มผช. มีอายุในการรับรอง กี่ปี	1
5. การวางแผนการบัญชี		
1. ให้ความหมายของบัญชีได้	26. ข้อใดต่อไปนี้เป็น ข้อมูลทางการเงิน	1
2. อธิบายวิธีการลงบันทึกข้อมูลทางบัญชีได้	27. คำว่า รายได้ หมายถึงอะไร	0.67
3. จัดทำงบทางการเงินได้	28. งบดุล แสดงองค์ความรู้ถึงอะไรในการทำธุรกิจ	0.67
	29. งบกำไร-ขาดทุน แสดงองค์ความรู้ถึงอะไรในการทำธุรกิจ	0.67
4. บอกสูตรคำนวณจุดคุ้มทุนของผลิตภัณฑ์ได้	30. สูตรพื้นฐานที่ใช้ในการคำนวณปริมาณการขายที่คุ้มทุนพอดี คือข้อใด	1

แบบทดสอบความรู้ หลักสูตร
เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จังหวัดชุมพร

คำแนะนำ ให้ผู้เข้าฝึกอบรม กาเครื่องหมาย X ข้อที่ถูกต้องในกระดาษคำตอบ

หน่วยที่ 1 เรื่องความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ บาติก

1. ข้อใดต่อไปนี้เป็น ความหมาย ของบาติก
 - ก. การตัด และการเย็บต่อผ้าหลายชิ้นเข้าด้วยกัน
 - ข. การสกรีนรูปภาพธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นลงบนผ้า
 - ค. การวาด การเขียนระบายสีลงบนผ้า
 - ง. การมัดและย้อมสีผ้าด้วยวิธีโบราณ
2. คนไทยทางภาคใต้ได้เรียนรู้วิธีทำผ้าบาติกมาจากชนชาติใด
 - ก. อินโดนีเซีย
 - ข. มาเลเซีย
 - ค. สิงคโปร์
 - ง. อินเดีย
3. เทคนิคการเขียนระบายสี หรือแบบระบาย ได้พัฒนามาจากงานด้านใด
 - ก. ด้านหัตถอุตสาหกรรม เชิงจิตกรรม
 - ข. ด้านหัตถกรรม
 - ค. ด้านจิตกรรม บนผาผนัง
 - ง. ด้านศิลปกรรม
4. ข้อใดต่อไปนี้เป็นวิธี ไม่ใช้ เป็นวิธีการเลือกผ้าที่ทำจากใยธรรมชาติ
 - ก. การดึ่งเส้นด้ายให้ขาด ถ้าเป็นผ้าใยธรรมชาติจะเหนียวและขาดยาก
 - ข. การดึ่งเส้นด้ายให้ขาด ถ้าเป็นผ้าใยธรรมชาติปลายจะมนและขาดง่าย
 - ค. นำผ้าไปเผาไฟ ถ้าเป็นผ้าใยธรรมชาติจะติดไฟ
 - ง. ใช้น้ำหมึกหยดลงบนเนื้อผ้า ถ้าเป็นผ้าใยธรรมชาติจะซีมน้ำ และกระจายอย่าง

รวดเร็ว

5. ในกระบวนการผลิตบาติกแบบระบาย ข้อใดเป็นการเรียงลำดับขั้นตอนได้ถูกต้อง

- ก. ต้มผ้า วาดลาย ลงเทียน ลงสี เคลือบผ้า ตัดเย็บ
- ข. วาดลาย ลงเทียน ลงสี เคลือบผ้า ต้มผ้า ตัดเย็บ
- ค. วาดลาย ลงเทียน เคลือบผ้า ลงสี ต้มผ้า ตัดเย็บ
- ง. ลงเทียน วาดลาย ลงสี ต้มผ้า เคลือบผ้า ตัดเย็บ

หน่วยที่ 2 การวางแผนกลยุทธ์

6. ข้อใดต่อไปนี้ ไม่ใช่ วัตถุประสงค์ของวางแผนกลยุทธ์

- ก. วางแผนการตัดสินใจ และการดำเนินงานในธุรกิจ
- ข. การกำหนด วิสัยทัศน์ ภารกิจ และเป้าหมาย
- ค. การช่วยรัฐให้มีรายได้จากการเสียภาษี
- ง. มีผลตอบแทนด้านการลงทุน

7. ข้อใดต่อไปนี้ เป็นกระบวนการกำหนดแผนกลยุทธ์

- ก. วิเคราะห์ SWOT → กำหนดทิศทาง → กำหนดกลยุทธ์ → ปฏิบัติ → ควบคุมและ

ประเมินผล

- ข. กำหนดทิศทาง → วิเคราะห์ SWOT → กำหนดกลยุทธ์ → ควบคุมประเมินผล
- ค. วิเคราะห์ภายใน → วิเคราะห์ภายนอก → กำหนดกลยุทธ์ → ประเมินผล
- ง. กำหนดกลยุทธ์ → วิเคราะห์ภายนอก → วิเคราะห์ภายใน → กำหนดทิศทาง →

ควบคุมและประเมินผล

8. ธุรกิจที่จัดอยู่ในภาวะเสี่ยง หมายถึงข้อใด

- ก. ระดับการคุกคามต่ำ โอกาสทางการตลาดต่ำ
- ข. ระดับการคุกคามสูง โอกาสทางการตลาดต่ำ
- ค. ระดับการคุกคามต่ำ โอกาสทางการตลาดสูง
- ง. ระดับการคุกคามสูง โอกาสทางการตลาดสูง

9. ข้อความใดต่อไปนี้ เป็นข้อความภารกิจ

- ก. “บริษัทเป็นผู้นำบุคคลมาไว้ด้วยกันที่ดีที่สุดในโลก ช่วยให้คุณมีความสุขใน

การที่จะสื่อสารด้วยระบบสารสนเทศในทุกที่และทุกเวลา”

- ข. “การใช้เซิร์ฟเวอร์ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าทุกคน”
- ค. “การรับจัดนำเที่ยวเฉพาะในประเทศไทย”
- ง. “เป็นบริษัทคอมพิวเตอร์สำหรับทุกสำนักงาน และทุกบ้านที่ใช้ซอฟต์แวร์เป็น

เครื่องมือ”

10. ข้อใดต่อไปนี้เป็นทางเลือกกลยุทธ์ในระดับธุรกิจ
- ก. กลยุทธ์การเจริญเติบโต
 - ข. กลยุทธ์การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน
 - ค. กลยุทธ์ในการวิจัยและพัฒนา
 - ง. กลยุทธ์ตลาดเฉพาะ
11. ก่อนการปฏิบัติงานตามแผนกลยุทธ์ ผู้วางแผนจะต้องทราบเรื่องใดก่อน
- ก. ผู้นำแผนไปปฏิบัติ
 - ข. กิจกรรมที่จะปฏิบัติ
 - ค. ปฏิบัติกิจกรรมอย่างไร
 - ง. ทุกข้อรวมกัน
12. ระดับของการควบคุมแผนกลยุทธ์มีกี่ระดับ อะไรบ้าง
- ก. มี 3 ระดับ คือ ก่อน ระหว่าง และหลังดำเนินการ
 - ข. มี 2 ระดับ คือ ก่อน และหลังดำเนินการ
 - ค. มี 4 ระดับ คือ ก่อน ระหว่าง ปรับปรุงแก้ไข และหลังดำเนินการ
 - ง. มี 3 ระดับ คือ ก่อน ปรับปรุงแก้ไข และหลังดำเนินการ

หน่วยที่ 3 แผนการตลาด

13. ข้อใดต่อไปนี้ ไม่ใช่ แนวคิดทางการตลาด
- ก. สมองความต้องการ
 - ข. สมองตอบด้านความจำเป็น
 - ค. เสนอขายสินค้าที่ดี
 - ง. ผลตอบแทนด้านกำไร
14. ข้อใดต่อไปนี้เป็นการศึกษาพื้นฐานแรก ในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค
- ก. จะซื้อสินค้าหรือบริการอะไร
 - ข. จะซื้อสินค้าหรือบริการที่ไหน
 - ค. จะซื้อสินค้าหรือบริการกับใคร
 - ง. จะซื้อสินค้าหรือบริการอย่างไร

15. ผู้บริโภคที่ชอบอยู่รอบกลุ่ม และมีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง จัดอยู่ในเกณฑ์การแบ่งส่วนของตลาดลักษณะใด

- ก. ลักษณะของจิตวิทยา
- ข. ลักษณะพฤติกรรม
- ค. ลักษณะทางสังคม
- ง. ลักษณะประชากร

16. ช่วงวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ช่วงใดโดยทั่วไปแล้วจะให้ผลกำไรอยู่ในระดับสูงสุด

- ก. ช่วงแนะนำ
- ข. ช่วงเจริญเติบโต
- ค. ช่วงเจริญเติบโตเต็มที่
- ง. ช่วงตกต่ำ

17. ข้อใดต่อไปนี้ ไม่ใช่ การผลิตสินค้าแบบมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

- ก. เปิดร้านขายของชำ เช่น ข้าวสาร น้ำตาล ผัก ผลไม้
- ข. เปิดร้านจำหน่ายรถยนต์ ยี่ห้อ เบนซ์
- ค. ผลิตแชมพูสระผมที่ทำจากสมุนไพรธรรมชาติ ขจัดรังแค
- ง. ผลิตเสื้อยืดสีเหลือง มีทั้ง Side S M L

18. ข้อใดต่อไปนี้ ไม่ใช่ วัตถุประสงค์ของบรรจุภัณฑ์ (Packaging)

- ก. ป้องกันการเสียหายที่อาจเกิดกับตัวสินค้า
- ข. สื่อรายละเอียดต่างๆ ให้กับลูกค้า
- ค. สวยงาม สะดวกต่อการพกพา
- ง. ช่วยลดต้นทุนในการผลิต

19. ข้อใดต่อไปนี้ กล่าวถึง หน้าที่หลักของผู้ค้าปลีกได้ชัดเจน

- ก. ทำให้พ่อค้าคนกลางทำงานได้สะดวกขึ้น
- ข. เป็นผู้จัดแบ่งสินค้าให้เป็นจำนวนย่อยๆ ตามความต้องการของลูกค้า
- ค. คนที่ขนถ่ายสินค้า และเก็บรักษาสินค้าจากผู้ผลิตกับพ่อค้าคนกลาง
- ง. ช่วยให้การซื้อสินค้าของผู้บริโภค ง่ายและสะดวกที่สุดเท่าที่ทำได้

20. การแจกตัวอย่างสินค้าฟรี ของยาสระผมที่ผลิตจากกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนแห่งหนึ่ง ให้กับนักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป ถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมการตลาด แบบใด

- ก. การโฆษณา
- ข. การประชาสัมพันธ์
- ค. การส่งเสริมการขาย
- ง. การขายโดยบุคคล

หน่วยที่ 4 แผนการผลิต

21. ข้อใดต่อไปนี้ ไม่ใช่ องค์ประกอบที่สำคัญของระบบการผลิต

- ก. ปัจจัยการผลิต
- ข. การรับประกันสินค้า
- ค. กระบวนการแปรรูป
- ง. สินค้าและบริการ

22. ข้อใด เป็นปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งของโรงงาน

- ก. แหล่งแรงงาน
- ข. แหล่งวัตถุดิบ แหล่งจำหน่าย
- ค. สาธารณูปโภค การคมนาคม
- ง. ทุกข้อรวมกัน

23. ในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพดี ผู้ผลิตสินค้าจะต้องตรวจสอบคุณภาพในขั้นต้นใดเป็นขั้นต้นแรก

- ก. การเลือกวัตถุดิบ
- ข. ระหว่างการผลิต
- ค. การสุ่มตรวจสอบสินค้า
- ง. การบรรจุสินค้าลงกล่อง

24. เครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพ ที่แสดงข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างต้นเหตุกับปัญหาทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการผลิตสินค้าที่ผิดพลาด

- ก. แผนภูมิควบคุม
- ข. แผนผังก้างปลา
- ค. ใบตรวจสอบ
- ง. แผนภูมิพาเรโต

25. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือ มผช. มีอายุในการรับรอง กี่ปี

- ก. 1 ปี
- ข. 2 ปี
- ค. 3 ปี
- ง. ไม่มีวันหมดอายุ

หน่วยที่ 5 แผนการเงิน

26. ข้อใดต่อไปนี้เป็นข้อมูลทางการเงิน

- ก. จำนวนสมาชิกในกลุ่ม
- ข. จำนวนผลผลิตที่ได้ต่อครั้ง
- ค. กำไรขั้นต้นก่อนหักค่าใช้จ่าย
- ง. นโยบายทางการเงินขององค์กร

27. คำว่า รายได้ หมายถึงอะไร

- ก. จำนวนผลตอบแทนที่ได้จากการดำเนินธุรกิจขององค์กร
- ข. จำนวนเงินสดที่ได้รับจากการขายสินค้าและบริการ
- ค. จำนวนเงินสดรับหักจากเงินสดจ่ายในงวดการผลิตเดียวกัน
- ง. จำนวนมูลค่าของสินทรัพย์ของกิจการที่เพิ่มขึ้น

28. งบดุล แสดงองค์กรรู้ถึงอะไรในการทำธุรกิจ

- ก. ให้รู้ถึงผลการดำเนินงานของธุรกิจในรอบระยะเวลาบัญชีหนึ่งๆ
- ข. ให้รู้ถึงผลการเปลี่ยนแปลงฐานะทางการเงินของธุรกิจ
- ค. ให้รู้ถึงฐานะการเงินของธุรกิจ ณ วันใดวันหนึ่ง
- ง. ให้รู้ถึงผลการเปลี่ยนแปลงในส่วนของผู้ลงทุน

29. งบกำไร-ขาดทุน แสดงองค์กรรู้ถึงอะไรในการทำธุรกิจ

- ก. ให้รู้ถึงผลการดำเนินงานของธุรกิจในรอบระยะเวลาบัญชีหนึ่งๆ
- ข. ให้รู้ถึงผลการเปลี่ยนแปลงฐานะทางการเงินของธุรกิจ
- ค. ให้รู้ถึงฐานะการเงินของธุรกิจ ณ วันใดวันหนึ่ง
- ง. ให้รู้ถึงผลการเปลี่ยนแปลงในส่วนของผู้ลงทุน

30. สูตรพื้นฐานที่ใช้ในการคำนวณปริมาณการขายที่คุ้มทุนพอดี คือข้อใด

ก. $\frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{ต้นทุนแปรผัน}}$

ข. $\frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{(\text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย})}$

ค. $\frac{\text{ต้นทุนการผลิต} + \text{ค่าใช้จ่ายการขายและดำเนินการ}}{\text{จำนวนหน่วยที่ผลิตได้}}$

ง. $\frac{\text{ต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วย} + \text{ต้นทุนแรงงานต่อหน่วย} + \text{ต้นทุนค่าเสื่อมราคาต่อหน่วย} + \text{ต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิตต่อหน่วย}}$

ภาคผนวก ค

เอกสารหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน
ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร

หลักสูตรฝึกอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพ
กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย
โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร

หลักสูตรฝึกอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร

หลักการและเหตุผล

ผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล มาจากการประยุกต์ใช้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ดั้งเดิมมาผลิตเป็นสินค้า อาหาร เครื่องแต่งกาย เครื่องมือ เครื่องใช้ และสินค้าที่ผลิตขึ้นจะมีความหลากหลาย แตกต่างกันไปตามสภาพความเป็นอยู่ของแต่ละพื้นที่ พื้นที่ใดมีทรัพยากรอะไรอยู่มากก็นำมาดัดแปลงให้เป็นของกินของใช้ เก็บไว้ใช้ในครัวเรือน และเมื่อเกิดความต้องการ ก็จะนำไปแลกเปลี่ยนกันระหว่างชุมชนจนเกิดเป็นการค้าขายขึ้น

การค้าขายในปัจจุบันมีการแข่งขันกันรุนแรงมาก กลุ่มชุมชนใดมีความรู้ มีประสบการณ์และสามารถปรับเปลี่ยนองค์กรของตนให้เข้ากับยุคสมัย ก็สามารถจะอยู่รอดได้ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เกิดมาจากการรวมตัวกันของคนในชุมชน ที่ยังไม่เคยประกอบธุรกิจ ไม่รู้ว่าการประกอบธุรกิจจะต้องทำอย่างไรบ้าง ต้องมีความรู้ในเรื่องใดบ้าง และจะทำอย่างไรให้ธุรกิจของในองค์กรหรือกลุ่มของตนมีผลกำไร

ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับปัญหา เพื่อให้กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้พัฒนาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ ทั้งด้านการตลาด การผลิต การบัญชี และการจัดการเชิงกลยุทธ์ และสามารถเขียนแผนกลยุทธ์สำหรับธุรกิจให้กับองค์กรได้

วัตถุประสงค์

เพื่อให้สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร ที่เข้ารับการฝึกอบรม มีความรู้ ในการดำเนินธุรกิจ

หัวข้อการฝึกอบรม

เนื้อหาการฝึกอบรม เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ ประกอบไปด้วยสาระสำคัญ 5 หน่วย ดังนี้

หน่วยที่ 1 เรื่อง ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผ้าบาติก

หน่วยที่ 2 เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์

หน่วยที่ 3 เรื่อง การตลาด

หน่วยที่ 4 เรื่อง การผลิต

หน่วยที่ 5 เรื่อง การบัญชี

วิธีการดำเนินการฝึกอบรม

วิธีการฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ ได้แก่

1. ด้วยการฟังบรรยายถึงการสัมมนา
2. อภิปรายตอบข้อซักถาม และกรณีตัวอย่าง
3. สร้างแผนกลยุทธ์ธุรกิจขององค์กร

คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

เป็นสมาชิก กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การคัดสรร โครงการ สุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2548 ระดับ 3 ดาว

สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม

1. สื่อโปรมแกรมนำเสนอ
2. เอกสารประกอบ รูปภาพประกอบ

การประเมินผล

1. แบบทดสอบความรู้ก่อนการฝึกอบรม
2. แบบทดสอบความรู้หลังการฝึกอบรม

วัน เวลา และสถานที่ฝึกอบรม

ระยะเวลาในการฝึกอบรม 2 วัน วันที่ 24-25 สิงหาคม พ.ศ. 2549

เวลาอบรม 8.00 น. - 16.00 น.

สถานที่ สถานที่ตั้งกลุ่มผ้าบาติก หาดทรายรี อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

งบประมาณในการดำเนินการ

1. ค่าอาหารกลางวัน (2x20x40)	1,600 บาท
2. ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม (4x20x30)	2,400 บาท
3. ค่าเอกสารและวัสดุประกอบการอบรม	2,000 บาท
รวมค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น	6,000 บาท

หลักสูตรฝึกอบรม
เพื่อพัฒนาศักยภาพ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย
โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร

คำนำ

หลักสูตรฝึกอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ฉบับนี้ เนื้อหารายละเอียดได้มาจากการศึกษาค้นคว้าเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญหลายท่าน

โดยหลักสูตรฝึกอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย นี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ มีสาระสำคัญประกอบด้วย ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับผ้าบาติก ขั้นตอนการบริหาร ส่วนประกอบ หน้าที่ รายละเอียด การวางแผนทางธุรกิจ การจัดการเชิงกลยุทธ์ การตลาด การผลิต และการบัญชี เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ ความเข้าใจ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจขององค์กร ให้มีศักยภาพพร้อมสำหรับการแข่งขันในปัจจุบัน และสามารถดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

ชินรส ละอองวรรณ

ผู้จัดทำ

สารบัญ

เนื้อหาหลักสูตร	หน้า
หน่วยที่ 1 ความรู้ทั่วไป เกี่ยวกับบาติก.....	1
ความหมาย ของบาติก.....	1
ประวัติความเป็นมา.....	2
เทคนิคการทำผ้าบาติก.....	4
วัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือการทำผ้าบาติก.....	5
ขั้นตอนการเตรียมการผลิตผ้าบาติก.....	11
สรุป.....	12
หน่วยที่ 2 การจัดการเชิงกลยุทธ์.....	13
ความหมายการจัดการเชิงกลยุทธ์.....	13
กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์.....	15
วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ.....	16
กำหนดทิศทางองค์กร.....	18
การนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติ.....	23
การควบคุมและประเมินผลกลยุทธ์.....	23
สรุป.....	24
หน่วยที่ 3 การตลาด.....	25
ความหมาย ตลาด.....	25
การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค.....	26
วัฏจักรผลิตภัณฑ์.....	28
กลยุทธ์ทางการตลาด.....	29
ส่วนประสมทางการตลาด 4 P's.....	32
สรุป.....	38
หน่วยที่ 4 การผลิต.....	40
ความหมาย การผลิต.....	40
การบริหารการผลิต.....	41
เกร็ดความรู้เกี่ยวกับผ้าบาติก.....	46

สารบัญ(ต่อ)

เนื้อหาหลักสูตร	หน้า
หน่วยที่ 4(ต่อ)	
กลยุทธ์ทางการผลิต.....	48
การควบคุมคุณภาพ.....	50
มาตรฐานผลิตภัณฑ์.....	52
สรุป.....	54
หน่วยที่ 5 การบัญชี.....	55
ความหมาย การบัญชี.....	55
การลงบันทึกทางบัญชี.....	56
งบทางการเงิน.....	59
การคำนวณจุดคุ้มทุน.....	63
อัตราส่วนทางการเงิน.....	64
สรุป.....	66
คู่มือการเขียนแผนธุรกิจ.....	67
บรรณานุกรม.....	94

หลักสูตรฝึกอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร

หลักการและเหตุผล

ผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล มาจากการประยุกต์ใช้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ดั้งเดิมมาผลิตเป็นสินค้า อาหาร เครื่องแต่งกาย เครื่องมือ เครื่องใช้ และสินค้าที่ผลิตขึ้นจะมีความหลากหลาย แตกต่างกันไปตามสภาพความเป็นอยู่ของแต่ละพื้นที่ พื้นที่ใดมีทรัพยากรอะไรอยู่มากก็นำมาดัดแปลงให้เป็นของกินของใช้ เก็บไว้ใช้เองในครัวเรือน และเมื่อเกิดความต้องการ ก็จะนำไปแลกเปลี่ยนกันระหว่างชุมชนจนเกิดเป็นการค้าขายขึ้น

การค้าขายในปัจจุบันมีการแข่งขันกันรุนแรงมาก กลุ่มชุมชนใดมีความรู้ มีประสบการณ์และสามารถปรับเปลี่ยนองค์กรของตนให้เข้ากับยุคสมัย ก็สามารถจะอยู่รอดได้ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เกิดมาจากการรวมตัวกันของคนในชุมชน ที่ยังไม่เคยประกอบธุรกิจ ไม่รู้ว่าการประกอบธุรกิจจะต้องทำอย่างไรบ้าง ต้องมีความรู้ในเรื่องใดบ้าง และจะทำอย่างไรให้ธุรกิจของในองค์กรหรือกลุ่มของตนมีผลกำไร

ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับปัญหา เพื่อให้กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้พัฒนาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ ทั้งด้านการตลาด การผลิต การบัญชี และการจัดการเชิงกลยุทธ์ และสามารถเขียนแผนกลยุทธ์สำหรับธุรกิจให้กับองค์กรได้

วัตถุประสงค์หลักสูตรฝึกอบรม เพื่อให้ผู้เข้าอบรม มีความรู้ในด้านต่างๆ ต่อไปนี้

1. มีความรู้ เกี่ยวกับผ้าบาติก ประวัติ วิวัฒนาการในประเทศไทย เทคนิค เครื่องมือ อุปกรณ์ ขั้นตอนการเตรียมการและกระบวนการผลิตผ้าบาติก
2. มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การกำหนดทิศทางองค์กร การวางแผนกลยุทธ์ การควบคุมและการประเมินผล
3. มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการตลาด การแบ่งส่วน การเลือก การวางตำแหน่งทางการตลาด ศึกษาพฤติกรรม วงจรผลิตภัณฑ์ และส่วนประสมทางการตลาด
4. มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการผลิต การบริหารการผลิต การจัดสายการผลิต การขนส่ง การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์
5. มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการบัญชี การจดบันทึกทางบัญชี งบการเงิน การคิดจุดคุ้มทุนและอัตราส่วนทางการเงิน

เนื้อหาสาระ หลักสูตรฝึกอบรม

เนื้อหาสาระหลักสูตร ฝึกอบรมเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ ประกอบไปด้วยสาระสำคัญ 5 หน่วย ดังนี้

หน่วยที่ 1 เรื่อง ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผ้าบาติก

หน่วยที่ 2 เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์

หน่วยที่ 3 เรื่อง การตลาด

หน่วยที่ 4 เรื่อง การผลิต

หน่วยที่ 5 เรื่อง การบัญชี

วิธีการดำเนินการฝึกอบรม

วิธีการฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ ได้แก่

1. ด้วยการฟังบรรยายถึงการสัมมนา
2. อภิปรายตอบข้อซักถาม และกรณีตัวอย่าง
3. สร้างแผนกลยุทธ์ธุรกิจขององค์กร

สื่อประกอบการอบรม

1. เอกสารประกอบการฝึกอบรม
2. สื่อโปรมแกรมนำเสนอ

การประเมินผล

1. ทดสอบความรู้ ของผู้เข้ารับการอบรม โดยตอบแบบทดสอบก่อนการฝึกอบรม เป็นชนิด 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ ใช้เวลา 30 นาที
2. ทดสอบความรู้ ของผู้เข้ารับการอบรม โดยตอบแบบทดสอบหลังการฝึกอบรม เป็นชนิด 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ ใช้เวลา 30 นาที

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

สมาชิก กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ที่เข้ารับการฝึกอบรม จะได้รับความรู้ การดำเนินธุรกิจ เรื่อง ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผ้าบาติก การจัดการเชิงกลยุทธ์ การตลาด การผลิต และการบัญชี สามารถนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาศักยภาพด้านแข่งขันของสินค้าและบริการให้มากขึ้น

หน่วยที่ 1

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ ผ้าบาติก

คำอธิบายเนื้อหา

ศึกษาประวัติ ความหมาย ความเป็นมาของผ้าบาติก วิวัฒนาการของผ้าบาติกในประเทศไทย เทคนิควิธีต่างๆที่ใช้ในการในการทำผ้าบาติก การเลือกใช้วัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ การเลือกผ้าชนิดต่างๆ การผสมสีระบาย การผสมน้ำเทียน ทำเลที่ตั้งเหมาะสม บุคคลากร กระบวนการผลิตผ้าบาติกแบบระบาย และขั้นตอนในการเตรียมการก่อนการผลิตผ้าบาติก

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. บอกความหมายผ้าบาติกได้
2. บอกประวัติความเป็นมาของผ้าบาติกในไทยได้
3. อธิบายเทคนิคการทำผ้าบาติกได้
4. เลือกใช้เครื่องมือและวัสดุที่ใช้ทำผ้าบาติกได้
5. อธิบายกระบวนการผลิตผ้าบาติกได้

เนื้อหา

1. ความหมายของ บาติก

คำว่า บาติก(Batik) เป็นภาษาชวากำเนิดจากชาวชวาเป็นคำกริยาที่มาจากคำว่า TIK ที่มีความหมายว่าเป็นการทำให้เป็น จุด, แด้ม, ดวง, หยด(Spots)หรือ(Dots) ในความหมายอย่างกว้างหมายถึงการวาดเขียน(Drawing)การวาดระบายสี(Painting)หรือการเขียน(Writing)อย่างไรคำว่าบาติก ไม่ได้พบในภาษาชวาดั้งเดิมซึ่งเราอาจสรุปว่า บาติก(Batik)อาจเป็นคำที่เกิดขึ้นในช่วงหลังมากกว่า คำว่าบาติกเกิดครั้งแรกในศาสนาของดัตช์ซึ่งเป็นศาสนาประกาศขึ้นฝั่งเพื่อค้าขายทางเรือจากปัตตาเวียถึงเบงกอลและสุมาตรา ในศตวรรษที่ 17 ซึ่งเป็นผ้าที่ออกแบบมีสีสัน

บาติก เป็นคำที่ใช้ถึง วิธีเจาะจงของการประยุกต์ ออกแบบที่มีสีสันกับผ้า (Fabric) วิธีนี้เกี่ยวข้องกับक्रमक्रमเรื่องของการออกแบบด้วยการใช้สาร (Substance) ปกติเป็นไขเหลว (Liquid Wax) ซึ่งเป็นสารยึดหยุ่นที่ได้จากขี้ผึ้งหรือสารชนิดอื่นๆที่มีลักษณะทางกายภาพคล้ายกับขี้ผึ้ง ใช้ในการรักษาสีดั้งเดิมของผ้าขณะที่กำลังระบายสีนั้นอาจเป็นขี้ผึ้งหรือแป้งเบรียกที่ทำด้วยข้าวหรือโคลนที่ใช้เป็นตัวรักษาสีดั้งเดิม ดังนั้นผ้าที่ถูกกระทำอาจมีสีเดียวหรือหลายสีก็ได้ขึ้นกับจำนวนการใช้ไขหรือสารกั้นสีและโอกาสเมื่อฟ้าทำปฏิกิริยากับสารสีหรือสีย้อม (Dyes)

2. ประวัติความเป็นมาของ บาติก

นักวิชาการเชื่อว่า บาติก พบในยุคแรกใน 4 แถบ คือ ตะวันออกไกล ตะวันออกกลาง เอเชียกลางและอินเดีย การกำหนด บาติก เข้าใจกันว่าแต่ละพื้นที่พัฒนาโดยไม่เกี่ยวข้องกัน โดยไม่ได้รับอิทธิพลการค้า หรือการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามมันก็เหมือนกับงานแกะสลัก ที่แพร่จากเอเชียไปสู่เกาะต่างๆ ของเมเลย์ และจากตะวันตกไปสู่ตะวันออกกลางผ่านกองคาราวาน เช่น บาติกในบางแห่งเป็นของสำคัญที่สะสมไว้ เช่น การเก็บรักษาใน Shoso-In Repository ของคลังสมบัติอิมพีเรียล (Imperial Treasures) ในประเทศญี่ปุ่นบาตรริกเหล่านี้ทำด้วยไหม และอยู่ในรูปของการสกรีนและเป็นไปได้ว่าทำโดยจิตรกรชาวจีน อาจเป็นชาวจีนพื้นเมืองหรือไม่ก็เป็นพวกที่อพยพไปจากต่างประเทศ และพวกเหล่านี้คาดว่าอยู่ในยุคนารา(ค.ศ. 710-794) ญี่ปุ่นได้รับอิทธิพลจากราชวงศ์ซุย (Sui) และ (Tong) และบาติกไหม เหล่านี้มักจะเขียนเป็นรูปต้นไม้และสัตว์ นักดนตรี เป่าขลุ่ย ฉากล่าสัตว์ และภาพภูเขา

ประเทศญี่ปุ่นมีการทำบาติกมาก่อนราชวงศ์ซุย และมีความเป็นไปได้มากที่บาติกผ้าไหม จะถูกส่งไปประเทศญี่ปุ่น ไปเอเชียกลางและที่อื่นๆตามเส้นทางสายไหมไปสู่ตะวันออกกลางและอินเดีย

ในประเทศอินเดียมีการทำบาติกกับผ้าฝ้าย (Cotton) แต่ไม่พบว่าผ้าบาติกที่เก่าแก่หลายๆ ที่พบในอินเดียบางที่อาจเป็นเพราะธรรมชาติของดินฟ้าอากาศ ซึ่งทำให้ไม่สามารถรักษาผ้าได้ ภายจิตรกรรมฝาผนัง (Frescoes) ที่ถ้ำจู่ตะ ซึ่งพบว่ามีภาพผ้าโพกหัว และสิ่งทอซึ่งเป็นบาติกคล้ายกันหรือมีลักษณะเดียวกับโบสถ์ที่ปรักหักพังที่ชวา และบาฬีซึ่งทำให้นึกย้อนยุคไปสู่ศตวรรษที่ 13 ที่มีภาพสิ่งทอในรูปแบบที่เชื่อว่าเป็นบาติก ค.ศ. 1677 มีการส่งออกไปชวา สุมาตรา เปอร์เซีย และอินโดจีน เอเชียตอนกลาง แล้วแพร่ไปสู่สมณฑล

ซินเกียง (Sinkiang) และกังซู่ (Kansu) ก็ได้

ในอียิปต์(Egypt) จะใช้ผ้าลินินและบางครั้งก็เป็นผ้าขนสัตว์ ที่ถูกเจาะ (Excarated) ที่มีรูปแบบสีขาวบนพื้นสีดำ แม้ว่าอียิปต์จะใช้เป็นผ้าห่อศพ (Shrouds) ก็มีเหตุผลที่เป็นความเชื่อว่าจะรักษาและแขวนหรือ คลุมแท่นบูชาในวิหารบาติกเหล่านี้เป็นบาตรริกที่เก่าแก่ที่สุดเท่าที่ทำในอียิปต์และเป็นไปได้ด้วยว่าอยู่ในประเทศซีเรีย (Syria) และอยู่ในช่วงคริสต์ศักราชที่ 15

ผ้าบาติก หรือ ‘ผ้าปาเต๊ะ’ เป็นคำที่ใช้เรียกผ้าชนิดหนึ่งที่มีวิธีการทำโดยใช้เทียนปิดส่วนที่ไม่ต้องการให้ติดสี แหล่งกำเนิดของผ้าปาเต๊ะมาจากไหนยังไม่เป็นข้อยุตินักวิชาการจากยุโรปหลายคนเชื่อว่ามันในอินเดียมาก่อนแล้วจึงแพร่เข้าไปในอินโดนีเซียอีกหลายคนว่ามาจากอียิปต์หรือเปอร์เซีย

แม้ว่าจะมีการค้นพบผ้าบาติกที่มีอายุเก่าแก่ในประเทศ อื่นๆ ทั้งอียิปต์ อินเดีย และญี่ปุ่น แต่หลายคนก็ยังเชื่อว่าผ้าบาติกเป็นของดั้งเดิมของชาวชวา ประเทศอินโดนีเซีย และยืนยันว่าศัพท์เฉพาะที่เรียกวิธีการและขั้นตอนในการทำเป็นศัพท์ ภาษาอินโดนีเซีย

อินโดนีเซีย เป็นพื้นที่ที่บาติกได้เข้าไปถึงในช่วงที่รุ่งเรืองที่สุด เริ่มต้นในอดีตที่ใช้โดยสตรีผู้สูงศักดิ์ ต่อมาก็กลายเป็นเครื่องหมายแสดงความแตกต่างของคนชั้นสูงหรือพวกขุนนาง ในคริสต์ศตวรรษที่ 13 การทำผ้าบาติกผูกขาดโดยสุลต่านและจัดว่าเป็นศิลปะในราชสำนักโดยมีสตรีในราชสำนักเป็นผู้ผลิตและเมื่อมีการแพร่หลายมากขึ้นก็ใช้ในหมู่ครอบครัว คนใช้ ขุนนาง และสมาชิกอื่นๆ ในสังคมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผ้าบาติกที่ละน้อย สุดท้ายก็กลายเป็นเครื่องแต่งกายประจำชาติที่ใช้กันทั่วเกาะในอินโดนีเซีย และในศตวรรษที่ 17 ได้มีพ่อค้าบางคนนำบาติก จากอินโดนีเซียไปสู่ฮอลแลนด์และมีการส่งผ้าลินินจากต่างประเทศเข้ามา

ในการออกแบบและผลิตในช่วงแรกเป็นเรื่องที่ประหลาดชาวชวาคือ เซอร์โทมัส ราฟเฟิลส์ ได้พิมพ์หนังสือเกี่ยวกับความเป็นมาของบาติก ที่ปลูกให้เกิดความสนใจอย่างใหญ่หลวงและนำไปสู่การศึกษาความเป็นไปได้ของตลาด วิธีการและการใช้สีและความเป็นไปได้ของการพัฒนาเครื่องจักรที่ผลิตเลียนแบบบาติกโดยการพิมพ์ที่ถูกต้องกว่าพิมพ์ด้วยมือแบบดั้งเดิม

ใน ค.ศ. 1940 ชาวอังกฤษ พยายามผลิตเลียนแบบผ้าบาติกเพื่อส่งมาจำหน่ายในเกาะชวา แต่ชาวอังกฤษพบว่าไม่ได้เป็นเรื่องที่จะผลิตเลียนแบบบาติก โดยวิธีการผลิตแบบใหม่หรือไม่สามารถเลียนแบบให้สวยงามอย่างแบบดั้งเดิม การเลียนแบบเป็นเรื่องยากที่จะใช้สีที่ทำจากพืชในท้องถิ่นและรูปแบบที่มีความซับซ้อนเช่นนั้นที่มีแท่นพิมพ์และลูกกลิ้งมากมายที่ต้องใช้ในการผลิตบาติกเป็นการทำที่เก๋เก๋ต้นทุนสูง

ในช่วงต้นปี ค.ศ. 1900 เยอรมนีได้พัฒนา jaunting ที่ทำด้วยแก้วและอิเล็กทรอนิกส์ ที่นำความร้อน เครื่องมือที่เขียนขึ้นด้วยการมีปุ่มที่ควบคุมได้สำหรับการใช้ผลิตผ้าบาติกที่ละมาก ๆ เป็นวิธีที่ใช้เฉพาะการผลิตผ้าบาติกประเภทเครื่องตกแต่งบ้านและผ้าปูโต๊ะ ซึ่งจำกัดพื้นที่ที่เขียนในวิธีที่จำกัดจะให้ผลเกิดลวดลายที่กึ่งทึบแสงและมีลักษณะที่ดึงดูดใจ

วิวัฒนาการการทำผ้าบาติกในประเทศไทย

ปัจจุบันแม้ว่าจะมีการทำผ้าบาติกในหลายจังหวัดในประเทศไทย แต่การแพร่หลายของผ้าบาติกนั้นเข้ามาทางจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยรับเทคนิคการทำผ้าบาติกมาจากประเทศมาเลเซีย

คนไทยรู้จักผ้าบาติกในลักษณะของ “ผ้าพันหรือผ้าปาเต๊ะพัน” โดยเรียกตามวิธีหนึ่ง คือพันรอบตัว คำว่า ไสรง ก็มาจากภาษาอินโดนีเซียเช่นเดียวกัน ซึ่งหมายถึง ผ้าถุง คนในท้องถิ่นภาคใต้เรียกผ้าบาติกว่า ผ้าปาเต๊ะ หรือ ผ้าบาเต๊ะ คนรุ่นเก่าเรียกผ้าบาติกที่ไม่ผลิตในประเทศไทยว่า ผ้ายาวอ หรือ จาวอ (Fawa,Java) ซึ่งหมายถึง ผ้าชวา และเรียกชื่อต่างกันตามลักษณะของผ้าเป็นภาษาพื้นเมืองชายแดนภาคใต้ 4 ชนิด คือ

1. จาวอ ตูเลส (Java Tulis) ใช้เรียกผ้าปาเต๊ะที่ใช้เทคนิคการเขียนเทียน ด้วยจันตัง (เครื่องมือที่ใช้เขียนขึ้นด้วยมือ) ตลอดทั้งผืน

2. จาวอ ตูเก (Java Tuke) ผ้าชาวกระบอกไม้ไผ่ ผ้าคุณภาพชั้นดี เนื้อดี เบาบาง และสามารถม้วนเก็บไว้ได้เพียงหนึ่งกำมือเท่านั้น นอกจากนี้ยังแสดงถึงกรรมวิธีในการเก็บผ้าในสมัยโบราณ ที่ม้วนเก็บในกระบอกไม้ไผ่โดยอบกระวานและการพูล

3. จาวอ ปือละ (Java Beulet) หมายถึงผ้าพันขวา คือผ้าที่มีความยาวประมาณ 3.5 - 4 หลา เป็นลักษณะของผ้าที่ไม่เย็บตะเข็บผ้าให้ติด กัน แต่จะใช้วิธีนุ่งแบบ พันรอบตัว

4. จาวอ ซือเปะ (Java Seupet) ผ้าชาวตราดออกจิกเป็นผ้าถุงคุณภาพดี มีตราดออกจิกเป็นเครื่อง หมายถึงการค้าและเป็นที่ยอมรับมากในหมู่ผู้มีฐานะดี

ชาวไทยในจังหวัดชายแดนภาคใต้ เรียนรู้วิธีการทำผ้าบาติกโดยได้รับเทคนิคจากมาเลเซีย เทคนิคการทำผ้าบาติกเป็นเทคนิคที่มักจะปกปิดเป็นความลับและถ่ายทอดกันเป็นตระกูล ชาวไทยในจังหวัดชายแดนภาคใต้โดยเฉพาะในจังหวัดนราธิวาส จะศึกษาวิธีการทำผ้าบาติก โดยเดินทางไปเป็นลูกจ้างในโรงงานทำผ้าบาติกของญาติพี่น้องในประเทศมาเลเซีย และจดจำเทคนิคต่างๆ โดยการสังเกต และประสบการณ์ในการทำงานเมื่อได้ความรู้แล้ว จึงเดินทางกลับมามาตั้งโรงงานบาติกในประเทศไทย ซึ่งส่วนมากจะตั้งอยู่ที่อำเภอ สุโงโกล-ลก จังหวัดนราธิวาส มีโรงงานบาติกทั้งขนาดใหญ่ ที่มีโรงเรือนแยกออกเป็นแผนกและโรงงานขนาดเล็ก ซึ่งอาศัยได้ทุนเรือนหรือโรงงานเล็กๆ ตั้งอยู่ภายในสวนยางเป็นแหล่งผลิต ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับฐานะทางการเงินของผู้ผลิต

3. เทคนิคการทำผ้าบาติก

เทคนิคการทำผ้าบาติกนั้นมีหลายวิธีการ แต่ละเทคนิคจะขึ้นอยู่กับความต้องการในการสร้างลวดลาย รูปแบบที่แตกต่างการตอบสนองความต้องการ ในแง่ของประโยชน์ใช้สอยและความสวยงาม การทำผ้าบาติกแบ่งได้ดังนี้

1. บาติกลายเขียนย้อมสี เป็นการทำผ้าบาติกที่ใช้เทคนิคการเขียนเทียนเพื่อกั้นสีหรือปิดส่วนที่ไม่ต้องการให้ติดสี และเพื่อสร้างรูปแบบลวดลายหลังจากนั้นนำผ้าไปย้อมสีบาติกในการย้อมสามารถทำให้หลากสีได้ โดยเริ่มต้นจากการย้อมสีอ่อนเมื่อแช่ผ้าที่ย้อมไว้ตามกำหนดเวลาจะนำผ้าไปซักเพื่อนำกากสีที่ย้อมออก และหากต้องการให้ผ้าบาติกที่ย้อมมีหลายสีสามารถทำได้โดยทำผ้าที่ย้อมครั้งแรกที่ตากไว้จนแห้งสนิทมาเขียนลวดลายเส้นเทียนปิดทับลงไปอีกครั้งเมื่อเขียนเทียนเสร็จ นำไปย้อมสีเป็นครั้งที่ 2 และใช้เทคนิคเดียวกันในการย้อมสีครั้งต่อไป จนได้สีตามต้องการ

บาติกลายเขียน ในอินโดนีเซียจะเรียกว่า Toils Batik เป็นงานบาติกลายเขียนโดยใช้ Jaunting และส่วนใหญ่จะเป็นผู้หญิงที่ทำบาติกลายเขียนเนื่องจากเป็นงานที่ละเอียด ส่วนผู้ชายจะเป็นผู้ทำบาติกพิมพ์ด้วยบล็อกพิมพ์ซึ่งเป็นงานที่ค่อนข้างหนัก

2. บาติกลายพิมพ์ย้อมสี ลักษณะบาติกลายพิมพ์ เป็นงานบาติกที่ต้องการการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตจำนวนมาก ในระยะเวลาอันสั้น ลักษณะเทคนิคการทำงานคล้ายบาติกลายเขียนย้อมสี แต่

จะใช้วิธีการพิมพ์เทียนให้เกิดลวดลายการเขียนด้วยปากกาหรือกรวยลักษณะของแม่พิมพ์ที่ใช้จะทำด้วยโลหะประเภททองแดง ทองเหลือง สังกะสี ไม้ฉลุหรืออาจทำมาจากเชือก แม่พิมพ์ หรือบล็อกพิมพ์ เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า แคป (Tjap) แม่พิมพ์ที่ทำจากโลหะเป็นแม่พิมพ์คุณภาพดีโดยเฉพาะทองแดงสามารถเก็บความร้อนและน้ำเทียนได้ดีที่สุด และสามารถแสดงรายละเอียดได้มากกว่าหลังจากที่พิมพ์เทียนเรียบร้อยแล้วจะนำผ้าไปย้อมสีตามต้องการ จะใช้เทคนิคเดียวกันกับบาติกลายเขียนย้อมสี

3. บาติกพิมพ์เทียนระบายสี เป็นบาติกที่ใช้การพิมพ์เทียนเพื่อสร้างลวดลายส่วนใหญ่พบในระบบอุตสาหกรรมหรือโรงงานที่ต้องการปริมาณการผลิตจำนวนมากๆเมื่อพิมพ์เทียนด้วยแม่พิมพ์แล้วจะทำการระบายสีเพื่อให้เกิดรูปแบบสีล้นที่สวยงามหลากหลายสีกว่าการพิมพ์ย้อมสี

4. บาติกแบบระบายหรือบาติกลายเขียนระบายสี การทำบาติกแบบระบายเป็นการพัฒนาบาติกจากงานหัตถอุตสาหกรรมเป็นงานเชิงจิตรกรรมโดยจะเปลี่ยนจากการย้อมสีเป็นการระบายด้วยพู่กันโดยใช้เทคนิคการเขียนเทียนหรือพิมพ์เทียน แต่โดยทั่วไปนิยมการเขียนเทียนด้วยปากกาเขียนเทียน (jaunting) มากกว่าการเขียนเทียนเพื่อเป็นการสร้างลวดลายและใช้เป็นตัวกันสี หรือปิดสีเก็บสีในส่วนที่ไม่ต้องการให้ติดสีซ้ำอีก ลักษณะงานบาติกแบบระบายมักจะเป็นงานที่มีเอกลักษณ์ รูปแบบไม่ซ้ำซ้อน ให้คุณค่าทางศิลปะสูงและมีการพัฒนารูปแบบและเทคนิคอย่างต่อเนื่อง

5. บาติกเทคนิคผสม เป็นการทำบาติกที่มีเทคนิคมากกว่า 1 เทคนิค ซึ่งอาจเป็นการระบายสีและย้อมสีหรือทั้งพิมพ์และเขียนลวดลายซึ่งจะทำให้ได้ผลงานอีกรูปแบบหนึ่ง

4. วัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตผ้าบาติก

1. วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการทำผ้าบาติก นั้นมีอยู่หลายชนิด ทั้งนี้แล้วแต่จะทำผ้าบาติกประเภทใด จะเป็นบาติกลายเขียน หรือบาติกลายพิมพ์ เครื่องมืออุปกรณ์บางอย่างจำเป็นสำหรับทำผ้าบาติกมีดังต่อไปนี้

1. ดินสอ มีความเข้มของไส้ดินสอขนาด 2 บี ใช้วาดหรือลอกลวดลายลงกระดาษไข
2. กระดาษไขชนิดบาง ใช้ลอกแบบลวดลายจากต้นฉบับหรือนำมาลอกลงบนผืนผ้า

ชิ้นงาน

3. ปากกาเขียนเทียนจันตัง (Canting or Tjanting) มีทั้งแบบรูปกรวยด้านปลายเจาะรูทำด้วยวัสดุประเภททองแดงหรือทองเหลือง ใช้ตักน้ำเทียนเพื่อเขียนลวดลายลงบนผืนผ้าและแบบลูกตุ้มมีเส้นด้ายหรือใช้เชือกพันรอบปากกาให้เป็นลูกตุ้มด้านปลายลูกตุ้มมีแกนปลายแหลมผ่าซีกทำจากทองแดง หรือทอง เหลืองเพื่อให้ น้ำเทียนไหลผ่านในขณะที่เขียนลวดลายลงบนผืนผ้า สำหรับให้น้ำเทียนไหลออก ปลายท่อที่ใช้ในการเขียนเส้นเทียนจะมีขนาดที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้ลวดลาย และขนาดของเส้นเทียนที่แตกต่างกันมีอยู่ 4 ขนาด ได้แก่

เบอร์ L (Large Size) เป็นปากกาที่มีปลายท่อใหญ่ ขนาดเส้นเทียนจะโตน้ำเทียนไหลออกเร็ว

เบอร์ M (Middle Size) เป็นปากกาที่มีปลายท่อไม่ใหญ่เกินไปมีขนาดพอดี เส้นเทียนจะไม่ใหญ่หรือเล็กจนเกินไปควบคุมได้ง่าย

เบอร์ S (Small Size) เป็นปากกาที่มีปลายท่อเล็ก เส้นเทียนจะมีขนาดเล็กเหมาะสำหรับงานที่ต้องการความประณีตแต่มีปัญหาการอุดตันได้ง่าย

เบอร์ SS (Super small Size) เป็นปากกาเขียนเทียนที่มีลักษณะเล็กพิเศษเหมาะสำหรับงานที่ต้องการรายละเอียดของเส้นเทียนที่ประณีต ค่อนข้างอุดตันได้ง่ายมาก

4. พู่กันและแปรงทาสี (Brush) ใช้ระบายสีและน้ำลงบนชิ้นงาน ควรมีพู่กันหลายขนาดเพื่อสะดวกในการระบายในพื้นที่กว้างและแคบๆ โดยทั้งพู่กันกลมแบนแปรงขนอ่อน และแปรงขนกระต่าย

5. เทียนไข (Wax) และขี้ผึ้ง (Bee Wax) หลอมละลายผสมกันเพื่อใช้เขียนลวดลายและใช้เป็นแนวป้องกันไม่ให้น้ำสีซึมผ่านถึงกันคุณสมบัติของขี้ผึ้งจะมีความเหนียวเกาะจับผ้าได้ดี

6. กรรไกรตัดผ้าใช้ตัดผ้า และกระดาษไขตามขนาดที่ต้องการ

7. กรอบไม้รูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสหรือสี่เหลี่ยมผืนผ้าตามขนาดของผ้าชิ้นงาน ไม้ที่ใช้ทำกรอบต้องอ่อนนุ่มและสามารถปรับขนาดตามที่ต้องการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

8. เป็กหรือลวดเย็บใช้ซึ่งผ้าชิ้นงานให้ยึดติดแน่นบนกรอบไม้

9.เตาสำหรับต้มเทียนที่เหมาะสมที่สุด ควรจะเป็นเตาไฟฟ้าที่สามารถปรับอุณหภูมิได้ เพราะสามารถควบคุมอุณหภูมิความร้อนของน้ำเทียนได้พอดี ตลาดเวลาในการเขียนเทียนหากอุณหภูมิร้อนเกินไปจะทำให้เส้นเทียนกระจายโต พู่ไม่สวยงาม น้ำเทียนจะไหลเร็วทำให้ควบคุมลำบาก แต่ถ้าต่ำเกินไปน้ำเทียนจะไม่ไหลและไม่ทะลุผ้า ทำให้ไม่สามารถกันสีได้ อุณหภูมิการหลอมเหลวควรจะใช้ประมาณ 120-140 องศาเซลเซียส ถ้าเป็นเตาไฟฟ้าควรปรับอุณหภูมิเบอร์ 1-1.5 และควรใช้แผ่นกระเบื้องรองพื้นเพื่อป้องกันความร้อน ส่วนภาชนะที่ใช้สำหรับต้มเทียน ต้องเป็นภาชนะประเภทโลหะที่เก็บความร้อนได้ดี เช่น อะลูมิเนียม สแตนเลส เหล็ก ทองแดงหรือภาชนะเคลือบก็ได้ เป็นภาชนะที่มีปากกว้าง ก้นลึกมีหูจับสะดวกสามารถจุ่มตักน้ำเทียนได้สะดวก

10. แก้ว ใช้ผสมสีต่าง ๆ ตามที่ต้องการ

11. ไล่แห้งหรือลวดแทง ใช้เพื่อแก้ปัญหาการอุดตันของปลายท่อ ทำจากไม้กลึงกลมและเส้นลวดสปริงขนาดเล็กหรือสายกีตาร์เบอร์เล็กสุดใช้แทงเข้าไปในปลายต่อเนื่อง ต้องทำขณะที่ปากกาเขียนเทียนยังร้อนอยู่เพื่อให้การไหลของน้ำเทียนสะดวกขึ้น

12. ขาเหล็ก ใช้สำหรับตั้งรับกรอบไม้ สามารถเคลื่อนที่ได้ง่าย เพื่อสะดวกในการปฏิบัติงานจะมี 4 ขา แยกกัน หรืออาจจะมี 2 ขา ชนิดวางกรอบไม้ฟาดทับได้

13. อ่างย้อมสี หรือกะละมัง มีขนาดเท่ากับขนาดที่ใช้ซักเสื้อผ้า ใช้ย้อมสีหรือต้มผ้าชิ้นงาน

14. เตาไฟใช้รีดผ้าชิ้นงานให้เรียบ

15. โซดาแอช ละลายในน้ำเปล่าใช้ผสมลงไปนําสีย้อมเพื่อช่วยขจัดสิ่งสกปรกที่ติดอยู่บนผืนผ้าชิ้นงานเช่นสารฟอกขาวแข็งที่เคลือบบนผืนผ้าของเส้นด้ายยีนฯลฯช่วยทำให้ผ้าอ่อนนุ่ม

16. เกลือแกงใช้ผสมลงไปนําสีย้อมเพื่อช่วยในการติดสีและป้องกันสีตกบนผืนผ้าชิ้นงาน

17. โซเดียมซัลเฟต ใช้สำหรับทาทับลวดลายบนผืนผ้าชิ้นงานในกรณีทำผ้าบาติกแบบพื้นทึบ

18. โซเดียมไฮโดรซัลไฟที่ใช้ผสมลงไปนําสีแวตเพื่อช่วยในการย้อมติดสีในผืนผ้า

19. สบู่เทียม (Wetting agent) จะใช้หรือไม่ใช้ก็ได้เนื่องจากเป็นสารเคมี ช่วยในการกำจัดสิ่งสกปรกที่เคลือบอยู่บนผืนผ้า

20. ผงซักฟอก ใช้ผสมน้ำแล้วต้มให้เดือดช่วยขจัดสิ่งสกปรกในขั้นตอนสุดท้ายของชิ้นงานหลังจากผ่านการย้อมหรือพื้นทึบมาแล้ว

2. ผ้าที่ใช้สำหรับทำบาติก ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติจำพวกฝ้าย ลินิน และไหม จากเส้นใยทั้งสังเคราะห์จำพวก เรยอน เส้นใยเหล่านี้ต้องนำมาปั่นเป็นเส้นด้ายขนาดเล็กก่อนเพื่อผลิตเป็นผ้าเนื้อบาง เนื่องจากการทำผ้าบาติกได้กล่าวมาแล้วว่าสีส้น ที่ปรากฏอยู่บนผืนผ้าจะต้องให้ซึมผ่านได้ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง โดยมีน้ำเทียนทำหน้าที่เป็นแนวป้องกันไม่ให้สีซึมผ่านไปถึงกันได้ ดังนั้นผ้าเกือบทุกชนิดที่นำมาทำบาติกจะต้องเป็นผ้าเนื้อบางโดยมีลักษณะพิเศษเฉพาะของเส้นใยชนิดต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ฝ้าย (Cotton) เป็นเส้นใยที่นำมาใช้ในธุรกิจสิ่งทอมากที่สุด โดยนำมาปั่นเป็นเส้นด้ายเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการทอผ้าได้เกือบทุกโครงสร้าง โดยเฉพาะบาติกกลุ่มผ้าฝ้ายที่นิยมนำมาทำได้แก่ผ้ามีสลิน (muslin) โดยมีคุณลักษณะพิเศษคือสามารถดูดซับความชื้นได้ดี ย้อมสีและสร้างลวดลายได้ง่าย ระบายความร้อนได้ดี สวมใส่สบายเนื่องจากฝ้ายมีความชื้นประมาณ 7-8 เปอร์เซ็นต์ของน้ำหนักเส้นใย

2. ลินิน (Linen) หรือแฟลกซ์ เป็นเส้นใยธรรมชาติที่ได้จากลำต้นของต้นแฟลกซ์ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากโครงสร้างจะเรียกชื่อแตกต่างกันไปเช่น ถ้าโครงสร้างอยู่ในรูปของเส้นใยเรียกว่าใยแฟลกซ์ ถ้าเป็นเส้นด้ายเรียกว่าด้ายแฟลกซ์เป็นโครงสร้างผ้าเรียกว่า ผ้าลินิน คุณลักษณะของเส้นใย

ดูดความชื้นได้ดี ระบายความร้อนเร็ว ผิวสัมผัสของผ้าราบเรียบแต่ยับง่าย ผ้าไม่อ่อนนุ่ม ลินินมีความชื้นประมาณ 12% ใช้สำหรับผ้า เช็ดหน้า เสื้อสตรี เป็นผ้าที่นำมาย้อมสีได้ดี

3. ไหม (Silk) เป็นเส้นใยธรรมชาติที่ได้จากสัตว์จำพวกหนอนไหม ผ้าประเภทนี้มีคุณสมบัติพิเศษคืออ่อนนุ่ม เป็นมัน ความเหนียวสูง มีความยืดหยุ่นตัวดี ย้อมสีได้ง่าย สวมใส่สบาย เนื่องจากมีความชื้นประมาณ 11 % ผ้าไหมที่นิยมนำมาทำบาติกแบบระบาย ได้แก่ ไหมไทย ไหมจีน ไหมอินโดนีเซีย

4. เรยอน (Rayon) หมายถึงเส้นใยที่ได้จากพอลิเมอร์ธรรมชาติ หรือกึ่งสังเคราะห์ (Semi synthetic fibers) เรียกว่ารีเจนเนอเรตเตด เซลลูโลส (Regenerated Cellulose) ในกลุ่มนี้มีเส้นใยที่สำคัญ ได้แก่

วิสคอสเรยอน (Viscose Rayon) เส้นใยนี้นิยมนำมาทำเป็นกระดาษหรือเส้นใยทอผ้า มีคุณสมบัติพิเศษคือมีความเหนียวเมื่อเส้นใยแห้งสนิท ความเหนียวจะลดลงเมื่อเปียกน้ำ ดูดซับความชื้นและดูดซึมสีได้ดี ความชื้นในตัวเส้นใยสูงประมาณ 13% เมื่อนำมาสวมใส่ทำให้รู้สึกเย็นสบาย การยืดหยุ่นตัวดี ผ้าชนิดนี้เมื่อถูกรังสีความร้อนหรือแสงแดดทำให้คุณสมบัติทางด้านความเหนียวต่ำลง

คิวปราโมเนียมเรยอน (Cuprammonium Rayon) เป็นเส้นใยรีเจนเนอเรตเตดเซลลูโลสที่มีบทบาทสำคัญในธุรกิจสิ่งทอ เนื่องจากถูกนำมาใช้ในกระบวนการผลิตเส้นด้ายและทอผ้ากันอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะผ้าบาติก ชาวบ้านส่วนใหญ่เรียกผ้าชนิดนี้ว่าไหมเทียม เนื่องจากมีคุณสมบัติคล้ายผ้าไหมมากคือมีความเหนียวสูงเมื่อผ้าแห้งสนิท ดูดซับความชื้นได้ดี ทำให้เวลาย้อมหรือเพนท์สีบนผ้าเพื่อทำบาติกทำได้ง่าย สวมใส่สบายเนื่องจากมีความชื้นประมาณ 13% การยืดหยุ่นตัวดี ข้อควรระวังคือระวังเมื่อเวลาซักผ้าแล้วควรตากในที่ร่ม เนื่องจากคุณสมบัติในด้านความเหนียวจะลดลงเมื่อถูกรังสีจากแสงแดด

5. ผ้าป่าน (Voile) เป็นผ้าที่มีเนื้อนุ่ม น้ำหนักเบา ผ้าย้อมติดสีดี สีสวยสด เนื้อผ้าไม่ค่อยับ ผ้าบาติกของอินเดียนิยมทำมาจากผ้าป่านเหมาะสำหรับตัดเสื้อฤดูร้อน

ส่วนวิธีการตรวจสอบลักษณะของใยผ้าระหว่างใยธรรมชาติและใยสังเคราะห์นั้นอาจกระทำได้ด้วย

1. การดึงเส้นด้ายให้ขาดถ้าเป็นเส้นใยธรรมชาติจะขาดออกง่ายกว่า ปลายที่ขาดจะมีลักษณะปลายมน ถ้าเป็นใยสังเคราะห์จะดึงไม่ขาดหรือขาดยาก

2. การเผาไหม้ผ้าใยธรรมชาติจะติดไฟและไหม้เร็วเส้นด้ายจะเปลี่ยนเป็นขี้เถ้าสีเทาและนุ่มหรือถ้าใช้ไฟที่มีความร้อนสูงอาจไม่มีขี้เถ้า ส่วนใยสังเคราะห์จะไม่ค่อยติดไฟ และปลายเส้นด้ายจะหดตัวเข้าเป็นปมหรือเป็นตุ่มๆสามารถสังเกตได้ง่าย

3. ใช้น้ำหรือหมึกหยดถ้าเป็นผ้าใยธรรมชาติ จะซึมน้ำและกระจายไปอย่างรวดเร็ว กว่าผ้าใยสังเคราะห์

3. สีสำหรับการผลิตผ้าบาติก ด้วยวิธีการย้อมหรือเพ้นท์ ควรเลือกใช้สีให้เหมาะสมกับชิ้นงาน โดยไม่ส่งผลกระทบต่อน้ำเตียนที่ใช้เขียนลวดลายตามที่ต้องการ น้ำเตียนมีจุดหลอมละลายต่ำ ดังนั้นสีที่ใช้ควรเลือกประเภทย้อมเย็นที่มีอุณหภูมิไม่สูงเกินไป เช่น สีแวต (Vat) โซลูบิไลต์แวต (Solubilize vat) รีแอคทีฟ (Reactive) และเอโซอิก (Azoic)

สีแวต เป็นสีที่ไม่ละลายน้ำ ก่อนทำการย้อมต้องรีดิวซ์เพื่อเปลี่ยนให้อยู่ในรูปของลิวโคที่ละลายน้ำได้ (water soluble leuco) โดยใช้สารที่ช่วยในการละลาย ได้แก่ สารละลายต่าง สารรีดิวซ์เกลือ ฯลฯ ผสมลงไปในนําย้อมตามปริมาณที่ต้องการ คุณสมบัติพิเศษของสีชนิดนี้ช่วยในการจับยึดติดกับผ้าชิ้นงาน ทนต่อการเสียดสี ทนรังสีความร้อนและแสงแดดได้ดี จึงเหมาะสำหรับย้อมผ้าฝ้าย ลินิน เรยอน และไหม เป็นต้น

สีโซลูบิไลต์แวต เป็นสีที่ละลายในน้ำได้ดี มีคุณสมบัติพิเศษคล้ายสีแวต คือเมื่อย้อมบนชิ้นงานแล้วมีความคงทนถาวร ทนต่อการเสียดสี ความร้อนจากแสงแดดไม่ทำปฏิกิริยากับสีย้อมจึงเหมาะสำหรับผ้าฝ้าย ลินิน เรยอนและผ้าไหม ส่วนใหญ่สีที่ย้อมมักเป็นสีอ่อนที่ใช้ย้อมสีพื้น

สีรีแอคทีฟ เป็นสีที่มีประจุลบที่ละลายในน้ำ ย้อมได้ทั้งแบบย้อมเย็นหรืออุ่น (Cold/warm dyeing) และการย้อมร้อน (Hot dyeing) ดังนั้นจึงนำมาย้อมได้เพียงบางสีเท่านั้น ในกรณีทำผ้าบาติกควรเลือกใช้วิธีการย้อมเย็นหรืออุ่น เนื่องจากสีที่ย้อมเย็นสามารถทำปฏิกิริยาการย้อมระหว่างสีกับเส้นใยได้อย่างรวดเร็ว จึงทำให้ผ้าย้อมติดสีได้ง่าย คงทนต่อการซัก ทนแสงแดดและรังสีความร้อนได้ดี จึงเหมาะสำหรับการย้อมผ้า ฝ้าย ลินิน เรยอน และผ้าไหม

สีเอโซอิก ได้แก่ สีเอโซ (Azo) ที่ไม่ละลายน้ำ มีชื่อเรียกว่า แนปทอล (Naphthol) เกิดจากสารประกอบ 2 ชนิดที่ละลายน้ำได้ คือ แนปทอล และเกลือไดเอโซเนียม (Diazonium) คุณสมบัติพิเศษของสีชนิดนี้คือ มีความคงทนต่อความร้อนจากแสงแดดและรังสี สามารถย้อมติดได้ง่ายทั้งผ้าฝ้าย ลินิน และเรยอน ไม่เหมาะกับการย้อมผ้าไหมสีที่ใช้มีจำนวนจำกัด เช่น สีแดงสด เหลือง ส้ม และสีเลือดหมู เป็นต้น ในปัจจุบันถูกนำมาใช้น้อยมากเนื่องจากขั้นตอนในการย้อมมีความยุ่งยาก

4. สถานที่และทำเลที่ตั้ง ขึ้นอยู่กับเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของผู้ผลิต ซึ่งพอจะแยกได้ 2 ประเภท

1. การผลิตในครอบครัว การผลิตผ้าบาติกภายในครอบครัวซึ่งเป็นการผลิตกันโดยทั่วไป ผลผลิตที่ได้มีจำนวนไม่มากนัก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสมาชิกในครอบครัว เศรษฐกิจและความสามารถในการครอบครัว การผลิตในแง่นี้เป็นการผลิตในบ้าน หรือครอบครัว เพราะฉะนั้น สถานที่จึงไม่คำนึงถึงกันมากนัก

2. การผลิตในระบบโรงงาน อาคารโรงงานควรเป็นโรงเรือนที่มีการถ่ายเทได้สะดวก
ดังนี้

ลานเขียนเทียน หรือพิมพ์ลายควรแยกเฉพาะเป็นสัดส่วนต่างหาก และมีช่องลมสำหรับระบายควัน
เทียน แม่พิมพ์สำหรับพิมพ์เทียนให้แขวนไว้ข้างหลังโต๊ะพิมพ์เทียน

ลานย้อมสี ควรลาดพื้นด้วยซีเมนต์ โดยมีระดับต่ำกว่าพื้นอื่นและทำคูระบายน้ำ
ปล่อยน้ำทิ้งให้ไหลลงบ่อน้ำทิ้ง

บ่อน้ำทิ้ง ต้องอยู่ห่างจากบ่อน้ำดีที่นำมาใช้ย้อมผ้า ทั้งนี้เนื่องจากสารสีในน้ำทิ้งจะ
ซึมลงดิน แล้วลงไปปนบ่อน้ำ ทำให้น้ำไม่สะอาด เมื่อสูบน้ำจากบ่อมาใช้ในการย้อมสี ทำให้ย้อมไม่ติด

ลานตากผ้าในร่ม ควรอยู่ในบริเวณตัวโรงงานและมีลมโกรก

เตาต้มผ้า ควรจะแยกออกไปจากโรงเรือนส่วนอื่น ทั้งนี้เป็นการป้องกันไม่ให้ควันไป
พัดตรลบเข้าไปในโรงงานอันเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

ลานซักล้าง ให้อยู่ใกล้กับเตาต้มผ้า โดยมีบ่อซีเมนต์วางเป็นระยะเพื่อความสะดวก
ในการซักล้าง

สถานที่ตากแห้งผ้า เป็นส่วนที่นำเอาผ้าที่ซักล้างผึ่งแดดให้แห้ง แล้วนำมาตากแห้งผิว
โดยการขัดผ้าพับ และมัดรวมเป็นกุดหรือ 20 ผืน เพื่อบรรจุหรือรอการผลิตในขั้นต่อไปหรือ

5. บุคลากรในการดำเนินงาน พอจะแยกได้เป็น 3 ฝ่าย

1. ฝ่ายออกแบบ เป็นบุคคลที่สำคัญและจำเป็นที่สุดในการผลิตผ้าบาติก เพราะฝ่าย
ออกแบบจะเป็นผู้กำหนดรูปแบบของผ้า หรือรูปแบบของผลิตภัณฑ์บาติก กำหนดลาย กำหนดสี การ
วางลายในผ้า บุคคลในฝ่ายนี้ควรประกอบด้วยฝ่ายต่างๆ เช่น นักออกแบบ มีหน้าที่ออกแบบลวดลาย
สำหรับผ้าลานเขียนออกแบบลวดลาย ช่างสีเป็นบุคคลที่มีความรู้เรื่องเคมีย้อมสี สามารถผสมสีและ
แก้ปัญหาเรื่องสีได้สามารถระบายสีและแต้มสีบนผ้า ช่างพิมพ์เทียนหรือเขียนเทียน ควรจะเป็นผู้ที่มี
ความคิดสร้างสรรค์

2. ฝ่ายคนงาน ฝ่ายแต้มสีและระบายสี โดยช่างสีจะเป็นผู้กำหนดให้ลงสีตามแบบ
ฝ่ายย้อม มีหน้าที่ย้อมผ้า ฝ่ายตากแห้งผ้า ทำหน้าที่ตากแห้งผ้า เช่น ลงแป้ง ขัดมัน อัดหรือรีด ตรวจ
ความเรียบร้อยร่วมกับเจ้าของ หรือนักออกแบบ แล้วจึงบรรจุถุง เพื่อจัดส่งจำหน่ายต่อไป

3. ผู้ดำเนินการหรือเจ้าของ ซึ่งเป็นผู้ที่สำคัญที่สุดในการผลิตผ้าบาติก เพราะต้อง
เป็นผู้ที่วางแผนการดำเนินงาน ตั้งแต่การลงทุน การกำหนดคุณลักษณะ และจำนวนคนงาน
ช่างฝีมือ รูปแบบของโรงงาน วัสดุ อุปกรณ์ การตลาดและการโฆษณาในรูปแบบต่างๆ

ขั้นตอนการเตรียมการ สำหรับทำบาติกแบบระบาย หรือบาติกลายเขียนระบายสี มี
ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การเตรียมกรอบไม้ (Frame) กรอบไม้ที่จะนำมาซึ่งผ้าสำหรับเขียนผ้าบาติกจะมีขนาดแตกต่างกันขึ้นอยู่กับรูปแบบและความต้องการกรอบไม้สามารถทำได้ 2 แบบ คือ แบบถาวร เป็นการยัดไม้อย่างแข็งแรงไม้สามารถปรับขยายขนาดได้ และแบบปรับขยายได้ เป็นกรอบไม้ที่ทำขึ้นมาเพื่อปรับขนาดกว้างยาวได้ สามารถถอดประกอบได้ หลังจากที่ทำกรอบได้ตามต้องการแล้วให้นำกรอบไม้ที่ได้มาทาด้วยน้ำเทียนที่หลอมเหลวโดยใช้แปลงจุ่มในน้ำเทียนแล้วนำไปทาด้านบนของกรอบไม้เพื่อให้เทียนเป็นตัวยึดผ้าให้ติดกับกรอบไม้ได้สะดวกยิ่งขึ้น

2. ขาตั้ง ถ้าผ้าบาติกผืนไม้ใหญ่มากเกินไปก็ใช้โต๊ะสำหรับวางเฟรมแทนได้ ขาตั้งจึงเหมาะกับการทำผ้าบาติกผืนใหญ่ เพื่อความง่ายในการเคลื่อนย้าย สะดวก รวดเร็ว

3. น้ำเทียน (Wax) ส่วนที่สำคัญในการเขียนบาติกระบายคือ เส้นเทียนการเขียนบาติกระบายจะมีสูตรผสมที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสมในการใช้และเทคนิคเฉพาะของแต่ละบุคคลน้ำเทียนจะมีส่วนผสมหลายอย่างดังนี้

Bee Wax: เป็นขี้ผึ้งแท้มีคุณสมบัติเหนียวนุ่ม ส่วนใหญ่ใช้ผสมกับพาราฟิน แต่บางแหล่งอาจใช้ขี้ผึ้งล้วนๆในการเขียนผ้าบางชนิด เช่น ผ้าไหม เพื่อกันสีให้สนิทและเส้นเทียนเหนียวไม่แตกหักง่าย

Paraffin: จะมีความเปราะสูงใช้ผสมกับขี้ผึ้งแท้ ในการเขียนโดยอาจผสมตั้งแต่ 1 ต่อ 4 จนถึง 1 ต่อ 12 และหากต้องการทำเส้นเทียนแตกจะใช้พาราฟินจำนวนมาก

Microcrystalline Wax: เป็นขี้ผึ้งสังเคราะห์ทำจากปิโตรเลียม (Petroleum) มักใช้ผสมกับพาราฟิน และใช้สำหรับทำเส้นเทียนแตก (Crackle-Free Design)

Batik Wax: เป็นขี้ผึ้งที่ผสมสำเร็จรูปเพื่อให้เกิดความพอดีระหว่างความเหนียวนุ่มและความแข็งเปราะไว้อย่างพอเหมาะโดยผสมระหว่างพาราฟินและขี้ผึ้งแท้ อาจใช้ตั้งแต่ขี้ผึ้ง 25% พาราฟิน 75% ไปจนถึง 50/50 ในการผสม

Pine Resin: ยางสนใช้เป็นส่วนผสมในการทำบาติกเพื่อเพิ่มความเหนียวส่วนใหญ่ใช้กับเทคนิคการพิมพ์มากกว่า

Candle Wax: ปัจจุบันนี้ช่างทำบาติกจำนวนมากหันมาใช้เทียนไขเป็นเล่มเพราะคุณสมบัติเทียนไขบางชนิดมีคุณสมบัติเหมาะสมและสามารถเขียนเทียนได้ดี เช่น เทียนไขสีแดงจะมีความเหนียวนุ่มและสะอาดเขียนได้ลื่นไม่แตกหักง่าย

Dam or Gum: ยางไม้ชนิดหนึ่งใช้สำหรับผสมสูตรเทียนของอินโดนีเซีย

Fat: ไขสัตว์ และน้ำมันพืชช่วยให้เขียนเทียนลื่นไม่ติด jaunting

4. ผ้า (Fabric) บางชนิดก็สามารถนำมาซึ่งบนกรอบไม้ใช้งานได้ทันที เช่น ผ้าป่านมัสลิน แต่ผ้าบางชนิดควรทำความสะอาดผ้าก่อน เพื่อชำระสิ่งที่ไม่เจือปนมากับผ้า เช่น แป้ง สารฟอกสีต่างๆ การทำความสะอาดจะทำให้ผ้าทำปฏิกิริยากับสารเคมี และดูดซับสีได้เต็มที่โดยมีวิธีการดังนี้

1. ชักล้างด้วยสบู่เหลว
2. แช่ด้วยน้ำส้มสายชู
3. ชักด้วยน้ำอุ่นแล้วตากให้แห้ง

ที่สำคัญผ้าที่นำมาเขียนบาติกต้องเป็นผ้าที่ทำมาจากใยธรรมชาติเท่านั้น

5. การเตรียมสี ภาชนะที่บรรจุสี ควรใช้ภาชนะที่มีฝาปิดจะดีที่สุด เพื่อป้องกันฝุ่นละอองและการระเหย การผสมสีที่ดีที่สุดควรใช้น้ำร้อนเป็นตัวผสมจะได้สีที่สดใสกว่า(ใช้กับสีตระกูล Reactive) เนื่องจากน้ำเย็นไม่สามารถทำปฏิกิริยากับสารเคมีทั้งหมด ปล่อยให้สีเย็นลงแล้วค่อยนำไประบาย โดยใช้อัตราส่วน สี 1 ช้อนชาต่อน้ำ 2/3 แก้ว หรือ สี 10 กรัม ต่อน้ำ 300 ซีซี และสามารถปรับความเข้มข้นของสีได้โดยใช้ปริมาณของน้ำที่ใช้ผสมเป็นตัวกำหนดถ้าปริมาณน้ำมากคุณค่าความเข้มข้นของสีจะลดลง สีจะดูอ่อนเมื่อแห้งสนิทแล้ว และก่อนใช้งานควรทดลองสีดูเสียก่อนเพราะสีขณะเปียกจะดูแตกต่างจากสีที่แห้งแล้ว

สรุป ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ ผ้าบาติก

กระบวนการทำผ้าบาติก เริ่มต้นจากการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือสำหรับทำผ้าบาติกให้พร้อม และสภาพภูมิอากาศก็เป็นส่วนสำคัญต่อการทำผ้าบาติก เพราะในแต่ละขั้นตอนต้องรอให้ผ้าแห้งสนิทก่อนจึงจะดำเนินการขั้นตอนต่อไปได้ ขั้นตอนต่อไปจะเป็นขั้นตอนการออกแบบหรือลอกลายที่ต้องการลงบนผ้า จากนั้นผสมน้ำเทียน เขียนเทียนในขณะน้ำเทียนร้อนลงบนลายที่ได้เขียนไว้ ผสมสีระบายข้อควรระวังควรผสมให้พอดีกับพื้นที่บนผ้า ไม่ควรผสมเผื่อมากจนเกินไป(ต้องอาศัยประสบการณ์และความชำนาญ) ระบายสี ลงสีตามความต้องการ รอจนผ้าแห้งสนิท ผสมน้ำยาเคลือบเมื่อผ้าแห้งสนิทแล้ว ให้นำน้ำยาเคลือบลงบนผ้าให้ทั่วทั้งผืน ทิ้งไว้ 6-12 ชั่วโมง เตรียมน้ำต้มเดือด นำผ้าที่ได้ต้มเพื่อทำการลอกเทียนออก เสร็จแล้วซักล้างให้สะอาด นำไปตากในที่ร่ม ตรวจสอบสีที่ได้ตรงกับความต้องการหรือไม่ นำผ้าที่ได้ส่งฝ่ายตัดเย็บ ตัดตามคำสั่งซื้อ ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งก่อนบรรจุลงบรรจุภัณฑ์ที่เตรียมไว้ รอส่งให้กับลูกค้า หรือรอจำหน่ายต่อไป

หน่วยที่ 2

การจัดการเชิงกลยุทธ์

คำอธิบาย

ศึกษาความหมายการจัดการเชิงกลยุทธ์ กระบวนการกำหนดกลยุทธ์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งภายนอกและภายใน การวิเคราะห์ SWOT สรุปปัจจัยทางด้านบวกและด้านลบ ที่เป็นโอกาส และอุปสรรค จุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจ กำหนดทิศทางให้กับองค์กร ผ่านวิสัยทัศน์ ภารกิจ และเป้าหมาย มีการวางแผนการปฏิบัติงานในระดับองค์กร ระดับธุรกิจ และระดับปฏิบัติการให้บุคลากรในองค์กรได้มีความเข้าใจ ถึงเป้าหมายเดียวกัน การควบคุมและประเมินผลแผนกลยุทธ์ของธุรกิจ

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. บอกความหมายของการจัดการเชิงกลยุทธ์ได้
2. อธิบายกระบวนการกำหนดแผนกลยุทธ์ได้
3. อธิบายขั้นตอนการวิเคราะห์ SWOT ได้
4. บอกทิศทางธุรกิจขององค์กรได้
5. บอกกลยุทธ์ในระดับต่างๆ ของธุรกิจได้
6. อธิบายขั้นตอนการนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติได้
7. บอกวิธีการควบคุมและประเมินผลกลยุทธ์ได้

เนื้อหา

1. ความหมายของ กลยุทธ์

คำว่า กลยุทธ์ หรือ Strategic นั้นมีผู้ให้ความหมายไว้ หลายหลากประการ เช่น

คำว่า กลยุทธ์ เป็นศัพท์ที่ได้ยินได้ฟังกันอยู่เสมอ ที่จริงแล้วคำว่ากลยุทธ์มีจุดเริ่มต้นและถูกนำไปใช้บ่อยครั้งที่สุดทางด้านการทหารและการทำสงครามซึ่งหมายถึงวิถีทางหรือแนวทางที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อจัดสรรและวางตำแหน่งกำลังทรัพยากรทางทหารในสนามรบด้วยจุดมุ่งหมายแห่งการพิชิตศัตรู เมื่อคำว่ากลยุทธ์ได้ถูกนำมาใช้ในทางเศรษฐกิจ ความหมายของมันก็คือ วิถีทางหรือแนวทางที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อการระดมและจัดสรรการใช้ทรัพยากรของประเทศในอันที่จะช่วยให้บรรลุถึงซึ่งเป้าหมายทางเศรษฐกิจ(สมคิด จาตุศรีพิทักษ์.2547:11)

ธนชัย ยมจินดา(2545: 8) กลยุทธ์ หมายถึง แผนหลัก (Grand Plan) ซึ่งเป็นแผนรวมของแผนย่อยต่างๆ ซึ่งบ่งบอกถึงวิธีการดำเนินการด้านต่างๆโดยมีจุดมุ่งหมายระบุไว้ชัดเจน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์(2541) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “วิธีการที่องค์กรเลือกเพื่อจะดำเนินการจากจุดที่เป็นปัจจุบันไปยังจุดหมายปลายทางในอนาคตที่กำหนดไว้”

ชาร์ล ดับบลิว แอล ฮิลล์(Charles W.L.Hill, 1998) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “รูปแบบเฉพาะของการตัดสินใจและปฏิบัติการที่ผู้บริหารใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร”

กลยุทธ์ หมายถึง “วิธีการที่องค์กรหรือธุรกิจเลือกที่จะดำเนินการเพื่อบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด” (เชาว์ โรจนแสง. 2545: 265)

ส่วนคำว่า **การจัดการเชิงกลยุทธ์** ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลายความหมาย ดังนี้

การจัดการ หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรนั้นๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด หรือ การจัดการ เป็นขั้นตอนกระบวนการต่างๆ ที่จะให้องค์กรประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยใช้ทรัพยากรต่างๆในองค์กร ตลอดจนใช้ทรัพยากรมนุษย์ ในองค์กรนั้นๆเป็นส่วนทำให้เกิดความสำเร็จ(สมพงษ์ จ้อยศิริ,เชาว์ โรจนแสง.2545:63)

พัทตร์ผจง วัฒนสินธุ์ (2541) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การจัดการที่เน้นถึงความสำคัญของสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการจัดการภายใน ซึ่งต้องเตรียมแผนการดำเนินการให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปหรือตอบโต้ภาวะการณ์แข่งขันได้อย่างรวดเร็ว โดยมีการจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสม”

ศิริวรรณ เสรีรัตน์(2541) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การวางแผน การดำเนินการและการควบคุมในแนวทางเชิงกลยุทธ์ ซึ่งจะช่วยให้การบริหารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จุดเน้นของการบริหารเชิงกลยุทธ์มุ่งพิจารณาในแง่ของการบริหารกลยุทธ์ที่คิดค้นขึ้นมา ต้องอาศัยพื้นฐานทางการบริหารเป็นหลัก”

วิลเลนและฮังเกอร์ (Wheelen and Hunge.2000) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “กระบวนการตัดสินใจและการปฏิบัติการต่างๆ ทางด้านการจัดการที่เป็นตัวกำหนดการดำเนินงานในระยะยาวของบริษัท ประกอบด้วย การตรวจสอบสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร การจัดทำกลยุทธ์ ซึ่งอาจเรียกว่าแผนกลยุทธ์หรือแผนระยะยาว การปฏิบัติตามกลยุทธ์รวมถึงการประเมินและการควบคุม” (สุมาลี จิระจรัส.2548:25)

การจัดการเชิงกลยุทธ์ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การวางแผน การนำแผนไปปฏิบัติ และการติดตามผลและประเมินผล มีความสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์ ที่มีต่อการบริหารองค์กร ก็คือ

1. ช่วยให้ผู้บริหารองค์กรและธุรกิจคาดคะเนถึงปัญหา โอกาส ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้
2. ช่วยให้องค์กรกำหนด วิสัยทัศน์ ภารกิจหรือพันธกิจ วัตถุประสงค์ นโยบาย เป้าหมาย กลยุทธ์และแผนงานเพื่อการจัดการงานในอนาคตได้

ขั้นตอนที่ 2 การนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Implementation) จะเป็นการนำแผนไปปฏิบัติ โดยก่อนจำเป็นต้องคำนึงถึงความพร้อม ด้านจำนวนทรัพยากรจำนวน ด้านความรู้ ความสามารถ ระบบการทำงานต่างๆ ขององค์กร เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 การควบคุมและประเมินผลแผนกลยุทธ์ (Control and Evaluation) จะเป็นการ เน้นการประเมินทางด้านคุณภาพสินค้าและบริการ ฐานะทางการเงิน ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การใช้สินทรัพย์ในองค์กร การพัฒนาคนในองค์กร เป็นต้น

ส่วนสำคัญอีกประการหนึ่ง ได้แก่ การจัดทำงบประมาณ คือแผนที่เป็นตัวเลข จากแผนกลยุทธ์ ทั้งหมดจะถูกถ่ายทอดเป็นความต้องการใช้เงิน ทั้งเงินลงทุนและงบค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการ ดังนั้นจะต้องวางแผนจัดหาแหล่งเงินทุนให้เหมาะสมกับการใช้เงิน และประมาณรายได้ รายจ่าย ทำ เป็นงบประมาณการงบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และงบดุล เพื่อเชื่อมโยงเป้าหมายกับทรัพยากร สื่อสารให้ทราบถึงปัญหา ข้อจำกัด และเพิ่มประสิทธิภาพของการตัดสินใจ

3. วิเคราะห์สภาพแวดล้อม

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อมิให้ธุรกิจที่กำลัง ดำเนินงานอยู่ภายในภาวะเสี่ยง ต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จึงต้องมีการ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อความสามารถมองเห็นโอกาสที่ จะต้องรีบคว้าเอาไว้ และอุปสรรค การคุกคามที่จะต้องหลีกเลี่ยง ซึ่งเป็นภาวะที่ไม่สามารถควบคุมได้

1.1 การประเมินสภาวะแวดล้อมภายนอกทั่วไป เพื่อระบุปัจจัยที่จะมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม

ด้านเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเงินเฟ้อ น้ำมันแพง ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูง วัตถุดิบราคาแพง การ ลดและเพิ่มค่าของเงิน กีดกันทางการค้า อัตราดอกเบี้ยสูง อัตราค่าแรงงาน อัตราการแลกเปลี่ยน เงินตรา รายได้ประชากร

ด้านการเมือง เช่น เสถียรภาพทางการเมือง นโยบายการค้าเสรี กฎหมายป้องกันสิ่งแวดล้อม กฎหมายการว่าจ้างแรงงาน กฎหมายภาษีอากร นโยบายของรัฐบาล การส่งเสริมการลงทุน การลด ภาษี

ด้านสังคม เช่น เข้ากับวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น ขนาดของครอบครัว วิธีการดำเนิน ชีวิตในปัจจุบัน คุณภาพชีวิต

ด้านเทคโนโลยี เช่น การพัฒนาของเทคโนโลยี วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ความก้าวหน้าในการ สื่อสาร โทรคมนาคม และขนส่งการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

1.2 จากสภาวะด้านการแข่งขันของธุรกิจ เพราะธุรกิจต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา ส่วนใหญ่จะเกิดจากการกระทำของคู่แข่งที่ผลิตสินค้าเดียวกันกับธุรกิจที่กำลังดำเนินอยู่ ดังนั้นจึงต้องมีการสำรวจ ติดตามและรวบรวมข้อมูล โดยเฉพาะกลยุทธ์ของคู่แข่งโดยตรงและคู่แข่งโดยอ้อม โดยเฉพาะคู่แข่งที่มีความสามารถด้านศักยภาพสูงกว่าและในระดับเดียวกับองค์กร เช่น กลยุทธ์ของคู่แข่งขั้น ทิศทาง ปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ ส่วนแบ่งทางการตลาด สินค้าทดแทน อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ ผู้จัดจำหน่ายและลูกค้า กระแสหรือแรงผลักดันภายนอก

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เพื่อประเมินสถานะความสามารถ เปรียบเทียบกับคู่แข่งว่าจุดแข็งที่เป็นข้อได้เปรียบ และจุดอ่อนที่เป็นข้อเสียเปรียบ

2.1 การประเมินสถานะทางธุรกิจ ว่าที่ผ่านมาองค์กรใช้กลยุทธ์ใดในการดำเนินงาน มีผลการดำเนินงานเป็นอย่างไร โดยดูจากส่วนแบ่งของตลาดในปัจจุบัน ยอดขาย ผลกำไรสุทธิ หรือสินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้น และองค์กรสามารถบอกความสามารถพิเศษใดบ้างที่ได้เปรียบคู่แข่ง เช่น ด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม ด้านประสิทธิภาพ ด้านความทันสมัย ด้านความสะดวก ด้านการออกแบบ ด้านประสิทธิภาพ ทำเลที่ตั้ง เป็นต้น

2.2 การประเมินศักยภาพความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจขององค์กร

ด้านทรัพยากร สิทธิฯ ต้นทุน แรงงาน ทักษะ ความรู้ ความสามารถ ข้อเสีย

ด้านการตลาด Product เช่น ตัวสินค้า การบริการ ตรา ยี่ห้อ สัญลักษณ์ คุณภาพ

Price เช่น ราคา ส่วนลด ระยะเวลาสินเชื่อ ค่าขนส่ง ค่าเก็บรักษา

Promotion เช่น พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย ประชาสัมพันธ์

Place เช่น ช่องทางจัดจำหน่าย ทำเลที่ตั้ง การจัดเก็บสินค้า การควบคุมสินค้าคงเหลือ สิ่งอำนวยความสะดวกในการขนส่ง

ด้านการผลิต ต้นทุนการผลิต คุณภาพ การจัดส่ง/ขนส่ง ทักษะของแรงงาน การบริหารคงคลัง แหล่งวัตถุดิบ

ด้านการบริหาร การวางแผนระยะสั้น ระยะยาว การจัดโครงสร้างองค์กร การจัดคนเข้าทำงาน การควบคุม การสั่งการ วัฒนธรรมองค์กร การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในองค์กร มีระบบการสื่อสาร

ด้านการเงิน แหล่งที่ของเงินทุน สภาพคล่อง ความสามารถในการทำกำไร การบริหารเงินทุนหมุนเวียน ความได้เปรียบด้านภาษี ความเสี่ยง

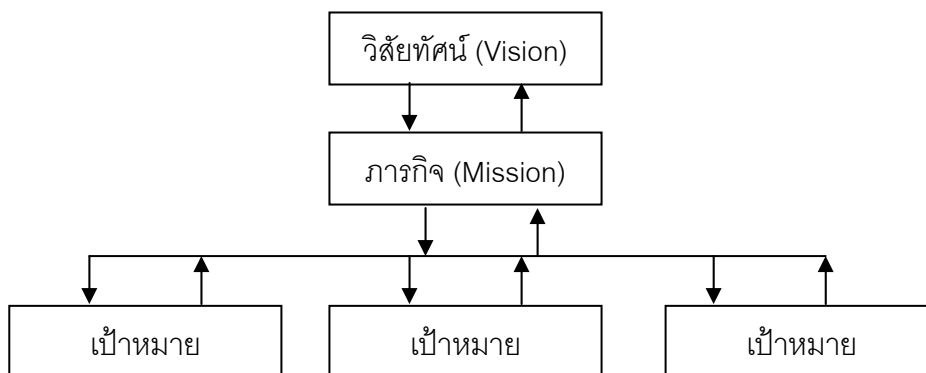
3. การวิเคราะห์ SWOT เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ทั้งภายนอกและภายในที่เป็นปัจจัยทางด้านบวกและปัจจัยทางด้านลบ มาเขียนเพื่อผู้บริหารหรือผู้วางแผนกลยุทธ์ได้มอง เห็นปัญหาและแนวทางการพัฒนาได้เด่นชัดเจน

ตัวอย่าง ตารางวิเคราะห์ SWOT

โอกาส	อุปสรรค
การขยายกลุ่มลูกค้า หรือส่วนตลาด การเปิดเสรีทางการค้าทั่วโลก การเข้าซื้อกิจการคู่แข่ง อยู่ในกระแสความนิยม	การสูญเสียตลาดให้กับสินค้าทดแทน อัตราการเจริญเติบโตของตลาดที่ลดลง อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ&ผู้ซื้อที่สูง
จุดแข็ง	จุดอ่อน
ความได้เปรียบด้านต้นทุน ตราสินค้าและชื่อเสียงขององค์กร การเป็นพันธมิตรและการร่วมค้ากับธุรกิจอื่น	การมีเครื่องจักร/อุปกรณ์ที่ล้าสมัย ไม่มีแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่ชัดเจน ไม่มีงานวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

4. ขั้นตอนกำหนดทิศทางขององค์กร

หลังจากที่มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน และการวิเคราะห์ SWOT แล้ว ขั้นตอนต่อไปจากนี้ ก็จะเป็นการสรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมาว่าปัจจุบันนี้ ธุรกิจอยู่ ณ ตำแหน่งใดของตลาด ในการแข่งขันทิศทางที่ธุรกิจเดินมานั้นจะคงไว้ ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลง เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา



ภาพ แสดงการกำหนดทิศทางขององค์กร

การกำหนดทิศทางขององค์กรจะเริ่มต้นจากการกำหนด

1. **วิสัยทัศน์ (Vision)** หมายถึง เป้าหมายกว้างๆ ที่เป็นการคิดไว้ ถึงสิ่งที่องค์กรต้องการในอนาคต ว่าต้องการจะเป็นอะไรอย่างใด อย่างหนึ่งในอนาคต โดยยังไม่ได้กำหนดวิธีการ (Means) เอาไว้ วิสัยทัศน์ จึงต้องมีลักษณะที่บอกทิศทางอย่างชัดเจน ว่า

เราคือใคร? Who are we?

เราจะทำอะไร? What we do?

เราจะมุ่งไปที่ไหน? Where we are headed?

และเราจะบรรลุความสำเร็จที่ต้องการนั้นเมื่อไร ?

ซึ่งคุณลักษณะที่ดีของวิสัยทัศน์ ควรมีลักษณะ เน้นอนาคตขององค์กรที่ดีกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ให้ความหวังและกำลังใจ สร้างความชัดเจนเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และทิศทางขององค์กรที่ปรับเปลี่ยน ระบุผลลัพธ์ที่ต้องการ เน้นลักษณะพิเศษหรือลักษณะที่แตกต่างจากองค์กรอื่น เน้นความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และสามารถสื่อให้เกิดความศรัทธา จุดประกาย ปลุกเร้า หรือสนับสนุนให้เกิดความพึงพอใจขึ้นจากวิสัยทัศน์นี้

ตัวอย่าง วิสัยทัศน์

Avon: เป็นบริษัทที่เราใจตบสรวงของเพศหญิงทั่วโลก ทั้งด้วยสินค้า บริการ และความต้องการของเพศหญิง

บริษัทไมโครซอฟต์: เป็นบริษัทคอมพิวเตอร์สำหรับทุกสำนักงาน และทุกบ้านที่ใช้ซอฟต์แวร์เป็นเครื่องมือ

โรงแรมดุสิตธานี “เป็นโรงแรมที่ดีที่สุดในโลก และจะเป็นโรงแรมประเภทธุรกิจชั้นนำในกรุงเทพ”

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย “เป็นผู้นำผลิตภัณฑ์ปูนซิเมนต์ในภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้”

บริษัท เซลล์ “บริษัทที่มีการดำเนินงานอย่างมืออาชีพ และมุ่งให้บริการแก่ลูกค้าเป็นสำคัญ มีจุดมุ่งหมายเพื่อความเป็นผู้นำในตลาด ที่มีผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างเหมาะสม โดยรักษาไว้ซึ่งมาตรฐานอันสูงส่ง ในด้านสุขภาพ ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม”

2. **ภารกิจหรือพันธกิจ (Mission)** ข้อความของภารกิจขององค์กร อาจจะระบุถึง เช่น ช่องทางการตลาด ระดับเทคโนโลยีที่นำมาใช้งาน สินค้าและการบริการ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ภาพพจน์ทางสังคม ช่องทางการจัดจำหน่าย ความสามารถในการทำกำไร ลูกค้า สินค้า ตลาด เทคโนโลยี ความมุ่งมั่น ความเติบโต กำไร ประสิทธิภาพ ความเชื่อ ความคาดหวัง

ตัวอย่าง

บริษัท Motorola กำหนดภารกิจว่า “การได้รับเกียรติให้ตอบสนองความต้องการของชุมชนโดยการเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพยอดเยี่ยม ในราคาที่ยุติธรรมแก่ลูกค้าของบริษัท”

บริษัท A กำหนดภารกิจว่า “บริษัท A เป็นผู้ผลิตเยื่อกระดาษและการดาษพิมพ์เขียนคุณภาพสูงทั้งชนิดเคลือบผิวและไม่เคลือบผิว เพื่อจำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศ”

บริษัท B กำหนดภารกิจว่า “บริษัท B ประกอบธุรกิจอาหารทะเล ต้องการเป็นผู้นำผลิตภัณฑ์การส่งออกอาหารแช่แข็งประเภทผลิตภัณฑ์สินค้ามูลค่าเพิ่ม ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานทางการค้าของประเทศญี่ปุ่น”

3. **เป้าหมาย (Goals)** เป็นการแปรภารกิจขององค์กรออกมาเป็นจุดหมายปลายทางที่ชัดเจน ใช้เป็นที่ยึดถือของบุคลากรในองค์กร ง่ายต่อการควบคุมและยังใช้เป็นตัวกำหนดเป้าหมายในระดับรองลงมาด้วย

ข้อความที่ระบุในเป้าหมาย ต้องมีความชัดเจนกว่าในข้อความภารกิจ ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปเชิงปริมาณ จำนวน ตัวเลข หรือเปอร์เซ็นต์ และต้องมีเนื้อหาครอบคลุมในการบริหารทุกด้านขององค์กร เช่น ด้านการบริหาร การตลาด การผลิต การเงิน ข้อมูลด้านข่าวสาร เทคโนโลยี เช่น ส่วนแบ่งตลาด 20% ภายใน ปี 254X ผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างต่ำ 15% ภายในปี 254X

ตัวอย่าง การกำหนด วิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมายของบริษัท ไทย พาราไดซ์ แอร์เวย์ จำกัด

วิสัยทัศน์ (Vision)

มุ่งเน้นเป็นบริษัทการท่องเที่ยวชั้นนำพร้อมบริการอันเป็นเลิศแก่ลูกค้า ภายใน 5 ปี ข้างหน้า

พันธกิจ (Mission)

1. มุ่งมั่นเป็นบริษัทการท่องเที่ยวชั้นนำ
2. ส่งมอบการบริการอันเป็นเลิศแก่ลูกค้า
3. พัฒนาและส่งเสริมเครือข่ายในธุรกิจท่องเที่ยว

ธุรกิจของเรา คือ ธุรกิจนำเที่ยว เราจะมุ่งมั่นขยายธุรกิจท่องเที่ยวให้เติบโตต่อไปอย่างมั่นคงมีฐานะทางการเงินที่เข้มแข็งเพื่อสร้างโอกาสที่ดีที่สุด

ลูกค้าของเรา คือ สิ่งที่เราต้องรับผิดชอบเป็นอันดับแรก เราจะจัดหาบริการที่เป็นเลิศเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า มีระบบการบริหารงานที่มีคุณภาพในราคาที่เป็นธรรม เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก

พนักงานของเรา คือ สิ่งที่เราระลึกถึงเสมอ เรามุ่งมั่นที่จะสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีการทำงาน ส่งเสริมในการพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ และให้ผลตอบแทนแก่พนักงานอย่างเหมาะสมกับสิ่งที่พนักงานได้ให้ความทุ่มเทการทำงานเพื่อความสำเร็จของบริษัท

วัตถุประสงค์ (Objective)

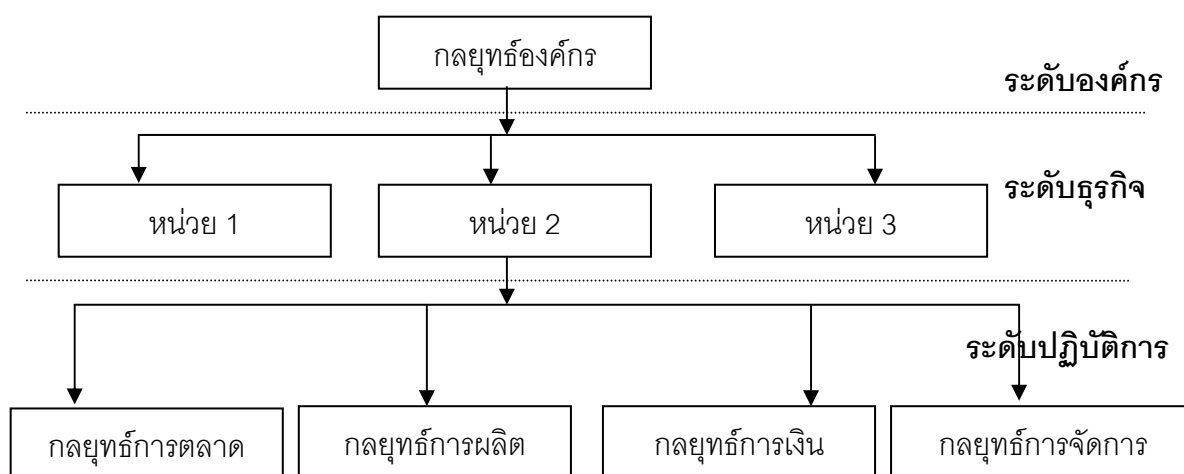
1. เป็นผู้นำของธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศ และพัฒนาให้มีมาตรฐานเทียบเท่าระดับสากล
2. ให้บริการจากความคิดและเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีคุณภาพสูง และมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าและสังคม

เป้าหมายธุรกิจ

1. มุ่งมั่นเป็นบริษัทการท่องเที่ยวชั้นนำ
ขยายฐานผู้ใช้บริการให้เพิ่มขึ้นในประเทศ 20%
ขยายฐานผู้ใช้บริการให้เพิ่มขึ้นในต่างประเทศ 10%
2. เข้าใจและส่งมอบการบริการอันเป็นเลิศแก่ลูกค้า
ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยเฉลี่ยทุกด้านเพิ่มขึ้น 10%
3. พัฒนาและสร้างเสริมเครือข่ายในธุรกิจท่องเที่ยว
มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริการ โดยมีเว็บไซต์บริการลูกค้าในปี 2549
เพิ่มเครือข่ายความร่วมมือกับพันธมิตร ให้มีจำนวนโครงการหรือกิจกรรมความร่วมมือ กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เพิ่มขึ้น 10%

ที่มา : หนังสือ ประกอบการเรียน วิชา การจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

5. กลยุทธ์ขององค์กร (Strategy Formulation) การกำหนดกลยุทธ์มี 3 ระดับ ดังนี้



ภาพ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์

1. กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy) คือ เป็นสิ่งที่บอกถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยมีทางเลือกดังนี้

1. กลยุทธ์มุ่งเน้นการเติบโต (Growth Strategy) เป็นการขยายธุรกิจไปในทิศทางต่างๆ เช่น

ลงทุนในธุรกิจใหม่ที่เกี่ยวพันธุรกิจเดิม โดยเป็นธุรกิจที่อยู่ต้นทางหรือปลายทางของธุรกิจเดิม (Forward – Backward Integration)

ลงทุนในธุรกิจใหม่ที่แตกต่างไปจากธุรกิจเดิมโดยสิ้นเชิง (Conglomerate Diversification) เพื่อกระจายความเสี่ยงของการลงทุน

จับมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ (A alliance Strategy) เพื่อเสริมความเข้มแข็งให้ธุรกิจเดิมโดยไม่ต้องลงทุนเอง

2. กลยุทธ์คงตัว (Stability Strategy) ไม่มีการลงทุนใดๆ ในช่วงนี้ แต่มุ่งเน้นในธุรกิจเดิมให้เข้มแข็ง

3. การลดขนาดกิจการ (Retrenchment Strategy) ขายทิ้งกิจการบางส่วน (ที่ไม่ทำกำไร หรือขาดทุน) หรือปรับโครงสร้างธุรกิจใหม่ (Restructure)

2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy) คือ การดึงดูดเด่นขององค์กรขึ้นมาใช้ให้เป็นประโยชน์และ ส่งเสริมกลยุทธ์ระดับองค์กร

1. เป็นผู้นำด้านต้นทุน (ที่ต่ำกว่าคู่แข่ง) (Cost Leadership Strategy) ทำให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้ในราคาถูกกว่าคู่แข่ง

2. เน้นความแตกต่างของสินค้า (Differentiation Strategy) สามารถสร้างความแปลกใหม่ ให้กับสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการใหม่ๆ ของผู้บริโภค

3. มุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Focus Strategy) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ทำให้องค์กรสามารถตั้งราคาสินค้าได้สูงขึ้น และมีจำนวนคู่แข่งน้อยลง

3. กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Functional Level Strategies) จะต้องมีความสอดคล้องสัมพันธ์กับนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย พันธกิจและวิสัยทัศน์ขององค์กรด้วย

1. กลยุทธ์การจัดการ

2. กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy)

3. กลยุทธ์ทางการผลิต (Operations Strategy)

4. กลยุทธ์ทางการเงิน (Financial Strategy)

6. นำแผนไปปฏิบัติ (Strategic Implementation)

ขั้นตอนนี้จะเป็นการวางแผนในระดับปฏิบัติการของหน่วยงานต่างๆ ที่จะต้องกำหนดการใช้ทรัพยากรต่างๆ เช่น งบประมาณ บุคลากร การจัดองค์กร เวลา ผู้รับผิดชอบงาน เพื่อให้แผนกลยุทธ์ที่กำหนดไว้นั้นประสบความสำเร็จ แผนปฏิบัติการที่กำหนดขึ้นต้องมีการระบุถึงภารกิจและเป้าหมายที่ชัดเจน และเป็นรูปธรรมและสิ่งที่สำคัญคือ ผู้บริหารต้องมีการถ่ายทอดกลยุทธ์ให้เป็นการกระทำ บอกกล่าวให้กับสมาชิกในกลุ่มได้รับรู้ร่วมกัน ทุกคนจะได้ทำงานด้วยความสอดคล้องกัน มีความเข้าใจ และมีค่านิยมไปในทิศทางเดียวกัน

ในขั้นตอนการนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติ ผู้บริหารองค์กรหรือผู้รับผิดชอบกลยุทธ์จะต้องตอบคำถามหลักๆ ในการนำแผนกลยุทธ์ไปใช้ปฏิบัติ ทั้ง 3 ประเด็นก่อน คือ 1. ใครจะเป็นผู้นำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติ ? 2. อะไรเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ? 3. และผู้ปฏิบัติจะต้องดำเนินการอย่างไร? (สุมาลี จิระจรัส. 2548: 163)

การกำหนดเป้าหมายที่ดี นั้นต้องเป็นเรื่องหนึ่งๆ เฉพาะเจาะจง วัดได้ มีระยะเวลาที่ชัดเจน ต้องมีความท้าทาย และมีความเป็นไปได้

ตัวอย่าง ตาราง แผนการดำเนินงานกิจกรรมขององค์กร

No.	วิธีดำเนินการ/ กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา	งบประมาณ
1	กิจกรรม ด้านการบริหาร โครงการฝึกอบรมและพัฒนาการทำผ้าบาติก	หัวหน้าฝ่ายผลิต	1 เดือน	10,000 บาท
2	กิจกรรม ด้านการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่	ฝ่ายการตลาด	2 เดือน	20,000 บาท

7. การควบคุมและประเมินผล (Control and Evaluation)

1. การควบคุมการปฏิบัติตามแผนกลยุทธ์ เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่อยู่ในส่วนของการดำเนินงาน ขั้นตอนการควบคุมนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบค้นหาของบกพร่องในการดำเนินงานเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขได้รวดเร็ว ไม่ให้มีการคลาดเคลื่อนไปจากเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ให้มีความได้เปรียบเมื่อเทียบกับคู่แข่ง สำหรับระดับของการควบคุมการปฏิบัติงานตามแผนกลยุทธ์นั้นเราสามารถควบคุมได้ ระดับช่วงระยะเวลาการดำเนินงานสามารถแบ่งได้ดังนี้ 1. การควบคุมก่อนการดำเนินงาน 2. การควบคุมระหว่างการดำเนินงาน 3. การควบคุมหลังการดำเนินงาน

ข้อดีของการควบคุม ไม่เพียงแต่จะตรวจสอบว่าสมาชิกหรือองค์กรทำหน้าหน้าได้บรรลุเป้าหมายได้ดีเพียงใด หรือใช้ทรัพยากรได้มีประสิทธิภาพสูงสุดหรือไม่ ยังทำให้มีการจูงใจสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่องส่งผลให้เกิดความผิดพลาดน้อยและสำเร็จได้รวดเร็ว

2. การประเมินผลกลยุทธ์ เป็นกระบวนการของผู้บริหารทำการตรวจสอบกิจกรรมที่ทำเพื่อประเมินผลว่ากิจกรรมดังกล่าวปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและได้ผลดีหรือไม่ โดยผู้ประเมินจะพิจารณาถึงความสอดคล้องภายในและภายนอกองค์กร ความได้เปรียบและความเป็นไปได้ เช่น การประเมินทางด้านคุณภาพสินค้าและบริการ ฐานะทางการเงิน ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การใช้สินทรัพย์ในองค์กร การพัฒนาคนในองค์กร เป็นต้น สำหรับมาตรการที่ใช้ในการประเมินกลยุทธ์ขององค์กร ได้แก่ ความสอดคล้องภายในองค์กร คือ สามารถเข้าถึง และกลมกลืนกับวัฒนธรรมขององค์กรได้หรือไม่ ความสอดคล้องสภาพแวดล้อมภายนอกของกลยุทธ์ กลยุทธ์ต้องมีความยืดหยุ่น ความได้เปรียบ คือ จะต้องมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความเป็นไปได้ของแผนที่จะสร้างขึ้น

สรุป การจัดการเชิงกลยุทธ์

การจัดการเชิงกลยุทธ์มีความจำเป็นต่อการประกอบธุรกิจขององค์กรส่วนใหญ่ในปัจจุบัน เนื่องจากปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์กรที่มีความยืดหยุ่นสูงจะสามารถรับสถานการณ์ต่างๆ ได้ดีกว่าองค์กรที่ไม่มีการเตรียมตัว สำหรับการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจนั้นจะมุ่งเน้นให้องค์กรมีการวางแผนก่อนการดำเนินงาน ศึกษาหาข้อมูลประกอบ ทั้งด้านคู่แข่ง สภาพแวดล้อมภายนอก โดยทั่วไป ด้านลูกค้า พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสนิยม สถานการณ์ด้านการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวม ราคาน้ำมันแพง ค่าแรงงานเพิ่มขึ้น เหล่านี้ ผู้บริหารจะต้องศึกษาให้รอบคอบ และประเมินศักยภาพด้านความสามารถของทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กร ว่าองค์กรของตนเองมีความพร้อมหรือไม่

กำหนดทิศทาง วิสัยทัศน์ ภารกิจที่ต้องปฏิบัติ และเป้าหมายหลักที่องค์กรต้องการให้สำเร็จได้ในระยะเวลาที่กำหนด โดยมุ่งหวังผลกำไรและความเจริญเติบโต ความอยู่รอดของธุรกิจขององค์กร

กำหนดกลยุทธ์ระดับบริษัท ต้องการขยาย คงตัว หรือหดตัว กลยุทธ์ระดับธุรกิจ ต้องการเน้นจุดเด่น ความสามารถพิเศษ ใดให้กับตลาด และกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ วางแผนให้หน่วยงานย่อยทั้งฝ่ายตลาด ผลิต บัญชี และฝ่ายบริหารทำงาน

การควบคุมและประเมินผลต้องทำควบคู่กันไป เพราะเมื่อพบปัญหาจะได้หาแนวทางแก้ไขได้ทันที

หน่วยที่ 3

การตลาด

คำอธิบาย

ศึกษาความหมาย เกณฑ์ในการแบ่งส่วนของตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มผู้บริโภคในอนาคต ช่วงของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมของตลาด หรือ 4P's ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคาขาย ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. บอกความหมายของแผนการตลาดได้
2. บอกและอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคตได้
3. บอกช่วงวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ได้
4. อธิบายส่วนประสมทางตลาด ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดได้

เนื้อหา

1. **ความหมายของตลาด (Market)** ความหมายทางวิชาการตลาด ตลาด มีความหมายดังนี้ ตลาด หมายถึง ความต้องการรวมของผู้ซื้อต่อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีอยู่กระจายทั่วไป

ส่วนคำว่า ตลาด สำหรับนักการตลาด ได้ให้ความหมายอยู่สองนัย คือ

ตลาด เป็นสถานที่ที่มีผู้ซื้อ และผู้ขายมาพบกันเพื่อตกลงแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการและมีการเปลี่ยนแปลงสิทธิความเป็นเจ้าของในสินค้าหรือบริการนั้น

ตลาด คือ ความต้องการของผู้บริโภคที่มีซื้อความสามารถในการซื้อสินค้าหรือบริการหนึ่งๆ หรืออาจกล่าวได้ว่าตลาดในความหมายนี้คือ ลูกค้าหรือผู้บริโภคนั้นเอง แต่ต้องเป็นผู้บริโภคที่มีความต้องการมีอำนาจการซื้อเพียงพอสำหรับสินค้า หรือบริการนั้นๆ มีความตั้งใจจะซื้อสินค้า หรือบริการนั้นๆ และมีสิทธิที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้(ศรีสุภา สหชัยเสรี.2547:6)

E. Jerome McCarthy ให้ความหมายของการตลาดว่า “เป็นผลงานที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมทั้งหลายที่เกี่ยวกับความพยายามให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ โดยอาศัยการคาดหมาย

ความต้องการต่างๆ ของลูกค้า และยังรวมถึงการที่สินค้าและบริการผ่านจากผู้ผลิตยังลูกค้า เพื่อตอบสนองความพอใจให้กับลูกค้า”

William J. Stanton ได้กล่าวไว้ว่า “การตลาด หมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจทั้งหมด ที่สามารถส่งผลกระทบระหว่างกันได้ เช่น การกำหนดราคา การจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และการส่งเสริมการตลาด เพื่อใช้ตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้า ทั้งในปัจจุบันและผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้าในอนาคต”

นอกจากนี้ Dr. Philip Kotler ศาสตราจารย์ด้านการตลาดที่มีชื่อเสียงของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ให้นิยามของ “การตลาด คือ กิจกรรมต่างๆ ที่มนุษย์กระทำขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความจำเป็นและความต้องการให้เป็นที่ยอมรับ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยน”

แผนการตลาด(Marketing Plan) หมายถึง แผนงานที่เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งอธิบายถึงการใช้ความสามารถทางการตลาด ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ ภายในระยะเวลาที่กำหนด

แผนการตลาด จึงเป็นแผนงานที่สำคัญต่อการดำเนินงานทางการตลาด ช่วยกำหนดแนวทางปฏิบัติล่วงหน้า ช่วยตัดสินใจล่วงหน้า ช่วยลดความขัดแย้ง และช่วยตรวจสอบความสำเร็จให้แก่กิจการ(อดิลลา พงศ์ยี่หล้า.2544: 3)

สรุปได้ว่า แผนการตลาด เป็นส่วนหนึ่งของแผนธุรกิจ และมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการอยู่รอดและการเจริญเติบโตขององค์กร และแผนการตลาดนั้นจะต้องมีการกำหนดไว้ล่วงหน้าก่อนการดำเนินธุรกิจว่าจะทำอะไร ทำไมจึงต้องทำ ใครเป็นคนทำ และเมื่อไหร่จะทำ เพื่อป้องกันการขัดแย้งและการตัดสินใจที่ผิดพลาด เพราะองค์กรจะต้องอาศัยการสนับสนุนจากลูกค้าเท่านั้น ความต้องการของลูกค้าจึงเป็นจุดมุ่งหมายที่จะคอยชี้ทางให้องค์กรทำกิจกรรมต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยองค์กรต้องตอบสนองลูกค้าโดยตรงด้วยสินค้าและบริการ และตอบสนองโดยอ้อมจากความรักใคร่ชอบต่อสังคม และองค์กรจำเป็นต้องทำกำไรเพื่อความอยู่รอดขององค์กรเองด้วย

2. ศึกษาพฤติกรรมลูกค้า เพราะลูกค้าเป็นจุดเริ่มต้นของการทำธุรกิจ เมื่อเราเข้าใจลูกค้าและพัฒนาการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแล้ว เมื่อรู้ถึงพฤติกรรมการบริโภคของลูกค้าแล้ว จะช่วยให้สามารถกำหนดกรอบทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่งคนอื่นได้ ซึ่งสิ่งที่เราต้องรู้ ก็คือ

ลูกค้าของเราคือใคร อายุเท่าไร เป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย มีรายได้เท่าไร เป็นหน่วยงานธุรกิจ หน่วยงานราชการ หรือเป็นบุคคลธรรมดา

ลูกค้าของเราอยู่ที่ไหน ซึ่งเราสามารถรู้ได้ว่าลูกค้าของเราอยู่ที่ไหน จากใบกำกับสินค้า ใบเสร็จรับเงิน ใบรับประกัน หรือข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลที่ต้องบันทึกไว้ คือ ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์

ลูกค้าของเราจะซื้อสินค้าเมื่อไร เช่น ความต้องการสินค้าตามฤดูกาล ตามค่านิยม

ลูกค้าของเราต้องการอะไร คือ เราสามารถนำข้อมูลจากการจำหน่ายสินค้ามาวิเคราะห์ได้ว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการสินค้าแบบไหน ขนาด สี ราคาค่า ความสะดวกในการใช้สินค้า หรือความต้องการจากการบริการหลังการขาย เป็นต้น

ลูกค้าของเรามีวิธีการซื้ออย่างไร คือ ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าจากที่ไหนมีสัดส่วนมากกว่ากัน เช่น ซื้อในตลาด ซื้อจากงานแสดงสินค้า ซื้อจากห้างสรรพสินค้า ตามร้านค้าทั่วไป สั่งซื้อทางไปรษณีย์ ทางอินเทอร์เน็ต หรือสั่งซื้อทางโทรศัพท์

ลูกค้าจะรู้จักเกี่ยวกับสินค้าและบริการของเราได้อย่างไร เช่น เห็นสินค้าในร้านค้า เห็นจากเพื่อน จากแผ่นพับโฆษณา การออกงานแสดงสินค้า การบอกแบบปากต่อปาก

ลูกค้าพอใจอะไรในสินค้าหรือบริการของเรา เช่น สิ่งใดที่ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้ของเรา เพราะราคาหรือการบริการหลังการขาย หรือสินค้าสะท้อนคุณค่าหรือสถานะของผู้ใช้

ลูกค้าเป็นส่วนสำคัญที่สุดของตลาด จึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับลูกค้า โดยเฉพาะในด้านที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ สินค้าหรือบริการ โดยสิ่งที่จะต้องวิเคราะห์ที่นอกจาก ใครคือผู้ซื้อ ซื้ออะไร ซื้อทำไม ใครเกี่ยวข้องกับการซื้อนั้นๆ หรือไม่ ซื้ออย่างไร ซื้อเมื่อใด และจะซื้อที่ไหนแล้ว จะต้องศึกษาเพิ่มเติมอีกด้วยว่า ลูกค้าตอบสนองต่อการกระตุ้นจากกิจกรรมทางการตลาดขององค์กรอย่างไร

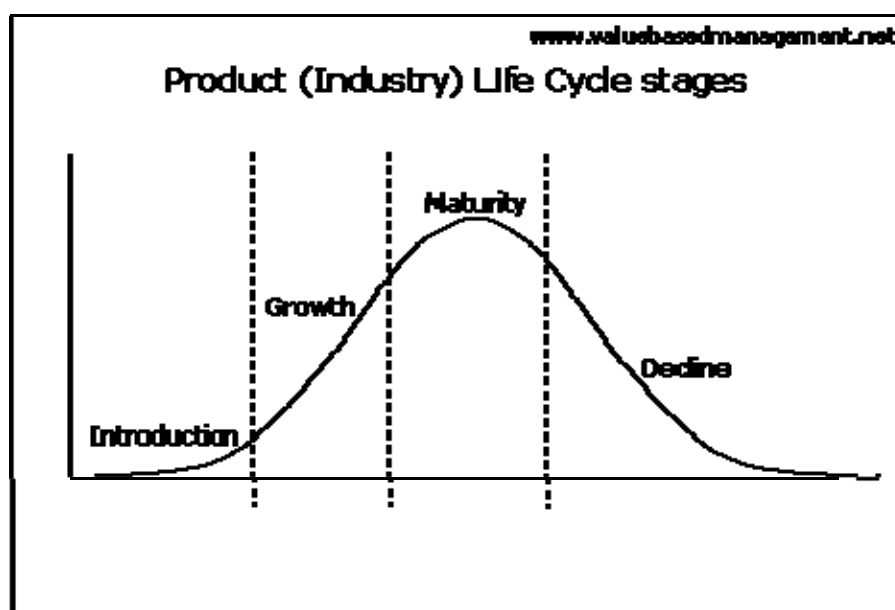
ในส่วนพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคทั่วไปจะมีความแตกต่างกันตามอายุ และอำนาจการตัดสินใจดังนี้

- เด็ก (<12 ปี) ชักจูงง่าย ชอบทำตามเพื่อนในกลุ่ม ใช้การ์ตูน เป็นสื่อในการชักนำได้ง่าย
- วัยรุ่น (13-18 ปี) ซื้อของง่าย ยังใช้เงินผู้ปกครอง เป็นส่วนใหญ่ ชอบเลียนแบบ ดารา นักร้อง
- วัยทำงาน (19-30 ปี) ตามกระแสตลาด ชอบแฟชั่น ความทันสมัย ค่านิยมจากต่างประเทศ
- วัยผู้ใหญ่ (31-50 ปี) ต้องคุ้มค่า มีเหตุผล คดีมีรสนิยม
- สูงอายุ (>50 ปี) ต้องการบริการหลังการขายพิเศษ ไม่เกี่ยงราคา

แนวโน้มพฤติกรรมลูกค้าในอนาคต จะเป็นอย่างไร เราต้องแสวงหาคำตอบให้ได้โดยอาศัยข้อมูลหลายด้านที่ผ่านมา และที่สำคัญต้องมีความรู้ ความเข้าใจต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางการตลาดด้วย เมื่อมีสิ่งเร้า ก็จะมีการตอบสนอง การคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเราสรุปประเด็นได้ คือ

1. ลูกค้าหรือผู้บริโภคในอนาคตจะมีระดับการศึกษาที่สูงขึ้น (Higher Education)
2. ลูกค้าหรือผู้บริโภคในอนาคตจะต้องการสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการในเรื่องคุณค่าของตัวเองเพิ่มขึ้น (Self-Value Oriented)
3. ลูกค้าหรือผู้บริโภคในอนาคตจะต้องการข่าวสาร ข้อมูลของสินค้ามากขึ้น (More Information Needed)
4. ลูกค้าหรือผู้บริโภคในอนาคตต้องการสินค้า/บริการที่มีความง่าย สะดวก และปลอดภัยมากขึ้น (Quality than Price)
5. ลูกค้าหรือผู้บริโภคในอนาคตจะมีอำนาจซื้อเพิ่มขึ้น (Increase Purchasing Power)
6. ลูกค้าหรือผู้บริโภคในอนาคตจะให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า มากกว่าราคา (Quality than Price)
7. ลูกค้าหรือผู้บริโภคในอนาคตจะให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพ (Health Concern) และการมีชีวิตที่มีคุณภาพมากขึ้น (Better Quality of Life)

3. **วัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์** (Product Life cycle) เมื่อผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ยอดขายผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นจะมีการเปลี่ยนแปลงเป็นวัฏจักรการศึกษาความเป็นไปตามวัฏจักรก็มีความสำคัญเพราะสามารถวิเคราะห์ได้ว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นอยู่ในช่วงในของวัฏจักรและจะดำเนินการอย่างไรต่อไปกับสถานการณ์เช่นนั้น โดยแบ่งเป็น 4 ช่วง ก็คือ



ภาพ แสดงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

ช่วงแนะนำผลิตภัณฑ์ (Product Introduction) เมื่อผลิตภัณฑ์เข้าสู่ท้องตลาด ลูกค้ายังไม่รู้จักในคุณลักษณะมากนัก ทำให้ยอดขายยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ จึงควรมีการแนะนำสินค้าให้กับลูกค้าในรูปแบบต่างๆ เช่น การแจก การลดราคา การใช้สื่อโฆษณา องค์กรจึงต้องทำงานประมาณในช่วงนี้ให้มาก เมื่อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของลูกค้า ยอดขายจะเพิ่มสูงขึ้นตามมา

ช่วงตลาดเจริญเติบโต (Market Growth) หลังจากที่มีการแนะนำสินค้า และยอดขายเพิ่มขึ้น สามารถจะนำรายได้ต่างๆมาทำการปรับปรุงสินค้าและลดค่าใช้จ่ายในการผลิต เมื่อลูกค้ารู้จักสินค้ามากขึ้น ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แนวโน้มความต้องการสินค้าจะเพิ่มขึ้นทำให้มีการขยายตัวการกระจายด้านการจัดจำหน่ายให้กว้างมากขึ้นก่อให้เกิดแนวโน้มของตลาดที่ดี เป็นผลให้ องค์กร ได้รับผลกำไรสูงสุด และเกิดคู่แข่งมากขึ้นเช่นเดียวกัน

ช่วงตลาดอิ่มตัว (Market Maturity) ยอดขายเพิ่มขึ้นในอัตราน้อยลงจนกระทั่งคงที่ จึงต้องพยายามเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ให้แปลกใหม่ด้วยวิธีการต่างๆ ซึ่งต้องเพิ่มต้นทุนการผลิตในขณะที่จะต้องขายสินค้าในราคาที่ต่ำลง ดังนั้นกำไรที่เคยได้จะลดน้อยลง และเมื่อมีสินค้าถึงจุดอิ่มตัวจริงๆความต้องการสินค้าจะลดลงเรื่อยๆ

ช่วงยอดขายลดลง (Sales Decline) ยอดขายลดลงอย่างรวดเร็วเนื่องจากลูกค้าหมดความนิยม จึงควรเริ่มที่จะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกมาสู่ท้องตลาดและค่อยๆ ถอนผลิตภัณฑ์เดิมออกจากตลาดไป ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่นำออกสู่ท้องตลาดจะมีช่วงชีวิตของผลิตภัณฑ์ดังช่วง 1 2 3 และ 4 เป็นวัฏจักรเช่นนี้ต่อไป

3. กลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วย

1. ในการทำกลยุทธ์ทางการตลาด ให้กับสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ นั้นสิ่งสำคัญควรมีการจัดแบ่งส่วนของตลาด (Marketing Segmentation) เพื่อกำหนดตลาดเป้าหมายให้กับสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ ให้ทราบอย่างชัดเจน เพื่อจัดสรรทรัพยากรขององค์กรให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม มีประสิทธิภาพ และลดความสูญเปล่าทางการตลาดได้ สำหรับตลาดผู้บริโภค สิ่งสำคัญที่ควรตระหนัก คือ วัดผลได้ เข้าถึงได้ และสามารถทำอะไรให้กับองค์กรได้ เกณฑ์ในการแบ่ง มีดังนี้

เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาด	ตัวอย่าง
1. ลักษณะของประชากร	
1.1 อายุ	ต่ำกว่า 10,11-20,21-30,31-40 ปี
1.2 เพศ	ชาย, หญิง
1.3 รายได้	สูง, กลาง, ต่ำ
1.4 อาชีพ	ข้าราชการ,เจ้าของกิจการ,พนักงาน,นักศึกษา
1.5 การศึกษา	ประถมศึกษา,มัธยม,มหาวิทยาลัย
1.6 ขนาดครอบครัว	1-2,3-5 คนขึ้นไป
2. ลักษณะของภูมิศาสตร์	
2.1 ขอบเขต	ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง
2.2 ขนาด	จำนวนประชากร ขนาดเมือง
2.3 สภาพอากาศ	อากาศร้อนชื้น ฝนตก อากาศหนาว
3. ลักษณะของจิตวิทยา	
3.1 ชั้นทางสังคม	ระดับสูง กลาง ล่าง
3.2 รูปแบบการดำเนินชีวิต	กิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น
3.3 บุคลิกภาพ	ชอบรวมกลุ่ม เชื่อมมั่นในตัวเอง ชอบเป็นผู้นำ
4. ลักษณะของพฤติกรรม	
4.1 โอกาสการซื้อ	ซื้อบ่อย ซื้อเฉพาะโอกาส
4.2 การแสวงหาประโยชน์	ประหยัด สะดวก ภาควิถีใจ คุณภาพ
4.3 สถานะผู้ซื้อ	เคยซื้อ ไม่เคยซื้อ
4.4 อัตราการใช้	ใช้บ่อย ใช้น้อย ไม่ใช้
4.5 สถานะความซื่อสัตย์	ดีดื้อหือ ไม่ดีดื้อหือ ไม่สนใจ
4.6 ภาวะความพร้อม	รู้จัก ไม่รู้จัก สนใจ ต้องการ ตั้งใจ
4.7 ทักษะติดต่อผลิตภัณฑ์	พอใจ ชอบ เฉยๆ ไม่ชอบ

2. ขั้นตอนไปเป็นการเลือกตลาดเป้าหมาย (Target Selection Strategies) พิจารณาความเหมาะสมทางศักยภาพทั้งทางด้านทรัพยากร และเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์กร ขนาดของตลาด ความน่าสนใจโดยรวมของตลาด เช่น

1. ตลาดมวลรวม ส่วนใหญ่จะนิยมในการแบ่งส่วนตลาดสำหรับ สินค้าหรือบริการขั้นพื้นฐานสำหรับการครองชีพของผู้บริโภค

2. ตลาดมุ่งเฉพาะส่วน เป็นการจัดสรรทรัพยากรทางการตลาดขององค์กรดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน ผู้บริโภคไม่เกิดความสับสน และสร้างการยอมรับกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย และมีคู่แข่งร่วมตลาดเดียวกันน้อยราย จึงเหมาะสมกับองค์กรที่มีขนาดเล็กและไม่พร้อมที่จะแข่งขันกับคู่แข่งจำนวนมากราย หรือเกินกว่าความสามารถของทรัพยากรในองค์กรที่จะรองรับได้

3. ตลาดมุ่งหลายส่วน องค์กรที่จะเลือกใช้กลยุทธ์นี้ จะต้องมีความพร้อมทั้งในด้านงบประมาณและทรัพยากรทางการตลาดอื่นๆ ที่มากเพียงพอ

3. การวางตำแหน่งการตลาด คือ ภาพพจน์ หรือจิตนาการที่ผู้บริโภคคิดถึงผลิตภัณฑ์ของเรา ว่าวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์อยู่ที่ใด องค์กรควรค้นหาจุดเด่นและความแตกต่างที่โดดเด่น ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร โดยผู้วางตำแหน่งจะต้องพิจารณาถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขันเลือกตำแหน่งผลิตภัณฑ์อย่างไร และอะไรคือแนวคิดที่ใช้กำหนดตำแหน่งให้ผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าเห็นว่ามีแตกต่างจากคู่แข่ง เช่น

ด้านผลิตภัณฑ์ รูปแบบ รูปลักษณ์ การใช้ประโยชน์ สี ขนาด ลักษณะการใช้งาน คุณภาพ การออกแบบ ใช้วัตถุดิบคุณภาพดี การทำงาน ความไว้วางใจ การออกแบบ

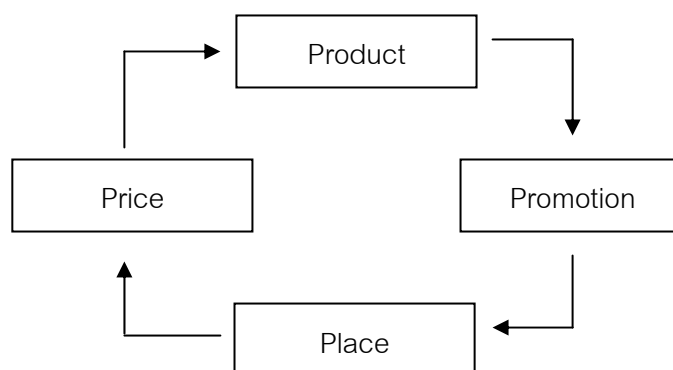
ด้านการบริการ การจัดส่ง การสั่งซื้อ ติดตั้ง ซ่อมบำรุง รับประกัน การขนส่ง การฝึกอบรมลูกค้า การให้คำแนะนำ บริการเสริมอื่นๆ

ด้านพนักงาน ความสามารถ ประสบการณ์ ความชำนาญ มารยาท ความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ มีน้ำใจ ความไว้วางใจ การตอบสนองลูกค้า การติดต่อสื่อสาร

ด้านภาพลักษณ์ สัญลักษณ์ ตราสินค้า ยี่ห้อ ความน่าเชื่อถือ การโฆษณา การใช้สื่อสิ่งพิมพ์

ฯลฯ

4. ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) จะแบ่งออกเป็น



ภาพ แสดงส่วนประสมทางการตลาด 4'Ps

ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งของที่จับต้องได้ มีตัวตน (tangible object) เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าธุรกิจอุตสาหกรรมต่างๆ และไม่สามารถจับต้องได้ (intangible offering) เช่น การบริการ การท่องเที่ยว นำเสนอให้กับตลาดหรือผู้บริโภค ชื้อไปเพื่อสนองความจำเป็นหรือความต้องการของตน ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ มีดังต่อไปนี้

คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product quality) เป็นการวัดการทำงานและวัดความคงทนของผลิตภัณฑ์ เกณฑ์ในการวัดคุณภาพถือหลักความพอใจของลูกค้า และคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง

มาตรฐาน (Standard) การกำหนดมาตรฐานการผลิตขึ้นมาก็จะช่วยควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยต่อผู้ใช้ได้ เช่น มาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก) มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช)

ตราสินค้า (Brand) คือ ชื่อ (Name) ถ้อยคำ (Word) สัญลักษณ์ (Symbol or Logo) การออกแบบ (Design) สี (Color) อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือส่วนประสมของสิ่งดังกล่าว เพื่อระบุถึงสินค้าและบริการของผู้ขาย หรือกลุ่มของผู้ขายเพื่อแสดงถึงลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่ง

ชื่อตราสินค้า (Brand Name) เป็นคำ (Word) ตัวอักษร (Letter) หรือตัวเลข (Number) ที่สามารถออกเสียงได้

เครื่องหมายตราสินค้า (Brand Mark) คือ ส่วนหนึ่งของตราสินค้าที่อยู่ในรูปสัญลักษณ์ การออกแบบสี หรือตัวอักษร ที่สามารถมองเห็นได้ สามารถออกเสียงได้ ช่วยให้จดจำและแยกแยะความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ได้

โลโก้ (Logo) สัญลักษณ์ที่แสดงลักษณะองค์การหรือชื่อตราสินค้า โลโก้เป็นส่วนหนึ่งของตราที่อาจเป็นชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าหรือทั้งหมดร่วมกัน ซึ่งใช้เพื่อการโฆษณา

เครื่องหมายการค้า (Trade Mark) ตราสัญลักษณ์ ทั้งส่วนที่เป็นชื่อหรือเครื่องหมายตราสินค้า อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือทั้งสองอย่างที่ถูกนำไปจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เพื่อให้ได้รับความคุ้มครองทางกฎหมาย โดยผู้อื่นจะนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์ของตนหรือเลียนแบบไม่ได้

ลิขสิทธิ์ (Copyright) สิทธิคุ้มครองตามกฎหมายที่รัฐมอบให้ ช่วยให้บุคคลอื่นไม่สามารถทำการลอกเลียนชื่อตรา หรือโลโก้ได้

สิทธิบัตร (Patent) สิทธิตามกฎหมายที่รัฐมอบให้แก่บุคคลที่ประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ขึ้นช่วยให้บุคคลอื่นไม่สามารถลอกเลียนผลิตภัณฑ์ ชื่อตรา หรือโลโก้ ก่อนได้รับอนุญาตจากเจ้าของสิทธิบัตร

คำขวัญ (Slogan) เป็นคำโฆษณาที่บ่งบอกถึงลักษณะ หรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อย่างสั้นๆ เพื่อให้ลูกค้าจำได้ง่าย และเป็นการเตือนความจำ (Remind) เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ (Packaging) คือ “สิ่งที่ห่อหุ้มหรือบรรจุผลิตภัณฑ์” หรือหีบห่อ เป็นส่วนประกอบสำคัญ มีประโยชน์ใช้ป้องกันความเสียหาย และป้องกันการเสื่อมคุณภาพของสินค้า ใช้เป็นอุปกรณ์สื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ผลิตผู้ขายและผู้บริโภคถึงเรื่องราวที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ รวมถึงเป็นสื่อโฆษณาดึงดูดผู้บริโภคให้สนใจและเลือกซื้อสินค้าได้ด้วย มีอยู่ 3 ชั้น คือ **ชั้นแรก** หรือบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย เช่น ขวด กล่อง ถุง อาจมีการออกแบบให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะ หรือออกแบบให้มีรูปร่างเหมาะสมและอำนวยความสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ภายใน นอกจากนี้ต้องออกแบบให้ดึงดูดลูกค้าเมื่อวางเรียงอยู่บนชั้นขายของในร้านด้วย **ชั้นในหรือชั้นที่สอง** ทำหน้าที่รวบรวมผลิตภัณฑ์ชั้นแรกเข้าไว้ด้วยกัน โดยมีการป้องกันสินค้าจากน้ำ ความร้อน ความชื้น และแรงกระแทกต่างๆ รวมทั้งมีหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกในการขายปลีก **และชั้นนอกสุด** ใช้ป้องกันสินค้าจากแรงกระแทกระหว่างขนส่ง ช่วยป้องกันความเสียหายระหว่างการขนย้าย

ฉลาก (Label) เป็น ข้อมูลที่ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิต ต้องการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า หรือผู้ผลิต โดยฉลากส่วนใหญ่จะเป็นส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์ และข้อมูลดังกล่าวจะเป็นข้อมูลจากผู้ผลิต ต้องการบอก และกฎหมายบังคับให้ลงรายละเอียดไว้ ระบุผลิตภัณฑ์ว่าเป็นสินค้าประเภทใด มีตราผลิตภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ หรือโลโก้ของสินค้าว่าเรียกอย่างไร แสดงระดับมาตรฐานของสินค้า แสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Description) เช่น ชื่อผู้ผลิต สถานที่ผลิต วัน เวลาที่ผลิต ส่วนผสม วิธีการใช้คุณค่าทางอาหาร เครื่องหมาย อย แสดงข้อมูลทางการตลาดและการค้า เช่น เครื่องหมายรับรองมาตรฐาน สมอ. มผช. ฮาลาล โฆษณาหรือแนะนำสินค้า (Promote) โดยผ่านการออกแบบที่น่าสนใจของฉลาก ป้ายฉลากจึงควรมีความกะทัดรัด ชัดเจน เข้าใจง่าย ให้รายละเอียดครบถ้วน เป็นข้อเท็จจริงที่สามารถพิสูจน์ได้ และหากมีเครื่องหมายประกันคุณภาพ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะทำให้สร้างความเชื่อถือได้มากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ สำหรับสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ควรเน้นในด้าน

1. การออกแบบ ลวดลายผ้า สีล้นที่ทันสมัย เช่น สีน้ำเงินเป็นสัญลักษณ์แห่งท้องฟ้า ทะเล เป็นสีสำนักแห่งสวรรค์ สีจาง ความเยือกเย็น ผ่อนคลายแต่ในทางตรงกันข้ามกลับเป็นสีที่ก่อให้เกิดความโศกเศร้า สีเขียว เป็นสีของธรรมชาติ ช่วยปลอบประโลมและบำบัดรักษา

สีที่ใช้ในการทำบาติกส่วนมากเป็นสีประเภทโปร่งแสง คล้ายกับสีน้ำ ผ้าบาติกที่พบเห็นทั่วไปมีการใช้สีแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ผ้าบาติกสีเดียว และหลายสี สำหรับผ้าหลายสีนั้น เพื่อให้สีแต่ละสีมีลักษณะประสานกลมกลืนกันด้วยหลักการง่าย ๆ คือการใช้สีที่ใกล้เคียงกัน เช่น กลุ่มสีน้ำเงิน ได้แก่ สีฟ้า สีน้ำเงินอมฟ้า เป็นต้น การออกแบบสีจะออกมาเป็นอย่างไร ขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้ออกแบบและความต้องการของตลาดผ้าบาติกเป็นสำคัญ

สีล้นของผ้าบาติกนั้น สามารถบอกอะไรได้หลายอย่าง ทั้งถิ่นที่มา วัฒนธรรมความเป็นอยู่ ธรรมชาติ เอกลักษณ์ของแหล่งผลิต หรือกระทั่งความรู้สึกนึกคิดของคนในท้องถิ่นนั้นๆ การทำชั้นสูงหรือผ้าบาติกที่มีราคาแพง มีกรรมวิธีที่ซับซ้อน ละเอียดทั้งลวดลาย การย้อมสียิ่งผ้าชิ้นไหนมีหลายสียิ่งต้องใช้เวลามาก เพราะต้องลงสีเขียวขึ้นหลายครั้ง บางชิ้นใช้เวลาทำเป็นปี

2. คุณภาพ ในเรื่องการควบคุมคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เน้นมีมาตรฐานที่ยอมรับในระดับสากล มีการควบคุม คัดสรรวัตถุดิบที่ใช้ให้มีมาตรฐานและคุณภาพตามที่กำหนด ควบคุมถึงขั้นตอนและกระบวนการผลิต ให้ผลผลิตสินค้าให้ได้ตรงความต้องการของผู้ซื้อ และรักษาประสิทธิภาพของสินค้าให้ได้มากที่สุด

3. การให้บริการ มีการบริการให้ตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการซื้อ ระหว่างการซื้อ และหลังการซื้อ ด้วยความจริงใจ และเป็นมิตร มีการให้คำปรึกษา แนะนำขั้นตอนการใช้ การเก็บรักษา แกะไข ซ่อมแซม

4. การรับประกัน หรือบริการอื่นๆ หลังจากผู้บริโภคซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ไม่พึงพอใจกับสินค้าหรือสินค้าไม่ได้คุณภาพตามต้องการ สามารถคืน หรือเปลี่ยนใหม่ได้ (ในกรณีที่เกิดจากการผลิตผิดพลาด)

5. บรรจุภัณฑ์ ควรให้มีความสวยงาม สามารถนำไปใช้งานได้อีก เช่น กล่อง ถุงหิ้ว (เป็นผ้าโปร่งสามารถมองผ่านเข้าไปเห็นสี ลวดลายภายในได้ด้วย)

กลยุทธ์ราคา (Price) ในกระบวนการสร้างแผนตลาด การตั้งราคาเป็นส่วนผสมทาง การตลาดที่จัดว่ายากที่สุด เพราะต้องพิจารณาราคาที่มีความเหมาะสม มีระดับสูงมากพอที่จะ ครอบคลุมต้นทุนและทำกำไร ขณะเดียวกันก็ต้องอยู่ในระดับต่ำเพียงพอที่จะสร้างยอดขายและ ตอบสนองความต้องการด้านต่างๆ ราคาเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางการตลาดด้วย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา ได้แก่ วัตถุประสงค์ทางการตลาด กลยุทธ์ส่วนประสม อื่นๆ ต้นทุนการดำเนินงาน ลักษณะของตลาด อุปสงค์ในตลาด การแข่งขัน สภาพเศรษฐกิจ และ สภาพแวดล้อมอื่นๆในปัจจุบัน

การตั้งราคา มีวิธีสำหรับการตั้งราคาจากการบวกกำไรเพิ่มเข้าไปในต้นทุน เท่าที่เห็นสมควร เป็นจำนวนเงิน หรือ เปอร์เซนต์ เข้าไปในต้นทุน เพื่อจะได้กำไรตามความต้องการของผู้ผลิต

$$\text{ต้นทุนขาย} + \text{กำไรที่ต้องการ} = \text{ราคาขาย}$$

การตั้งราคาต่ำ เพื่อขยายตลาด เปิดโอกาสให้ลูกค้าใหม่ที่ไม่สามารถซื้อสินค้าที่มีราคาสูง สามารถซื้อได้ เพิ่มการลงชื่อและลงใช้สินค้าเนื่องจากมูลเหตุจูงใจคือราคาที่ต่ำ สกัดกันคู่แข่งที่ จะเข้ามาในตลาด โดยเฉพาะคู่แข่งรายใหม่ที่ต้องลงทุนครั้งแรกสูง จะไม่ยอมเข้ามาในตลาดนี้ เพราะคิดว่าเป็นคุ้ม

การตั้งราคาสูง เพื่อให้สามารถคุ้มทุนได้อย่างรวดเร็ว ทำให้มีกำไรสะสม สามารถ ครอบคลุมต้นทุนการวิจัยและพัฒนา (R&D) ปรับปรุงคุณภาพสินค้า เพื่อคงภาพลักษณ์ของสินค้าที่ สะท้อนถึงคุณภาพ เพื่อตัดทวงผลกำไรจากสินค้าโดยเฉพาะในช่วงการแนะนำสินค้า ซึ่งยังไม่มีคู่แข่ง ข้น และสินค้าของเราเป็นสินค้านวัตกรรมใหม่

การตั้งราคาเทียบเคียงคู่แข่ง เป็นการจัดราคาที่ยึดหลักการเปรียบเทียบกับคู่แข่งโดยตั้ง ราคาใกล้เคียงกับคู่แข่ง โดยผลิตภัณฑ์อาจเหนือกว่าหรือด้อยกว่าคู่แข่งในตลาดเล็กน้อย หรือ ใช้ได้ดีในกรณีที่สินค้าใกล้เคียงคู่แข่ง โดยที่เราไม่สามารถสร้างคุณค่าพิเศษบางอย่างเพิ่มเติมให้กับ สินค้า ไม่ว่าจะเป็นการบริการ, การรับประกัน, การกระจายสินค้า การตั้งราคาใกล้เคียงคู่แข่งจึง เหมาะในกรณีเช่นนี้

การตั้งราคาตามเขตภูมิศาสตร์ ในสถานการณ์บางครั้ง การตั้งราคาอาจไม่สามารถใช้ราคา เดียวกันทั่วประเทศเมื่อสถานการณ์ของแต่ละตลาดไม่เหมือนกัน เช่น ถ้าคู่แข่งมากในเขตนั้นๆ เรา อาจต้องตั้งราคาต่ำ หรือในกรณีที่ต้องการเจาะตลาดใหม่ ก็จะต้องตั้งราคาต่ำเพื่อให้ผู้บริโภค เกิด การลงชื่อและลงใช้สินค้าของเรา ในแผนการตลาดเราต้องกำหนดชัดเจนว่าวัตถุประสงค์ในการตั้ง ราคานี้ เราตั้งราคาให้แตกต่างกันไปตามแต่ละเขตภูมิศาสตร์ได้อย่างไร

การตั้งราคาตามช่วงเวลาต่างๆ ช่วงเวลาต่างๆ ควรจะมีการบ่งชี้ในวัตถุประสงค์การตั้งราคา ด้วย เราจะวางแผนกำหนดระดับราคาได้อย่างไร ตลอดทั้งปี หรือเฉพาะช่วงใดช่วงหนึ่งของปี ราคาเป็น

เครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญที่จะนำผลลัพธ์ด้านกำไรกลับคืนมาให้กิจการของเรา การเปลี่ยนแปลงราคาย่อมส่งผลกระทบต่อและควรสอดคล้องกับฤดูกาลขายและสถานการณ์การแข่งขันซึ่งจะมีผลต่อกำไรของเรา

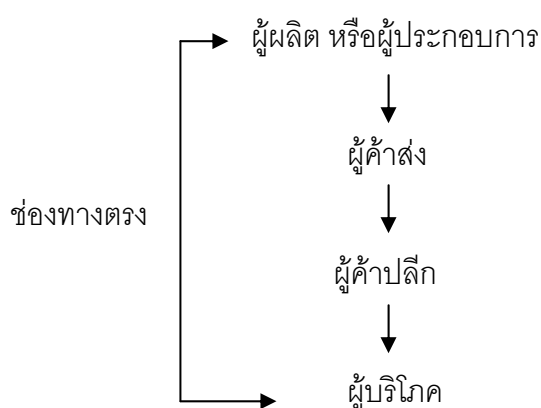
การมีส่วนลด หรือส่วนที่ยอมให้ เป็นส่วนที่ทางผู้จำหน่าย ยอมให้กับผู้ซื้อ เช่น การลดราคาให้ผู้สั่งซื้อจะได้รับสิทธิฟรี 1 ตัว ส่วนลด 10% เป็นต้น

เครดิต เป็นการตกลงกันระหว่างผู้จำหน่ายและผู้ซื้อ ในการชำระค่าสินค้า ภายในระยะเวลาที่กำหนด เช่น กำหนดชำระค่าสินค้า หลังจากรับสินค้า 15 วัน 30 วัน 45 วัน หรือ ผ่อนชำระ 3 เดือน

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายผลิตภัณฑ์ (Channel of Distribution)

เป็นการจัดหาแหล่งขาย และเลือกผู้ที่จะมาช่วยกระจายสินค้าให้ไปถึงเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม หรือเรียกกันว่าคนกลาง รวมถึงผู้ที่ทำหน้าที่ขนส่งสินค้าและจัดเก็บรักษาสินค้าด้วย ที่สำคัญผู้ประกอบการจะต้องกำหนดตลาดเป้าหมายขึ้นมาก่อน เพื่อที่จะทำให้ทางเลือกแคบลง เพราะจะรู้ว่าใครคือลูกค้า ลูกค้าอยู่ที่ใดบ้าง เราจะเข้าถึงลูกค้าได้อย่างไร ลูกค้าชอบให้เข้าถึงด้วยวิธีการใด และลูกค้าซื้อสินค้าเมื่อใด ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายมีอยู่ 2 ช่องทาง ก็คือ

1. ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตรง เป็นช่องทางที่สั้นที่สุด สินค้าจะผ่านมือผู้ผลิตถึงผู้บริโภคโดยตรง โดยไม่ผ่านคนกลาง
2. ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม เป็นช่องทางที่ต้องใช้คนกลางเข้ามาช่วย คนกลางที่เป็นผู้ค้าปลีกจะเหมาะกับสินค้าที่ขายผ่านห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ สินค้าเน่าเสียง่าย ลำบากเร็ว และลูกค้าอยู่กระจัดกระจาย เพราะจะเป็นคนกลางคนสุดท้ายก่อนถึงผู้บริโภค สำหรับคนกลางที่เป็นผู้ค้าส่งนั้นจะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหรือจากคนกลางอื่นๆ แล้วจำหน่ายต่อให้กับคนกลางอื่นๆ ต่อไป



ภาพ แสดงช่องทางการจัดจำหน่าย

การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมกับธุรกิจ ของเรามากที่สุด จะช่วยให้กระจายสินค้าได้อย่างทั่วถึงและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด และบรรลุเป้าหมายทางการตลาดที่ต้องการได้รวดเร็ว

ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตรง เป็นการใช้ประโยชน์ จากช่องทางการติดต่อสื่อสารต่างๆ เช่น

การจัดจำหน่ายผ่านสื่อสาธารณะ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร เพื่อกระตุ้นความต้องการของตลาดเป้าหมาย แต่การใช้สื่อสาธารณะจะมีค่าใช้จ่ายสูง

การจัดจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน เพราะเป็นช่องทางที่มีต้นทุนดำเนินการต่ำ ไม่ว่าผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อสินค้า ถ้าผู้เสนอขายมีความสามารถด้านการสื่อสารที่ดีพอ ก็จะทำให้องค์กรได้รับทราบข้อมูลด้านอื่นๆ จากกลุ่มเป้าหมาย ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานทางการตลาดต่อไป

การจัดจำหน่ายทางไปรษณีย์ เป็นการนำเสนอข้อมูล เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย โดยจะต้องจัดทำเอกสารให้มีความน่าสนใจ ในรูปสิ่งพิมพ์ ประเภทแผ่นพับ รายการผลิตภัณฑ์ โดยองค์กรจะต้องระบุเบอร์โทรศัพท์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

การจัดจำหน่ายผ่านเครือข่าย Internet เพราะในปัจจุบันสื่อ Internet นับเป็นเครือข่ายด้านการติดต่อสื่อสารที่ทรงประสิทธิภาพสูงสุด สามารถนำมาปรับใช้เพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายในตลาดอย่างกว้างขวาง สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วโลก จึงไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่การตลาด ไม่มีข้อจำกัดด้านสถานที่จำหน่าย เนื่องจากผู้บริโภคจะเข้ามาดูรายละเอียด และสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้ในทุกระยะ และทุกสถานที่ทั่วโลก ผู้บริโภคสามารถมองเห็นภาพและข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ได้

การจัดจำหน่ายโดยใช้พนักงานขาย ช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบดั้งเดิม ซึ่งผู้จำหน่ายจะต้องมีบุคลิกลักษณะเหมาะสม มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นผู้นำเสนอผลิตภัณฑ์ให้แก่กลุ่มเป้าหมายเป็นการส่วนตัว หรือหมู่คณะ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจและตัดสินใจซื้อในที่สุด

การจัดจำหน่ายโดยเน้นสถานที่และทำเลที่ตั้งในการขายสินค้า หรือวิธีต่างๆ ที่เป็นความสะดวกของลูกค้าในการเข้าถึงสินค้า โดยการจัดวางสินค้าในลักษณะที่มองเห็นและเลือกสินค้าได้ง่าย จัดวางให้เป็นระเบียบสะอาดตา แสดงความเป็นเอกลักษณ์ หรือสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น มีเรื่องราวที่น่าสนใจ มีตำนานผลิตภัณฑ์

การส่งเสริมการตลาด

การสื่อสารการตลาด ระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อ เพื่อให้ข้อมูล ชักจูงใจ หรือตอกย้ำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ เพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง ด้านความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึก และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย มีผลต่อการเพิ่มยอดขายในช่วงเวลาสั้นๆ แผนการส่งเสริมการขายต้องดำเนินการแบบกลยุทธ์ และมีความสร้างสรรค์ แต่ต้องคำนึงถึงงบประมาณค่าใช้จ่ายและช่วงเวลาต่างๆ อย่างเหมาะสม เครื่องมือที่ช่วยให้ผู้บริโภคได้รู้จัก กับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาด และช่วยกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น

การโฆษณา (Advertising) เป็นวิธีการเสนอข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และองค์กร ไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ผ่านสื่อสาธารณะ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นป้ายโฆษณา การโฆษณาบนINTERNET แผ่นพับ เป็นต้น

การขายโดยพนักงานขาย (Personal selling) เป็นการขายโดยใช้พนักงานหรือสมาชิกในองค์กรเป็นผู้นำเสนอสินค้า วิธีนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุด เพราะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง มีการโต้ตอบกัน ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ทำให้ผู้ขายสังเกตพฤติกรรมของผู้ซื้อได้ สามารถทำให้ขายสินค้าได้เพิ่มขึ้นจากเดิม แต่มีข้อเสีย ที่ค่าใช้จ่ายในการจ้างขายสูง จึงไม่คุ้มกับค่าใช้จ่าย

การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) สามารถทำได้หลายวิธี เช่น การให้ คุปองส่วนลด แจกตัวอย่างสินค้า การลดราคาในช่วงสั้นๆ ของแถม รายการชิงโชค รายการแข่งขันชิงโชค สินค้าขนาดสมนาคุณ การให้ส่วนลดหลังการซื้อ รายการสะสมคะแนน เมื่อสั่งซื้อ 2 ดัง แถม 1 ดัง การตกแต่งและแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ การแถมสินค้าฟรี การแจกใบปลิว การสาธิต การจัดอบรมให้ความรู้ เพื่อให้การขายทำได้สะดวกขึ้น

การประชาสัมพันธ์ (Publicity) สร้างภาพลักษณ์ บุคลิกลักษณะให้กับผลิตภัณฑ์ ไปสู่ผู้บริโภคตามที่องค์กรกำหนดไว้

สรุป กลยุทธ์ตลาด

ตลาด คือ สถานที่ที่ทำการกรรมการแลกเปลี่ยน ระหว่างผู้ผลิต หรือผู้เสนอขายสินค้าและบริการ เพื่อสนองตอบความต้องการและความพอใจกับผู้ซื้อหรือผู้บริโภค

การศึกษาผู้บริโภค ว่าเป็นใคร อยู่ที่ไหน ซื้อสินค้าเมื่อไร ที่ไหน เวลาใด แบบไหน สีอะไร ขนาดเท่าไร จำนวนเท่าไร รู้จักสินค้าและบริการได้อย่างไร และมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างไรในอนาคต

เกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งส่วนของตลาด จากลักษณะประชากร ลักษณะภูมิประเทศ ลักษณะจิตวิทยา และลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค

การเลือกตลาดเป้าหมายจะต้องพิจารณาจากความเหมาะสมของทรัพยากรที่มีอยู่ และเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ แล้วกำหนดว่าจะมุ่งตลาดรวมที่เป็นสินค้าพื้นฐานที่จำเป็นต้องใช้ชีวิตประจำวัน ตลาดเฉพาะส่วนหรือมุ่งตลาดหลายส่วน

การวางตำแหน่งทางการตลาด เป็นการกำหนดภาพพจน์ หรือจิตนาการที่ให้ผู้บริโภครู้จักกับผลิตภัณฑ์ขององค์กร โดยองค์กรจะต้องเสนอจุดเด่น ความแตกต่างเพื่อดึงความสนใจของผู้ซื้อ

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ก็คือ การผลิตสินค้าที่ลูกค้าต้องการเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า หลังจากนั้นก็สื่อสารให้ผู้บริโภค/ผู้ซื้อ/ลูกค้าทราบ โดยการวางจำหน่ายในช่องทางที่อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า และขายสินค้าในราคาที่ลูกค้าพึงพอใจนั่นเอง ประกอบด้วย

ผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบที่สำคัญของผลิต เช่น ตราสินค้า ยี่ห้อ ลิขสิทธิ์ มาตรฐานคุณภาพ บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้า และการจำหน่าย เป็นต้น

ราคา เช่น การตั้งราคาสินค้าและบริการ วัตถุประสงค์ต่างๆ ของการตั้งราคา การกำหนดส่วนลด การให้เครดิต เป็นต้น

การจัดจำหน่าย เช่น การขายโดยตรงจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค การขายโดยผ่านคนกลาง ขายผ่านร้านค้าส่ง ผ่านห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

การส่งเสริมทางการตลาด เช่น การมีพนักงานขายสินค้า การโฆษณา ผ่านสื่อสาธารณะ การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ เป็นต้น

หน่วยที่ 4

การผลิต

คำอธิบาย

ศึกษาความหมาย ปัจจัยในการผลิต ระบบการผลิต การพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้ง การวางแผนกำลังการผลิต การวางแผนโรงงาน การบริหารการจัดซื้อวัสดุ การบริหารสินค้าคงคลัง การขนส่งและจัดส่งสินค้า การจัดสายการผลิต การควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การตรวจสอบ เลือกเครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบ และรวบรวมข้อมูล เพื่อค้นหาสาเหตุและแนวทางแก้ไข

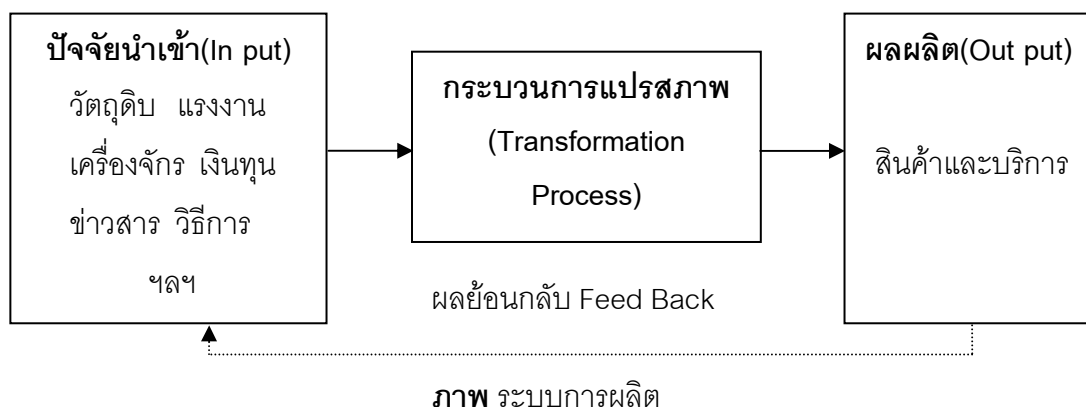
จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. บอกความหมายและอธิบายระบบการผลิตได้
2. อธิบายการบริหารการผลิต
3. บอกวิธีการวางแผนกระบวนการผลิต
4. บอกเครื่องมือที่ใช้ควบคุมคุณภาพ
5. บอกความสำคัญของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ได้

เนื้อหา

การผลิต (Production/Operations) ความหมายในด้านเศรษฐศาสตร์ การผลิต หมายถึง การสร้างสินค้าและบริการต่างๆขึ้น โดยใช้ปัจจัยการผลิต เพื่อนำมาสนองความต้องการของมนุษย์และยังถือว่าการผลิตเป็นสิ่งที่สร้างอรรถประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่สินค้าและบริการ (มณเฑียร ประจวบตี. 2533:5)

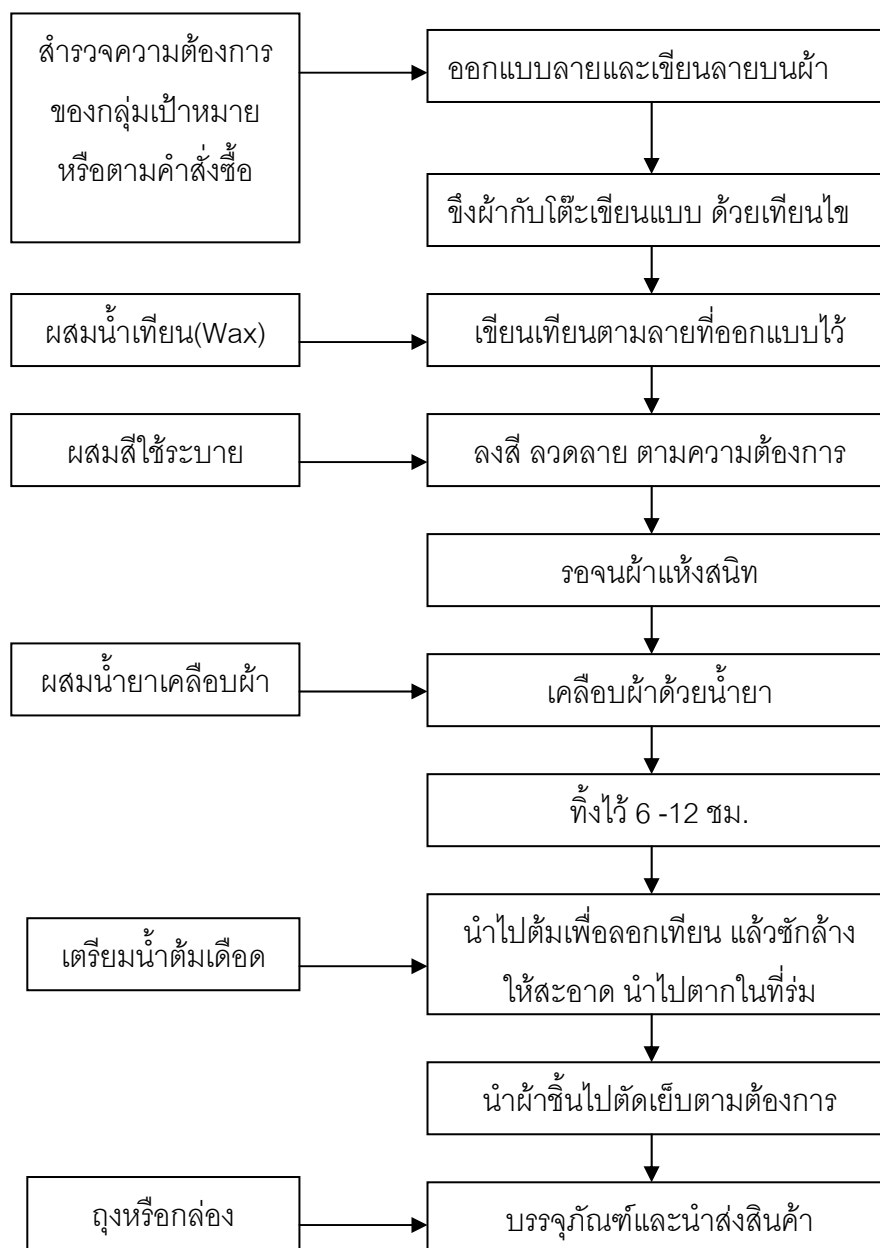
ระบบการผลิต & การปฏิบัติการ (Product & operation system) มีโครงสร้างหลักประกอบด้วย ทรัพยากรการผลิต หรือ ปัจจัยนำเข้า ประกอบด้วย เงินทุน ที่ดิน วัตถุดิบ เครื่องมือ/อุปกรณ์ แรงงาน วัสดุ โรงงาน การจัดการ (ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์กร การสั่งการ และการควบคุม) กระบวนการแปรรูป (Transformation system) เป็นการนำทรัพยากรการผลิตเข้าสู่กระบวนการแปรรูป แล้วออกมาเป็นสินค้าและบริการ เปลี่ยนเป็นผลผลิต (Output) สินค้าหรือบริการ เป็นผลที่เกิดขึ้นจากกระบวนการแปรรูป



วัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตผ้าบาติก

1. ดินสอ มีความเข้มของไส้ดินสอขนาด 2 บี ใช้วาดหรือลอกลวดลายลงกระดาษไข
2. กระดาษไขชนิดบาง ใช้ลอกแบบลวดลายจากต้นฉบับหรือนำมาลอกลงบนผืนผ้าชิ้นงาน
3. ปากกาเขียนเทียนจันตึง (Canting or Tjanting) มีอยู่ 4 ขนาด ได้แก่ เบอร์ L (Large Size) เบอร์ M (Middle Size) เบอร์ S (Small Size) เบอร์ SS (Super small Size)
4. พู่กันและแปรงทาสี (Brush)
5. เทียนไข (Wax) และขี้ผึ้ง (Bee Wax)
6. กรรไกรตัดผ้าใช้ตัดผ้า และกระดาษไขตามขนาดที่ต้องการ
7. กรอบไม้รูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสหรือสี่เหลี่ยมผืนผ้าตามขนาดของผ้าชิ้นงาน
8. เป็กหรือลวดเย็บใช้ขึงผ้าชิ้นงานให้ยึดติดแน่นบนกรอบไม้
9. เตาสาหรับต้มเทียน
10. แก้ว ใช้ผสมสีต่าง ๆ ตามที่ต้องการ
11. ไส้แทงหรือลวดแทง
12. ขาเหล็ก ใช้สำหรับตั้งรับกรอบไม้
13. อ่างย้อมสี หรือกะละมัง
14. เตาไรต์ใช้รีดผ้าชิ้นงานให้เรียบ
15. โซดาแอช
16. เกลือแกง
17. โซเดียมซลิเกต
18. โซเดียมไฮโดรซัลไฟท์
19. สบู่เทียม (Wetting agent)
20. ผงซักฟอก

การจัดกระบวนการผลิตผ้าบาติก กลุ่มบาติกหาดทรายรี จังหวัดชุมพร



ภาพ แสดงการจัดสายการผลิตผ้าบาติก กลุ่มบาติกหาดทรายรี

กระบวนการผลิตผ้าบาติก การทำผ้าบาติกแบบระบาย กลุ่มผ้าบาติกหาดทรายรี จ.ชุมพร

1. เตรียมเครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ เพื่อทำการผลิต



2. เขียนเขียน ลงวาดลาย ลงสี ตามแบบที่กำหนด



3. รอผ้าให้แห้งสนิท เคลือบน้ำยา และชักล้างด้วยน้ำสะอาด ตากไว้ให้แห้ง





4. นำผ้าขึ้นที่ทำความสะอาดแล้ว เพื่อพร้อมตัดเย็บตามแบบที่ต้องการ

5. ตรวจสอบความเรียบร้อย ตามสี ขนาด ตามคำสั่งซื้อลูกค้า



ภาพประกอบ กระบวนการผลิตผ้าบาติก สำหรับการทำผ้าบาติกแบบระบาย

แนวคิดในการผลิต เพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย
ของกลุ่มผ้าบาติกหาดทรายรี จังหวัดชุมพร

ในด้านปัจจัยนำเข้า

ต้นทุนต่ำ คุณภาพดี เหมาะสม

ในด้านกระบวนการผลิต

มีประสิทธิภาพสูง คุณภาพดี มีมาตรฐาน ของเสียน้อย

ในด้านผลผลิต

ตรงตามรูปแบบ ทันเวลา ครบจำนวน แข็งแรง สวย ดี

รูปแบบผลิตภัณฑ์ ที่มีอยู่ในปัจจุบันของผ้าบาติก มีรูปแบบต่างๆ เช่น เสื้อผ้า กางเกง กระเป๋า ผ้าเช็ดหน้า ผ้าม่าน ปลอกหมอน ผ้าปูโต๊ะ ผ้าคลุมไหล่ เนคไทด์ เป็นต้น



ลวดลายที่นิยมนำมาระบาย



เกร็ดความรู้

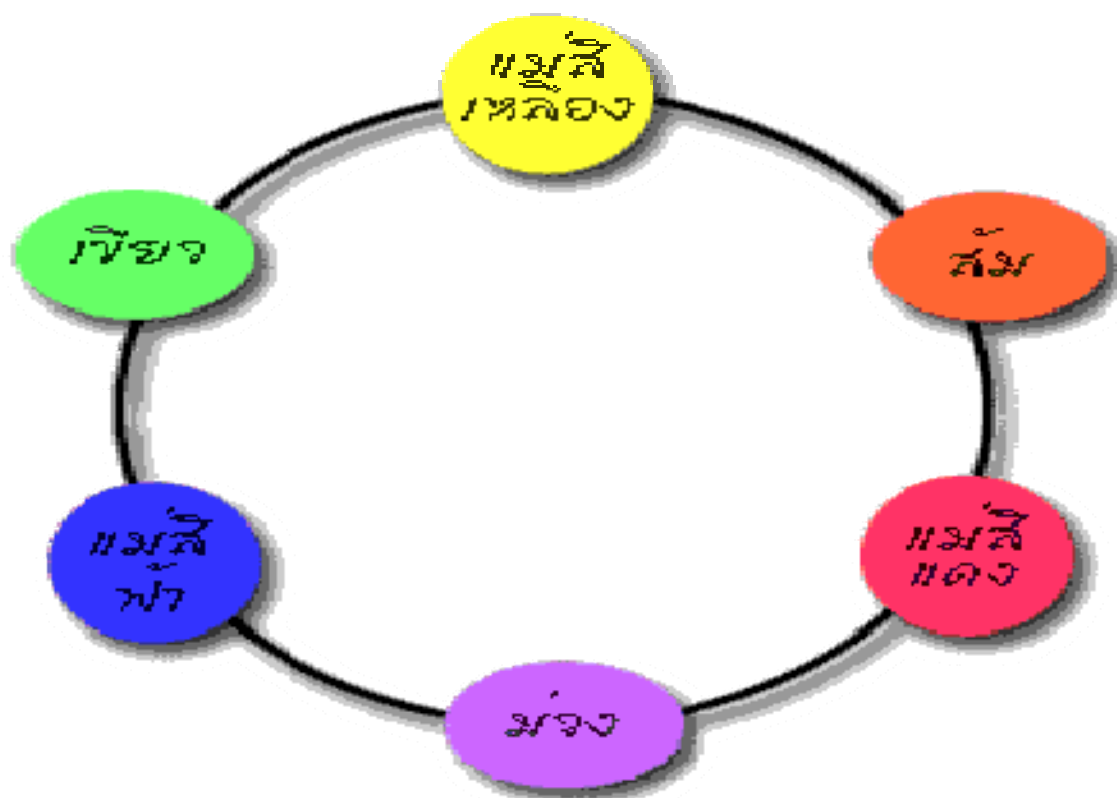
เรื่องของแม่สี ในการทำผ้าบาติก

ในการซื้อสีเพื่อมาทำผ้าบาติกเราอาจซื้อทุกสีที่ต้องการมาใช้ แต่อาจเป็นการสิ้นเปลืองเงินมากเกินไป คุณอาจซื้อเฉพาะแม่สีแล้วนำมาผสมสีตามต้องการได้ แม่สีได้แก่ สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน ซึ่งสามารถผสมได้สีดังนี้

แดง + น้ำเงิน = ม่วง

น้ำเงิน + เหลือง = เขียว

เหลือง + แดง = ส้ม



ภาพ วงจรสี

วิธีการผสมสี ควรผสมสีทีละน้อย แล้วทดลองระบายบนกระดาษขาว ถ้าไม่พอใจจึงค่อยๆ เพิ่มเติมสี เช่น หากเราต้องการสีม่วงอมแดง เราก็ค่อยๆ ผสมสีแดงเข้าไปในสีม่วง แล้วดูผลว่ามันจะออกมาเป็นสีม่วงที่เราพอใจแล้วหรือยัง นอกจากนั้นเราสามารถใส่สีดำเพื่อเพิ่มความเข้มให้กับสีได้ สีบาติกที่ยังไม่ได้ละลายน้ำควรเก็บไว้ในที่แห้งและไม่ตากแดด

วิธีการลงสี ช่วงการลงสีคือช่วงที่น่าสนุก ซึ่งเราสามารถลงสีได้ตามที่เราต้องการ ละลายสีจำนวนเล็กน้อยในน้ำปริมาณพอเหมาะในกระปุกที่มีฝาปิด เราสามารถเก็บสีที่เหลือไว้ใช้ในครั้งต่อไปได้ แต่ไม่ควรเก็บสีที่ละลายน้ำแล้วไว้นานเกินกว่า 2 สัปดาห์ เพราะสีจะเสื่อมสภาพ ก่อนลงสี ให้ใช้น้ำเปล่าระบายบนผ้าให้หมาดๆ แล้วจึงลงสีไล่ให้สีมีความเข้ม/จาง หรือจะไล่จากสีหนึ่งไปยังอีกสีหนึ่ง (ดูจากตารางแม่สี) เช่น จากสีน้ำเงินไปผสมกับสีเหลือง ตรงจุดที่สีทั้งสองบรรจบกันจะกลายเป็นสีเขียว ควรลงสีให้เข้มไว้ก่อน โดยลงสีซ้ำขณะที่สีเดิมยังหมาดๆ ไม่ควรรอให้แห้งสนิท เพราะสีจะจาง ควรจำไว้ว่าหลังจากการต้มเทียนออกแล้ว สีจะจางลงอีกประมาณ 30%



เมื่อลงสีเสร็จเรียบร้อยแล้ว ต้องถือหรือวางกรอบไม้ในแนวนอนเสมอ มิฉะนั้นสีจะไหลลงด้านล่าง นำไปผึ่งหรือตากแดดให้สีแห้งสนิท

วิธีการลงน้ำยาคงสภาพสี โซเดียมซิลิเกต คือน้ำยาคงสภาพสี มีลักษณะเหนียวข้น โซเดียมซิลิเกตไม่เป็นอันตรายต่อผิวหนัง แต่ไม่ควรให้โดนบาดแผล หรือเนื้อไม้ รีบล้างออกทันที ใช้แปรงหมักกว้างทาโซเดียมซิลิเกตให้ทั่วผืนผ้าบริเวณที่ลงสี ดูให้แน่ใจว่าลงสีได้ทุกซอกมุม โดยเฉพาะส่วนซอกที่อยู่ตรงขอบเทียน ส่วนที่ทาโซเดียมซิลิเกตจะมีสีเข้มขึ้นแต่จะหายเป็นปกติเมื่อล้างออกทิ้งไว้ประมาณ 3-6 ชั่วโมง หรือมากกว่านั้น



วิธีการต้มเหียนออก ลอกผ้าออกจากกรอบไม้ ล้างโซเดียมซัลเฟตออกด้วยน้ำเปล่า ให้แช่ผ้าในน้ำตลอดเวลาจนกว่าจะต้มเหียนออก มิฉะนั้นสีจะตกเลอะ ต้มน้ำใส่ผงซักฟอกให้เดือด ระวังว่าน้ำผสมผงซักฟอกเมื่อเดือดจะมีฟองล้นออกมาอย่างรวดเร็ว ควรเฝ้าดูตลอดเวลา ใส่ผ้าลงไป ใช้ไม้คนให้ทั่วเพื่อให้เหียนหลุดออกจากผ้า ต้มไว้สักครู่ ตักผ้าใส่ในอ่างน้ำเย็น แล้วใช้มือขยี้ดูว่าเหียนหลุดออกหมดหรือไม่ ถ้ายังไม่หมดให้ต้มอีกครั้ง อาจเปลี่ยนน้ำผสมผงซักฟอกถ้าเหียนในน้ำมีมากเกินไป นำขึ้นตากให้แห้งแล้วเย็บขอบให้เรียบร้อย

กลยุทธ์ด้านการผลิต

การเลือกทำเลที่ตั้งการผลิต เป็นเรื่องสำคัญที่ต้องพิจารณาด้วยความรอบคอบหลายประการ เช่น ต้องเดินทางไปมาสะดวกและกระจายสินค้าได้ง่าย ระยะทางจากแหล่งวัตถุดิบจะต้องไม่ไกลมากนัก มีสิ่งอำนวยความสะดวก เพราะจะส่งผลโดยตรงต่อต้นทุน การแข่งขันกับคู่แข่ง ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่ตั้งโรงงาน เช่น

ปัจจัยทางด้านทรัพยากรการผลิต วัตถุดิบ ปริมาณ ราคา และคุณภาพ ตลาดสินค้า จำนวนลูกค้า จำนวนคู่แข่ง การกระจายสินค้าได้รวดเร็ว แรงงาน ปริมาณและค่าแรงของแรงงาน ช่างฝีมือ แรงงานกรรมกร ที่ดิน ปริมาณและราคา การขนส่ง จำนวนและความสะดวกของเส้นทางการขนส่งทางบก น้ำ และ อากาศ พลังงาน ปริมาณ ราคาของไฟฟ้า ก๊าซ น้ำมันเชื้อเพลิงและอื่น ๆ สาธารณูปโภค ปริมาณและราคาของน้ำประปา โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และอื่นๆ

ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม การยอมรับของชุมชน ความเชื่อและหลักศาสนาของชุมชน คุณภาพของชีวิตในชุมชน สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ มาตรฐานค่าครองชีพ ความปลอดภัยในชีวิตและครอบครัว สภาพการรวมตัวทางธุรกิจและอุตสาหกรรม การร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

การวางแผนผังโรงงาน เป็นการวางแผน กำหนดสถานที่ทำงาน และและสถานที่ตั้งอุปกรณ์ภายในโรงงาน ให้การผลิตมีประสิทธิภาพที่สุด และต้องออกแบบผังโรงงาน อย่างพินิจพิเคราะห์เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความยืดหยุ่นและสามารถที่จะควบคุมได้ และต้องออกแบบโยงต่อส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การจัดการวัตถุดิบ การเก็บรักษาและการควบคุม

การจัดซื้อ เป็นหน้าที่ที่สำคัญในการผลิต เพราะเงินทุนส่วนใหญ่มากกว่าครึ่งหนึ่งของต้นทุนขายได้ใช้ไปในการจัดซื้อวัสดุ ฝ่ายจัดซื้อมีหน้าที่หลักต้องรับผิดชอบเก็บรวบรวมข่าวสาร ค้นคว้าและเสาะหา และดำเนินการจัดซื้อให้มีประสิทธิภาพ โดยยึดหลักว่าคุณภาพถูกต้อง ปริมาณเหมาะสม ราคาเหมาะสม ในเวลาที่ต้องการ และจากผู้จำหน่ายที่เหมาะสมด้วยเช่นกัน ขั้นตอนในการจัดซื้อ

จะต้อง กำหนดความต้องการสินค้าที่จัดซื้อให้แน่นอน กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าให้รัดกุม ชัดเจน เปรียบเทียบกับผู้จำหน่ายหรือแหล่งขาย วิเคราะห์ข้อมูล เลือกผู้จำหน่ายและออกไปสั่งซื้อ ดำเนินการติดตามเรื่องสั่งซื้อ ตรวจสอบกำกับสินค้าที่ได้รับมาจากผู้จำหน่ายทุกครั้ง รับและตรวจสอบสินค้าที่สั่งซื้อ รวบรวมและเก็บเอกสารจัดซื้อหลังจากดำเนินการเสร็จแล้ว

ข้อสำคัญของผู้ดำเนินการจัดซื้อ จะต้องได้วัสดุ ตรงกับความต้องการของใบสั่ง ทั้งจำนวน สี ขนาด รูปแบบ น้ำหนัก เพราะถ้าผู้จำหน่ายวัตถุดิบให้สินค้าไม่ตรงตามความต้องการแล้ว ผู้ผลิตจะผลิตสินค้าไม่ตรงตามความต้องการของตลาด ทำให้เกิดความเสียหายได้ในกรณีที่ผู้ซื้อสินค้าไม่ยอมรับสินค้าเพราะไม่ตรงกับตัวอย่างหรือแบบที่ตกลงกันได้

การบริหารสินค้าคงคลัง เป็นการเก็บวัสดุไว้ในอนาคต โดยทั่วไปสินค้าคงคลังที่เก็บในองค์กรหรือหน่วยงาน จะเป็นวัตถุดิบ และชิ้นส่วนเพื่อการผลิตสินค้าในระหว่างการผลิต (Work in process) ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ชิ้นส่วนของเครื่องจักร อะไหล่ เครื่องมือต่างๆซึ่งสินค้าคงคลัง นับได้ว่าเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญ และสาเหตุที่ต้องการเก็บสินค้าคงคลัง ก็เพื่อให้มีจำหน่ายเมื่อลูกค้าต้องการ และกรณีวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีปริมาณน้อยตามแต่ฤดูกาล ราคาต่อหน่วยถูกลงกว่าการสั่งซื้อทีละน้อยๆ แก้ปัญหากรณีที่วัตถุดิบอาจเน่าเสียได้ และป้องกันการขาดแคลน

สำหรับการควบคุมสินค้าคงคลัง ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้บริหารที่จะต้องรู้ ก็คือ จำนวนที่จะสั่งซื้อ หรือผลิตในแต่ละครั้ง ว่าควรมีปริมาณเท่าใดจึงจะเหมาะสม เวลาไหนที่เหมาะสมในการสั่งซื้อ หรือสั่งผลิต และวิธีที่จะช่วยตอบคำถาม หรือช่วยให้ผู้บริหารทำงานได้สะดวกและง่ายขึ้น หลายวิธี เช่น การจำแนกเป็นระดับ A B C, ระบบทันเวลาพอดี (Just-in-time System) หรือ JIT, การสั่งซื้อที่ประหยัด

การขนส่งและจัดส่งสินค้า ในการประกอบธุรกิจ ทางองค์กรอาจเลือกวิธีการส่งสินค้า ดังนี้

1. มีการจัดระบบขนส่งเอง คือ กลุ่มหรือองค์กร มีการจัดส่งสินค้าให้กับผู้ซื้อ เองอาจเป็นการส่งผ่านทางไปรษณีย์ ทางรถไฟ ทางรถประจำทาง ทางรถยนต์ แต่องค์กรจะต้องคำนึงถึง ค่าใช้จ่ายที่จะต้องลงทุนกับระบบขนส่ง เช่น ค่ารถ ค่าน้ำมัน ค่าบำรุงรักษา ค่าประกันความเสี่ยง เป็นต้น แต่องค์กรจะได้รับความสะดวกในการจัดส่ง สามารถจัดส่งได้ทันที ไม่ต้องรอคิว หรือบริษัทขนส่งไม่พร้อมที่จะรับสินค้า

2. ลูกค้ามารับเองที่โรงงาน

3. ว่าจ้างบริษัทขนส่ง ในกรณีที่ต้องส่งสินค้าเป็นจำนวนมากและต้องส่งไปในหลายๆที่พร้อมๆกันนั้น แนะนำให้ว่าจ้างบริษัทขนส่งที่มีความชำนาญ และมีเครือข่ายในหลายพื้นที่มาดำเนินการจัดส่งแทน

การควบคุมคุณภาพ (Quality Control: QC) คุณลักษณะของสินค้าหรือการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการ หรือการบรรลุมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ ได้แก่ การใช้งาน ความคงทน ลักษณะ ภาพลักษณ์ ความเชื่อถือได้ และเป็นไปตามข้อกำหนด เป็นต้น ส่วนคุณภาพการบริการมีทั้งคุณภาพที่เป็นรูปธรรม เช่น ความสวยงามของสถานที่และนามธรรม เช่น ความเชื่อถือ ความสะดวก ความรวดเร็ว ความถูกต้อง ความสม่ำเสมอ เป็นต้น

ขั้นตอนในการตรวจสอบคุณภาพในการผลิตนั้น สามารถตรวจสอบได้ตั้งแต่ ขั้นตอนการจัดซื้อวัตถุดิบ ขั้นตอนควบคุมที่กระบวนการผลิต ขั้นตอนตรวจสอบคุณภาพก่อนส่งต่อไปกับลูกค้า และขั้นตอนการควบคุมคุณภาพหลังการขาย

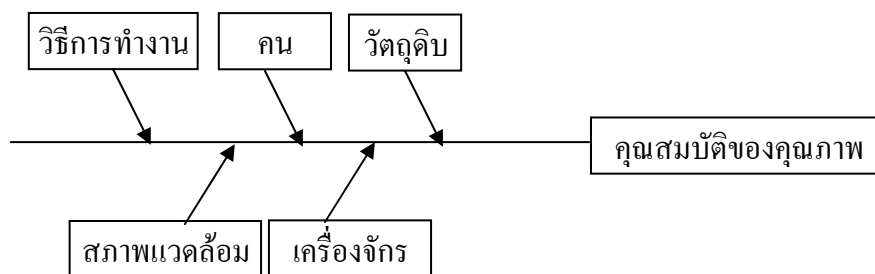
เครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพ

รายการตรวจสอบหรือใบตรวจสอบ (Check Sheet) เป็นแบบฟอร์มที่ได้รับการออกแบบไว้ เพื่อบันทึกข้อมูลที่เป็นประโยชน์ มีวัตถุประสงค์ชัดเจน โดยผู้บันทึกสามารถบันทึกได้ง่าย สะดวก ถูกต้อง และผู้อ่านสามารถเข้าใจได้รวดเร็ว เราจะใช้แผ่นตรวจสอบ เมื่อต้องการควบคุมและติดตามคุณภาพการผลิต ต้องการหาสาเหตุของความผิดพลาด แตกต่าง และต้องการตรวจสอบปัญหา แผ่นตรวจสอบนี้จะใช้ได้ดีในกิจกรรมที่เกี่ยวกับการค้นหาปัญหา แก้ปัญหา และปรับปรุงคุณภาพ โดยนำบันทึกแผ่นตรวจสอบนั้นมาวิเคราะห์หาค่าความ และนำไปแก้ไข ซึ่งแผ่นตรวจสอบมีหลายลักษณะ เช่น แบบตาราง แบบแสดงความถี่ ตารางกรอกตัวเลข แบบสอบถาม

แผนภูมิควบคุม(Control Chart) เป็นเครื่องมืออีกชนิดหนึ่งที่มีความนิยมใช้กันมาก เป็นเครื่องมือที่ใช้ตรวจสอบความเปลี่ยนแปลงไปของกระบวนการผลิต เพื่อแก้ไขปัญหาด้านคุณภาพได้อย่างรวดเร็ว และไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสินค้าที่ผลิต ก่อนที่จะสร้างแผนภูมิควบคุม เราจะต้องรู้ว่า จะควบคุมอะไร มี วัตถุประสงค์เพื่ออะไร จะทำการเก็บข้อมูลกี่ตัวอย่างและเก็บบ่อยแค่ไหน โดยการกำหนดขอบเขตในการควบคุม ด้วยการกำหนดค่ากลาง หรือค่าเฉลี่ยให้เป็นมาตรฐานการผลิต ว่าจะสามารถยอมรับผลิตภณฑ์ได้ในช่วงไหน ถ้ามีการสุ่มตัวอย่างออกมาแล้วได้ค่าที่แตกต่างจากจุดควบคุม ต้องไม่มากกว่า หรือน้อยกว่าที่ได้กำหนดไว้ ก็จะยอมรับผลิตภณฑ์นั้นๆได้ และผู้ควบคุมยังสามารถนำผลที่ได้มาศึกษาต่อไปว่า เกิดอะไรขึ้นในกระบวนการผลิต และจะมีวิธีป้องกันอย่างไร ไม่ให้เกิดซ้ำอีก

การเก็บตัวอย่าง(Sampling) แบ่งออกเป็น การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและการสุ่มตัวอย่างแบบสุ่ม โดยการเก็บตัวอย่างแบบเจาะจง เป็นการใช้ความรู้ทางทฤษฎีหรือประสบการณ์เป็นหลักในการเลือก ตัวอย่างจากตัวอย่างทั้งหมด และการเก็บตัวอย่างแบบสุ่ม เป็นการเก็บตัวอย่างจากทุกส่วนของตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งมีโอกาสเท่าๆกันทุกส่วน เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์ หรือวิจัยปัญหา ปัญหาที่จะส่งผลกระทบต่อการผลิตสินค้า เราสามารถใช้เครื่องมือคุณภาพมาช่วยวิเคราะห์ปัญหา หาต้นเหตุของปัญหา เช่น แผนผังสาเหตุและผล หรือผังก้างปลา (Fish Bone Diagram) เป็นแผนผังที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหา กับเหตุผลทั้งหมดที่เป็นไปได้ที่ก่อให้เกิดปัญหานั้น องค์กรจะใช้แผนผังก้างปลา นี้ ต่อเมื่อการค้นหาสาเหตุแห่งปัญหา ทำการศึกษา ทำความเข้าใจหรือทำความรู้จักกับกระบวนการอื่นๆ ที่ทำให้เกิดปัญหานั้น เช่น จาก 4 M1E คือ วัตถุดิบ เครื่องจักร การจัดการ คน สภาพแวดล้อม หรือสถานที่ทำงาน แล้วมาระดมสมองเพื่อหาสาเหตุที่เกิดในแต่ละปัจจัย ต้องหาสาเหตุหลัก และหาสาเหตุรองลงมา เรียงลำดับความสำคัญของสาเหตุ โดยใช้คำถามว่า ทำไม ทำไม และทำไม และในการเขียนผังก้างปลา จะมีส่วนที่เป็นปัญหา อยู่ที่หัวปลา และส่วนที่เป็นสาเหตุหลัก สาเหตุย่อย อยู่ที่ยอดผังก้างปลา



ภาพ แสดงแผนผังสาเหตุและผล หรือผังก้างปลา (Fish Bone Diagram)

เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลและแนวทางแก้ไขปัญหา

การระดมสมอง คือกระบวนการที่จะนำมาซึ่งการพัฒนาแนวความคิดไปสู่รูปแบบอื่นๆ เป็นการแสดงความคิดเห็นร่วมกันระหว่างสมาชิก เพื่อหาแนวทางการแก้ปัญหา ซึ่งในการระดมสมองต้องเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ยังมีข้อเสนอแนะเท่าไรก็ยิ่งดี อนุญาตให้คิดนอกกรอบได้ ห้ามวิจารณ์ หลีกเลี่ยงการปะทะคารมระหว่างแสดงความคิดเห็น ทำการรวบรวมแล้วนำไปปรับปรุง

การดำเนินกิจกรรม 5 ส. เป็นกิจกรรมหนึ่งที่ช่วยป้องกัน หรือแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และกิจกรรม 5 ส. จะมุ่งเน้นในเรื่องการดูแลรักษาความสะอาด การจัดความเป็นระเบียบเรียบร้อยในสถานที่ทำงานหรือสถานประกอบการกิจกรรมหลักของ 5 ส. ประกอบไปด้วย

สะสาง : การจัดแยกของที่จำเป็นกับของที่ไม่จำเป็น และขจัดของที่ไม่จำเป็นออกไป

สะดวก : การจัดวางของที่จำเป็น ให้ง่ายต่อการนำไปใช้ และง่ายต่อการเก็บคืนที่เดิม

สะอาด : การทำความสะอาดสถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งของที่ใช้อยู่เป็นนิจ

สุขลักษณะ : การรักษาสถานที่ อุปกรณ์ สิ่งของที่ใช้ ให้ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย

สร้างนิสัย : การปฏิบัติตามระเบียบวินัยและข้อบังคับ ให้ถูกต้องและติดเป็นนิสัย

การดำเนินกิจกรรม 5 ส. จะประสบผลสำเร็จได้ ก็ต่อเมื่อทุกคนในหน่วยงาน ตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงจนถึงผู้บริหารระดับล่างและพนักงานทุกคน มีความเข้าใจที่ตรงกันในเรื่องของเป้าหมายและขั้นตอนการดำเนินงานรวมทั้งความร่วมมือร่วมใจกันในการดำเนินกิจกรรมอย่างจริงจัง เพราะจิตสำนึกของพนักงานที่ไม่มองข้ามความสูญเสียทุกรูปแบบจะนำไปสู่ความอยู่รอดของหน่วยงานและพนักงาน แต่สำหรับองค์กรที่ดำเนินกิจกรรม 5 ส. แบบครึ่งๆ กลางๆ นอกจากองค์กรจะไม่ประสบผลสำเร็จแล้วยังอาจทำให้เกิดผลเสียตามมาได้อีกด้วย

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม หรือที่เรียกย่อๆ ว่า สมอ. ได้มีโครงการจัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือระดับพื้นที่ที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ซึ่งวัตถุประสงค์ของโครงการที่สำคัญคือส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรองและแสดงเครื่องหมายการรับรอง เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ ให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ เน้นให้มีการพัฒนาแบบยั่งยืน อีกทั้งสนับสนุนนโยบายสำคัญของรัฐบาลโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในการแก้ไขปัญหาความยากจนของชุมชน โดยมุ่งให้ความสำคัญของการนำภูมิปัญญาชาวบ้าน และทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาพัฒนาและสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น มีคุณภาพ มีจุดเด่น มีเอกลักษณ์ มีการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ สร้างงาน สร้างรายได้

แนวคิดของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

1. นำภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล
2. เกิดจากหลักการพึ่งตนเองและสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน
3. ผลักดันผลิตภัณฑ์ให้เข้าสู่การผลิตที่มีมาตรฐาน และได้รับการรับรองคุณภาพ
4. เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์โดยใช้แรงงานและทรัพยากรในท้องถิ่น

หลักการดำเนินงานของ สมอ. ในโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมี 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการกำหนดมาตรฐาน
2. ด้านการรับรองคุณภาพ
3. ด้านการพัฒนาผู้ผลิต
4. ด้านการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์

การพัฒนาผู้ผลิตในชุมชน กรณีมีปัญหาในการทำผลิตภัณฑ์ชุมชนตามมาตรฐาน สมอ. จะส่งผู้ชำนาญการเข้าไปให้ความรู้เบื้องต้น โดยการฝึกอบรมและให้คำปรึกษาแนะนำ ณ ตำบลสถานที่ที่ผลิต จนมีขีดความสามารถและมีความพร้อมในการขอการรับรอง

การส่งเสริมประชาสัมพันธ์ สมอ. จะสร้างการรับรู้เพื่อให้รู้จักและเกิดความตระหนัก ในเรื่องมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และสร้างแรงจูงใจยกย่องผลิตภัณฑ์ชาวบ้านที่ได้รับการรับรอง ทำให้ผู้บริโภคเกิดภาพลักษณ์ที่ดีว่าเป็นสินค้าคุณภาพได้มาตรฐาน เทียบเคียงสินค้าแบรนด์เนมทั้งหลาย

ผู้ยื่นคำขอ หมายถึง ผู้ผลิตที่อยู่ในชุมชนและ/หรือจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ.นตผ.)

ผู้ได้รับการรับรอง หมายถึง ผู้ยื่นคำขอที่ผ่านการตรวจประเมินแล้ว และได้รับการรับรองจากคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

คุณสมบัติของผู้ยื่นคำขอ เป็นผู้ผลิตในชุมชนของโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้รับการคัดเลือกจากคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ.นตผ.) และเป็นกลุ่มหรือสมาชิกของกลุ่มเกษตรกร กลุ่มสหกรณ์ หรือกลุ่มอื่น ๆ ตามกฎหมายวิสาหกิจชุมชน เช่น กลุ่มอาชีพ กลุ่มอาชีพก้าวหน้า กลุ่มธรรมชาติ เป็นต้น

การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน

1. ตรวจสอบสถานที่ผลิตและเก็บตัวอย่างจากสถานที่ผลิตส่งตรวจสอบ เพื่อพิจารณาออกไปรับรอง

2. ตรวจติดตามผลคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการรับรอง โดยสุ่มซื้อตัวอย่างที่ได้รับการรับรองจากสถานที่จำหน่าย เพื่อตรวจสอบ

3. ใบรับรองผลิตภัณฑ์ มีอายุ ๓ ปี นับตั้งแต่วันที่ระบุในใบรับรอง

4. ผู้ได้รับการรับรอง ต้องรักษาไว้ซึ่งคุณภาพตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่กำหนดไว้ ตลอดระยะเวลาที่ได้รับการรับรอง

5. การประเมินผลการตรวจสอบตัวอย่างที่สุ่มซื้อเพื่อตรวจติดตามผลต้องเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่กำหนด

6. การตรวจติดตามผลทำอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง

การยกเลิกการรับรอง สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม จะยกเลิกใบรับรอง กรณีใดกรณีหนึ่งดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ที่ตรวจติดตามผลไม่เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ๒ ครั้งติดต่อกัน

2. ผู้ได้รับการรับรองขอยกเลิกใบรับรอง

3. มีการประกาศแก้ไขหรือยกเลิกมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้กำหนดไว้
4. เมื่อใบรับรองครบอายุ ๓ ปี นับจากวันที่ได้รับการรับรอง
5. กรณีมีการกระทำอันเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขต่างๆ ที่กำหนด เช่น การอวดอ้างเกินความเป็นจริง โฆษณาการได้รับการรับรองครอบคลุมรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้รับการรับรอง
6. ในกรณีที่ยกเลิกใบรับรอง ผู้ได้รับการรับรองต้องยุติการใช้สิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณา ที่มีการอ้างอิง ถึงการได้รับการรับรองทั้งหมด
7. สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ไม่รับผิดชอบในการกระทำใด ๆ ของผู้ได้รับการรับรองที่ได้กระทำไปโดยไม่สุจริตหรือไม่ปฏิบัติตามหรือฝ่าฝืนหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนด

สรุป การผลิต

การผลิต คือ การป้อนปัจจัยการผลิตต่างๆ เช่น คน เงิน เครื่องจักร วัตถุดิบ การบริหารจัดการ ผ่านเข้าสู่กระบวนการแปรรูป จนได้ผลผลิตที่ต้องการ

การบริหารการผลิต เป็นขั้นตอนในการวางแผนจัดการ ว่าจะผลิตอะไร จำนวนเท่าไร ตอนไหน เลือกสถานที่ตั้งให้เหมาะสม ทั้งด้านแหล่งวัตถุดิบ แหล่งจำหน่าย สาธารณูปโภคพร้อม การเดินทาง สะดวก วางแผนกำลังการผลิตให้เหมาะสมกับทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กร ทั้งคน เครื่องจักร วัตถุดิบ และเวลา การออกแบบผังโรงงาน การจัดซื้อวัตถุดิบ การบริหารสินค้าคงคลัง

การจัดกระบวนการผลิต จะกำหนดงานที่จะผลิต ใครเป็นรับผิดชอบ เวลาที่ใช้ในการผลิต ขั้นตอนของกระบวนการผลิตต้องไม่ซับซ้อน สามารถตรวจสอบ ควบคุมการทำงานได้ในแต่ละขั้นตอน

การควบคุมคุณภาพ เป็นการตรวจสอบการทำงานทั้งก่อน ระหว่าง และหลังจากการผลิต เมื่อพบเหตุที่จะทำให้สินค้าที่ผลิตเกิดการผิดพลาดหรือเสียหาย สามารถนำเครื่องมือคุณภาพ รายการใบตรวจสอบ แผนภูมิควบคุมการทำงาน การสุ่มเก็บตัวอย่าง และใช้เครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ด้วยแผนผังเหตุและผล หรือผังก้างปลา นำมาหาสาเหตุของปัญหา และทำกิจกรรมที่ช่วงส่งเสริมการทำงานด้วย กิจกรรม 5 ส. กิจกรรมระดมสมอง

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือ มผช. เป็นมาตรฐานที่หน่วยงานรับผิดชอบกำหนดขึ้น ให้กับผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและบริการที่จัดทำขึ้น

หน่วยที่ 5

การบัญชี

คำอธิบาย

ศึกษา ความหมาย ความสำคัญของการทำบัญชี การจดบันทึก การลงบัญชีรายวัน บัญชีแยกประเภท ส่วนประกอบของงบทางการเงิน การจัดทำงบทางการเงิน งบดุล งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด สภาพคล่องทางการเงิน และการคำนวณจุดคุ้มทุน สูตรการคำนวณอัตราส่วนทางการเงิน

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. บอกความหมายและความสำคัญของบัญชีได้
2. อธิบายวิธีการลงบันทึกข้อมูลทางบัญชีได้
3. บอกและอธิบายวิธีทำงบทางการเงินได้
4. บอกสูตรการคำนวณจุดคุ้มทุนของผลิตภัณฑ์ได้

เนื้อหา

1. ความหมาย ทางบัญชี

บัญชี (Book-Keeping) หมายถึง การจดบันทึกรายการค้าต่างๆ ที่ทำบัญชีเกี่ยวกับการรับและจ่ายเงิน และสิ่งที่มีมูลค่าเป็นตัวเงินไว้ในสมุดบัญชีอย่างสม่ำเสมอ เป็นระเบียบถูกต้องตามต้องการ และสามารถแสดงผลการดำเนินงาน และฐานะการเงินของกิจการในระยะเวลาหนึ่งๆได้

การทำบัญชี (Bookkeeping) เป็นการบันทึกรายการทางบัญชีที่เกิดขึ้น เพื่อเป็นฐานในการจัดทำรายงานทางการเงิน

เงินลงทุน (Capital) คือ ปัจจัยสำคัญของการดำเนินทางธุรกิจ เนื่องจาก เงิน คือสิ่งที่นำมาสร้างกำไร ประเภทของเงินทุนสามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ แบ่งตามแหล่งที่มาและแบ่งตามระยะเวลา เงินทุนที่แบ่งตามแหล่งที่มา มี 2 ประเภท ดังนี้

1. เงินทุนจากส่วนเจ้าของ (Equity capital) คือ เงินลงทุนที่เจ้าของธุรกิจเป็นเจ้าของเงินเอง

2. เงินจากการกู้ยืม (Borrowed capital) คือเงินทุนที่ได้มาจากแหล่งเงินภายนอกองค์กร เช่น ธนาคาร สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสถาบันทางการเงินอื่นๆ

รายรับ คือ การจดยรายรับที่เกี่ยวกับเงิน ที่ได้มาจากการขายสินค้า การขายบริการ การขาย
วัตถุดิบ การขายเศษของเหลือใช้ เงินลงทุน เงินกู้ยืม ดอกเบี้ยเงินฝาก เป็นต้น

รายจ่าย คือ การจดยรายจ่ายที่จ่ายออกไปเพื่อชำระ ค่าวัตถุดิบ ค่าจ้างแรงงาน ค่าที่ดิน
อาคาร โรงงาน เครื่องจักร อุปกรณ์ ภาชนะบรรจุภัณฑ์ ค่าเช่าที่ดิน ค่าน้ำมัน ค่าเชื้อเพลิง ค่าใช้จ่ายใน
การเดินทาง เงินเดือน ค่าไฟฟ้า น้ำประปา ค่าโทรศัพท์ ค่าออกร้านจำหน่ายสินค้า ค่าโฆษณา ค่าเสื่อม
ราคาทรัพย์สิน ค่ารับรอง ดอกเบี้ยจ่าย ค่าภาษี เป็นต้น

ต้นทุนสินค้า คือ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นและเกี่ยวข้องโดยตรงในการแปรสภาพเป็นสินค้า
เช่น ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายในการผลิต

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน คือ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้น แต่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตโดยตรง
เป็นการจ่ายไปเพื่อก่อให้เกิดรายได้ เช่น ค่าใช้จ่ายทางการตลาด และค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน คือ สินทรัพย์ที่มีอายุการใช้งานเป็นเวลานานและมีราคาค่อนข้างสูง
เมื่อใช้ไปจะเกิดการเสื่อมค่าในตัว เพราะในการเสียค่าใช้จ่ายจะเสียในปีแรกที่ซื้อเข้ามา จึงต้องมีการคิด
เพื่อแบ่งให้เป็นค่าใช้จ่ายในแต่ละปีตลอดอายุการใช้งาน การคิดค่าเสื่อมราคามีหลายวิธี วิธีที่นิยมใช้
ที่สุด คือ วิธีคิดแบบเส้นตรง คือ สิ่งปลูกสร้าง อาคาร จะคิดค่าเสื่อมราคา 20 ปี สำหรับยานพาหนะ
เครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน คิดค่าเสื่อมราคา 5 ปี

2. การจดบันทึกรายงานทางบัญชี

การจดบันทึกรายการทางบัญชี คือ การบันทึกข้อมูลต่างๆ ที่เกิดขึ้นประจำวันของการ
ดำเนินงานของผู้ประกอบการลงในกระดาน หรือสมุดบัญชี เพื่อให้รู้สภาพของกิจการ โดยจำเป็นต้องมี
การจดบันทึกรายการทางการค้า การจัดหมวดหมู่แยกประเภทของต้นทุนต่างๆ และรายการบัญชี
แบ่งเป็นหมวดใหญ่ๆ คือ

1. การบัญชีเงินสด เป็นการจดเงินสดรับรายวัน /เงินสดจ่ายรายวัน
2. บัญชีลูกหนี้ เป็นการจดบันทึกชื่อ ที่อยู่ลูกค้า/การรับ/การเก็บ/ประมาณการรับเงิน
3. บัญชีเจ้าหนี้ การจดบันทึก รายชื่อผู้ขายวัตถุดิบ/การจ่าย/การประมาณการจ่ายเงิน
4. บัญชีสินค้าคงคลัง การจดบันทึก วัตถุดิบคงเหลือ/สินค้าสำเร็จรูป/งานระหว่างทำ
5. บัญชีค่าจ้างเงินเดือน เป็นการจดบันทึก ค่าจ้าง/ค่าตอบแทน/เงินเดือน
6. บัญชีเงินฝากธนาคาร เป็นการจดบันทึก รายการฝากเงิน ถอนเงิน /ดอกเบี้ยรับ
7. บัญชีสินทรัพย์ถาวร เป็นการจดบันทึก มูลค่าและจำนวนของที่ดิน/อาคาร/
เครื่องจักร/อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน
8. บัญชีจัดซื้อ เป็นการจดบันทึก การซื้อวัตถุดิบต่าง/อุปกรณ์
9. บัญชีค่าใช้จ่ายอื่นๆ การจดบันทึก ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด/ค่าประกันภัย/เครื่องเขียน

ตัวอย่าง แบบฟอร์ม การลงบันทึกบัญชีทรัพย์สิน

ลำดับ	รายการ	จำนวนเงิน	ค่าเสื่อมต่อปี	ค่าเสื่อมต่อเดือน
	รวม			

ตัวอย่าง แบบฟอร์ม การลงบันทึกบัญชี การคิดต้นทุนการผลิต

ค่าวัตถุดิบ		ค่าใช้จ่ายในการผลิต		ค่าแรง	
รายการ	จำนวนเงิน	รายการ	จำนวนเงิน	รายการ	จำนวนเงิน
รวม		รวม		รวม	

รวมต้นทุนการผลิตทั้งสิ้น

จำนวนการผลิตทั้งสิ้น

ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย

สินทรัพย์อื่นๆ เช่น เงินลงทุนระยะยาว (Long-term investment) สินทรัพย์ไม่มีตัวตน (Intangible Assets) และเงินมัดจำ

หนี้สิน (Liabilities) หมายถึง สิทธิของเจ้าหนี้ต่อทรัพย์สินขององค์กร อาทิ หนี้สินหมุนเวียน (Current liabilities) เจ้าหนี้ทางการค้า (Account Payable) ตั๋วสัญญาใช้เงิน รายจ่ายค้างจ่าย เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมจากธนาคารพาณิชย์ ไม่ว่าวิธีการใดๆ (Bank overdrafts and loans from banks) หนี้สินระยะยาว (Long term liabilities) รายได้รับล่วงหน้า (Deferred credit) หนี้สินอื่นๆ

ส่วนของเจ้าของ หมายถึง สิทธิของเจ้าของกิจการต่อทรัพย์สินของบริษัทหลังจากที่ได้ปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้ทำไว้กับเจ้าหนี้ จะประกอบไปด้วย ทุนเรือนหุ้น ส่วนเกินทุน และกำไรสะสม ตัวอย่าง แบบฟอร์ม การทำงานบุคคล

บริษัท

งบทดลอง

วันสิ้นสุด

	ปี 254X	ปี 254X
สินทรัพย์		
สินทรัพย์หมุนเวียน		
เงินสดและเงินฝากธนาคาร		
ลูกหนี้		
สินค้าคงเหลือ		
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		
โรงงาน และเครื่องจักร ที่ดิน		
รวมสินทรัพย์		
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น		
หนี้สินระยะสั้น		
เจ้าหนี้การค้า		
รวมหนี้สินระยะสั้น		
หนี้สินระยะยาว		
เงินกู้ระยะยาว		
ส่วนของผู้ถือหุ้น		
หุ้นสามัญ		
กำไรสะสม		
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น		

2. **งบกำไร-ขาดทุน** (Profit and loss statement) คือ งบที่แสดงถึงผลการดำเนินงานของกิจการในรอบระยะเวลาหนึ่ง เป็นการสรุปรายรับ ต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ ในแต่ละช่วงเวลา เพื่อให้รู้ว่า กิจการมีกำไรหรือขาดทุน เป็นจำนวนเท่าไร งบนี้ประกอบด้วยรายการหลัก 3 รายการ คือ

1. ยอดขายหรือรายได้
2. ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ หรือต้นทุน
3. ผลต่างของตัวเลขดังกล่าว ซึ่งก็คือ กำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิ

กำไร หรือ ขาดทุน = รายได้ – รายจ่าย

ตัวอย่าง แบบฟอร์ม สมุดบัญชี กำไร-ขาดทุน ประจำเดือน..... พ.ศ.

ลำดับ	รายการ	จำนวนเงิน/เดือน	
1.	ยอดขาย ขายสด ขายเชื่อ รวมยอดขาย		
2.	ต้นทุนสินค้า วัตถุดิบ ค่าแรง ค่าใช้จ่ายในการผลิต รวมต้นทุนสินค้า		
3.	กำไรขั้นต้น (1)-(2)=(3)		
4.	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน		
5.	กำไรจากการดำเนินงาน (3)-(4) = (5)		
6.	รายได้อื่น		
7.	กำไรสุทธิ (5)+(6) = (7)		

รวมต้นทุนสินค้า =

จำนวนสินค้าที่ผลิต =

ต้นทุนต่อหน่วย =

3. **งบกระแสเงินสด** เป็นการแสดงแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินสดของกิจการ ในรอบระยะเวลาหนึ่งและมีประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1. กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน
2. กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน
3. และกระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน

ผลรวมของกระแสเงินสดทั้งสามส่วน คือ ส่วนเปลี่ยนแปลงเงินสดสุทธิของกิจการ

ตัวอย่าง แบบฟอร์ม สมุดบัญชี งบกระแสเงินสด

เงินสด				เงินเชื่อ			
รายรับ		รายจ่าย		รายรับ		รายจ่าย	
รวม		รวม		รวม		รวม	

เงินสดรับ

เงินสดจ่าย บาท

เงินสดคงเหลือ บาท

เงินสดจ่าย

เงินเชื่อจ่าย บาท

เงินเชื่อคงเหลือ บาท

4. การคำนวณจุดคุ้มทุน เป็นการปริมาณขาย หรือยอดขายขั้นต่ำที่กิจการต้องทำให้ได้ เพื่อไม่ให้ขาดทุนก็คือเท่าทุนนั่นเอง ประเภทของต้นทุน จะประกอบด้วย

ต้นทุนคงที่ เช่น ค่าเสื่อมราคา ค่าเช่าสำนักงาน ค่าเช่าเก็บสินค้า ค่าเช่าเครื่องจักร เงินเดือน ดอกเบี้ย ค่าซ่อมแซมเครื่องมือ เป็นต้น

ต้นทุนผันแปร เช่น ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายในการจำหน่ายสินค้า ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าวัสดุสิ้นเปลือง เป็นต้น

ความจำเป็นในการรู้จุดคุ้มทุน จะทำให้ผู้ประกอบการได้รู้ว่าในแต่ละเดือนต้องขายสินค้าจำนวนเท่าใดจึงจะไม่ขาดทุน ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องพยายามขายสินค้าให้ได้มากกว่าปริมาณที่คำนวณได้ แต่ถ้าหากว่าไม่สามารถทำได้ถึงจุดคุ้มทุน ก็คงต้องตัดสินใจได้ว่าจะดำเนินการต่อหรือไม่ ในการคำนวณจุดคุ้มทุนนั้นผู้ประกอบการต้องรู้ว่าต้นทุนผันแปรต่อหน่วยของสินค้าที่จะจำหน่ายนั้นเป็นจำนวนเงินเท่าไร ถึงจะนำไปหักกับราคาขายได้เพื่อจะได้รู้ว่ากำไรส่วนเกินที่จะได้รับต่อหน่วยเป็นจำนวนเงินเท่าใด

สูตรคำนวณจุดคุ้มทุน

จุดคุ้มทุน คือ จุดที่รายได้เท่ากับรายจ่ายพอดี

$$\text{รายได้} = \text{รายจ่าย}$$

$$\text{รายได้} = \text{รายจ่ายคงที่} + \text{รายจ่ายผันแปร}$$

$$PQ = F + VQ \quad \text{โดยที่ } P = \text{ราคาขายต่อหน่วย}$$

$$PQ - VQ = F \quad Q = \text{ปริมาณที่ผลิต}$$

$$Q(P - V) = F \quad F = \text{รายจ่ายคงที่}$$

$$V = \text{รายจ่ายผันแปรต่อหน่วย}$$

$$Q = \frac{F}{P - V}$$

$$\text{จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{รายจ่ายคงที่}}{\text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}}$$

สูตรคำนวณต้นทุนรวม

$$\text{ต้นทุนรวมสินค้าต่อหน่วย} = \frac{\text{ต้นทุนการผลิต} + \text{ค่าใช้จ่ายการขายและดำเนินการ}}{\text{จำนวนหน่วยที่ผลิตได้}}$$

$$\text{ต้นทุนการผลิต} = \text{วัตถุดิบ} + \text{ค่าแรง} + \text{ค่าใช้จ่ายในการผลิต} + \text{ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร}$$

สูตรการคำนวณมีดังนี้

$$\text{ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย} = \frac{\text{ต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วย} + \text{ต้นทุนแรงงานต่อหน่วย} + \text{ต้นทุนค่าเสื่อมราคาต่อหน่วย} + \text{ต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิตต่อหน่วย}}{\text{ปริมาณการผลิต}}$$

$$\text{ต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วย} = \frac{\text{ค่าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต}}{\text{ปริมาณการผลิต}}$$

$$\text{ต้นทุนแรงงานต่อหน่วย} = \frac{\text{ค่าแรงงานที่ใช้ในการผลิต}}{\text{ปริมาณการผลิต}}$$

$$\text{ค่าเสื่อมราคาต่อเดือน} = \frac{\text{ราคาทรัพย์สินถาวร (อาคาร โรงงาน เครื่องจักร) }}{\text{อายุการใช้งาน(เดือน)}}$$

$$\text{ต้นทุนค่าเสื่อมราคาต่อหน่วย} = \frac{\text{ค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินต่อเดือน}}{\text{ปริมาณการผลิต}}$$

สูตรคำนวณอัตราส่วนทางการเงิน แบ่งออกได้เป็น 4 ส่วนหลัก ดังนี้

1. สภาพคล่อง/ความสามารถในการชำระหนี้

$$\text{อัตราส่วนหมุนเวียน} = \frac{\text{สินทรัพย์หมุนเวียน}}{\text{หนี้สินหมุนเวียน}} = \text{เท่า}$$

(Current Ratio)

$$\text{อัตราส่วนหมุนเร็ว} = \frac{\text{สินทรัพย์หมุนเวียน} - \text{สินค้าคงคลัง}}{\text{หนี้สินหมุนเวียน}} = \text{เท่า}$$

(Quick Ratio)

2. อัตราส่วนแสดงสมรรถภาพในการทำกำไร

$$\text{อัตราผลตอบแทนของยอดขาย} = \frac{\text{กำไรสุทธิ} \times 100}{\text{ยอดขายสุทธิ}} = \%$$

(Return On Sales)

$$\text{อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์รวม} = \frac{\text{กำไรสุทธิ} \times 100}{\text{สินทรัพย์รวม}} = \%$$

(Return On Total Assets)

$$\text{อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น} = \frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษี} \times 100}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}} = \%$$

(Return on Equity)

อัตราผลตอบแทนของ

$$\text{ส่วนของผู้ถือหุ้นสามัญ} = \frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษี} - \text{เงินปันผลหุ้นบุริมสิทธิ}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้นสามัญ}} \times 100 = \%$$

3. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการชำระหนี้ระยะยาว

$$\text{อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม} = \frac{\text{หนี้สินทั้งหมด (Total Debt)}}{\text{สินทรัพย์รวม (Total Assets)}} = \text{เท่า}$$

(Debt Ratio)

$$\text{อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น} = \frac{\text{หนี้สินรวม (Total Debt)}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น (Total Equity)}} = \text{เท่า}$$

(Debt Equity Ratio)

$$\text{อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อดอกเบี้ยจ่าย} = \frac{\text{กำไรสุติก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย \& ภาษี (Edit)}}{\text{ดอกเบี้ยจ่าย (Interest)}} = \text{เท่า}$$

(Time Interest Earned)

4. อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์

$$\text{อัตราการหมุนเวียนของสินค้า} = \frac{\text{ต้นทุนขาย (Cost of Sales)}}{\text{สินค้าคงคลัง (Average Inventory)}} = \text{เท่า}$$

(Inventory Turnover)

$$\text{อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้} = \frac{\text{ยอดขายสุทธิ (Sales)}}{\text{ลูกหนี้เฉลี่ย (Average A/C Receivable)}} = \text{เท่า}$$

(A/C Receivable Turnover)

$$\text{ระยะเวลาเรียกเก็บเงินลูกหนี้โดยเฉลี่ย} = \frac{\text{ลูกหนี้เฉลี่ย (Average A/C Receivable)} \times 360}{\text{ยอดขายเฉลี่ย}}$$

(Average Collection Period)

$$\text{อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์} = \frac{\text{ยอดขายสุทธิ (Sales)}}{\text{สินทรัพย์ (Total Assets)}} = \text{ครั้ง}$$

(Asset Turnover)

สรุป การเงิน

การลงบัญชี เป็นการจดบันทึกรายงาน รายการรับ รายการจ่าย ในแต่ละวันขององค์กร

งบทงการเงิน ประกอบด้วยงบดุล งบกำไร-ขาดทุน และงบกระแสเงินสด ที่แสดงถึงสถานะทางการเงินขององค์กร ว่ามีสินทรัพย์ ลูกหนี้ หนี้สิน จำนวนเท่าใดบ้าง ยอดขายหรือรายได้ในแต่ละเดือนเป็นอย่างไร ได้กำไรหรือขาดทุน แสดงให้เห็นถึงค่าใช้จ่ายในส่วนต่างๆที่ใช้ เช่น ค่าโฆษณา ค่าการตลาด ค่าเช่า ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักร ค่าวัสดุ ค่าแรงงาน ค่าสาธารณูปโภค ดอกเบี้ยธนาคาร ค่าภาษี ต้นทุนสินค้า ต้นทุนการผลิต งบกระแสเงินสดทำให้องค์กรเห็นถึงสถานะทางการเงินในปัจจุบันขององค์กรว่าเป็นอย่างไร สมควรเข้ามาลงทุน หรือถอนทุนคืนหรือไม่

การคำนวณหาจุดคุ้มทุน สามารถคำนวณจากสูตร ต้นทุนคงที่ เพื่อจะได้ทราบระยะเวลาในการคืนทุนของกิจการ ในการกำหนดราคานี้ จะได้ต้นทุนคืนเมื่อใด เมื่อใดธุรกิจจะได้ผลกำไร

คู่มือ การเขียนแผนกลยุทธ์ธุรกิจ
(Business Strategic Plan)

กรณีศึกษา

กลุ่มผ้าบาติกหาดทรายรี อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

สำหรับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย
โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

คู่มือ การเขียนแผนกลยุทธ์ธุรกิจ (Business Strategic Plan)

กรณีศึกษา กลุ่มผ้าบาติก หาดทรายรี อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1. ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร

- | | |
|-----------------|---------------------------------------|
| 1.1 ชื่อกลุ่ม | กลุ่มผ้าบาติกหาดทรายรี |
| 1.2 สถานที่ตั้ง | ตำบลหาดทรายรี อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร |

1.3 ประวัติความเป็นมา

คำว่า บาติก(Batik) เป็นภาษาชวากำเนิดจากชาวชวาเป็นคำกริยาที่มาจากคำว่า TIK ที่มีความหมายว่าเป็นการทำให้เป็นจุด, แต้ม, ดวง, หยด (Spots) หรือ (Dots) ผ้าบาติกมีการสันนิษฐานว่าเกิดมากกว่า 2,000 ปีแล้ว นักวิชาการเชื่อว่าบาติกพบในยุคแรก 4 แถบ คือ ตะวันออกไกล, ตะวันออกกลาง, เอเชียกลางและอินเดีย ชาวไทยรู้จักผ้าบาติกในชื่อว่าผ้าปาเต๊ะ โดยได้รับอิทธิพลมาจากอินโดนีเซียผ่านมาเลเซียเข้าสู่ทางชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย

จังหวัดชุมพรเป็น จังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพในแทบทุกด้านไม่ว่าด้านภูมิศาสตร์ ภูมิ-ทัศน์ และศักยภาพของประชาชนในจังหวัด ในระยะแรกผ้าบาติกของจังหวัดชุมพรต้องสั่งมาจากทางใต้ เช่น ภูเก็ต พังงา กระบี่ จึงทำให้เกิดการรวมตัวของคนกลุ่มหนึ่งในตำบลหาดทรายรี อำเภอเมืองจังหวัดชุมพร ได้เล็งเห็นถึงความสามารถของประชาชนในจังหวัด ในการทำผ้าบาติกเพื่อรองรับการผลิตและการตลาดในจังหวัดชุมพรรวมทั้งนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบและสนใจผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก ทั้งนี้เพราะจังหวัดชุมพรเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ติดชายทะเล และผ้าบาติกเป็นการทำลวดลายเกี่ยวกับทะเล จึงทำให้มีจิตนาการในการทำให้สอดคล้องกับชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น

กลุ่มบาติกหาดทรายรีได้เกิดขึ้นจากการรวมตัวของสมาชิกกลุ่มจำนวน 25 คน โดยได้ทำการขอการฝึกอบรม การทำผ้าบาติกจากศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดชุมพร โดยได้รับการสนับสนุนจากผู้อำนวยการศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน คุณสังข์ดิษฐ์ธาสาลี ได้ส่งวิทยากรจากจังหวัดภูเก็ตมาฝึกอบรมการทำผ้าบาติก และได้รับการสนับสนุนเงินทุนเบื้องต้นในการจัดตั้งกลุ่ม จากสำนักงานพัฒนาสังคมและสวัสดิการโดย คุณสุธีรา นุ้ยจันทร์ ได้ให้เงินสนับสนุนในการจัดตั้งกลุ่ม 30,000 บาท(สามหมื่นบาทถ้วน) โดยการฝึกอบรมหลักสูตรเบื้องต้น 80 ชั่วโมง ตั้งแต่วันที่ 23 เมษายน-6 พฤษภาคม 2546 และหลักสูตรยกระดับการทำผ้าบาติก 60 ชั่วโมง ตั้งแต่วันที่ 19-30 พฤษภาคม 2546 จนจบหลักสูตร

1.4 แผนที่แสดงสถานที่ตั้ง



1.5 ประเภท และลักษณะของผลิตภัณฑ์

.....

.....

.....

.....

1.6 จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน

จังหวัดชุมพร มีการประกอบอาชีพทางการเกษตรด้านผลไม้และประมงเป็นอาชีพหลัก วิถีชีวิตของชาวตำบลหาดทรายรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ทำการประมงและจังหวัดชุมพรยังได้รับคำชมเชยว่ามีโลกทะเลสวยงามที่สุดแห่งหนึ่งของโลก

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจึงเน้นที่ลวดลายเกี่ยวกับโลกทะเลเป็นส่วนใหญ่โดยใช้ ภูมิปัญญาวิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่นในการออกแบบลายต่างๆ

นอกจากนี้ อำเภอหลังสวนยังเป็นอำเภอที่มีผลไม้เศรษฐกิจของจังหวัดชุมพร ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกของกลุ่มจึงยังคงเอกลักษณ์ลวดลายด้านผลไม้ของจังหวัดอีกด้วย

ทางกลุ่มยังผลิตสินค้าผ้าบาติกที่มีรูปลักษณะเกี่ยวกับความโดดเด่น และสัญลักษณ์ของจังหวัด เช่น ดอกพุทธรักษา ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำจังหวัดและนกอีแอ่นที่เป็นสัตว์เศรษฐกิจที่ขึ้นชื่อ ของจังหวัดชุมพร เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกของกลุ่ม จึงมีลักษณะที่โดดเด่น สีสันสวยงาม และมีเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงดินแดนแห่งท้องทะเลและภูมิประเทศผสมผสานกับวิถีชีวิตของชาวจังหวัดชุมพร

2. สถานการณ์แวดล้อมทางธุรกิจขององค์กรในปัจจุบัน

กลุ่มบาติกหาดทรายรี มีข้อได้เปรียบในด้านสถานที่ เนื่องจากเป็นทางผ่านที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาสักการะ กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดชุมพร ผ้าบาติกของกลุ่มบาติกหาดทรายรี จึงได้รับการเผยแพร่สู่สายตานักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและต่างประเทศได้เป็นอย่างดี ทางกลุ่มสามารถผลิตผ้าบาติกเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น เสื้อเชิ้ต ผ้าพันผ้าเช็ดหน้า ภาพโชว์ ฯลฯ ซึ่งการทำงานของกลุ่มสมาชิกกลุ่มทุกคนร่วมมือ ร่วมใจด้วยความสามัคคีทำงานได้ในลักษณะครบวงจร ตั้งแต่การออกแบบลายผ้า การเขียนเทียน การลงสี การตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์ การหาตลาดและประชาสัมพันธ์กลุ่มตลอดจนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จนเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

2.1 สถานการณ์แวดล้อมภายนอกองค์กร ที่ไม่สามารถควบคุมได้

1. สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป

ปัจจัยภายนอก	สร้างโอกาส			ผลกระทบต่อองค์กร		
	มาก	ปานกลาง	น้อย	มาก	ปานกลาง	น้อย
ด้านเศรษฐกิจ						
ด้านการเมืองและกฎหมาย						
ด้านสังคมและประเพณี						

1. สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (ต่อ)

ปัจจัยภายนอก	สร้างโอกาส			ส่งผลกระทบ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย	มาก	ปานกลาง	น้อย
ด้านเทคโนโลยี						
ด้านอุตสาหกรรม						
ด้านลูกค้า/การแข่งขัน						
อื่นๆ						

2. สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (เฉพาะคู่แข่งหลัก)

จำนวนคู่แข่งในตลาดพื้นที่ ราย จำนวนคู่แข่งนอกพื้นที่ ราย

สถานการณ์	องค์กร	คู่แข่งในพื้นที่	คู่แข่งนอกพื้นที่
1. ส่วนแบ่งทางการตลาด/ยอดขาย			
2. ตลาดเป้าหมาย			
2.1			
2.2			
2.3			
3. ตำแหน่งผลิตภัณฑ์			
4. คุณสมบัติเด่นของผลิตภัณฑ์			
4.1			
4.2			
4.3			
5. ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์			
6. สถานที่ตั้ง/โรงงาน			
7. ขั้นตอน/กระบวนการผลิต			
8. คุณภาพ/มาตรฐาน			
9. ราคาผลิตภัณฑ์			
10. การกระจายตลาด			
11. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์			
12. การบริการ/รับประกัน			
13. การจัดส่ง/ขนส่ง			
13. การทำวิจัยและพัฒนา			
14. สินค้าทดแทน			
15. พันธมิตรทางธุรกิจ			
16. แหล่งวัตถุดิบ			
17. วงจรผลิตภัณฑ์			

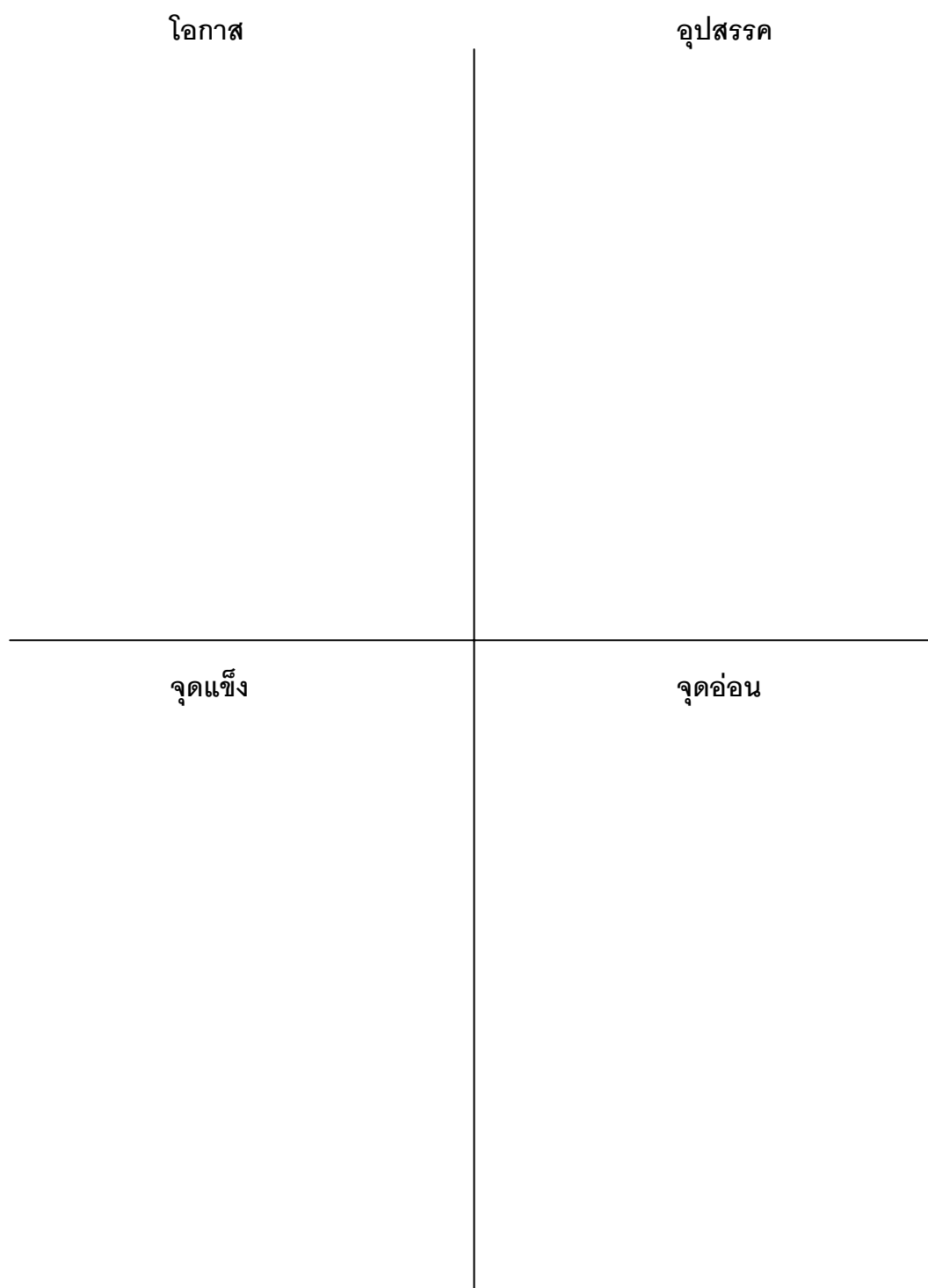
2.2 สภาพแวดล้อมภายในองค์กร ที่สามารถควบคุมได้

1. ประเมินสถานะทางธุรกิจขององค์กร

[illegible]

3. การวิเคราะห์ SWOT Analysis

โอกาส และอุปสรรคที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก



จุดแข็ง และจุดอ่อน ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายใน

สรุป ผลการวิเคราะห์ SWOT

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาส และจุดแข็งจากปัจจัยภายในองค์กร ที่องค์กรจะต้องดำรงไว้ และหาวิธีนำโอกาสมาใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.
11.
12.

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรค และจุดอ่อนจากปัจจัยภายในขององค์กร เพื่อหลีกเลี่ยง และหาแนวทางพัฒนา ปรับปรุงจุดอ่อนไม่ให้ส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรให้น้อยที่สุด

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.
11.
12.

4. การวิเคราะห์ลูกค้า

1. วิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า ปัจจุบัน และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในอนาคต

กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน	กลุ่มลูกค้า	
	ขนาดของตลาด	
	พฤติกรรมในการซื้อ	
	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ	
	การตัดสินใจซื้อ	
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มลูกค้า	
(อนาคต)		
	ขนาดของตลาด	
	พฤติกรรมในการซื้อ	
	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ	
	การตัดสินใจซื้อ	

5. การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจและเป้าหมายของธุรกิจ

วิสัยทัศน์ (Vision)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ภารกิจ (Missions)

1.

.....

2.

.....

3.

.....

4.

.....

เป้าหมาย (Goals)

1.

.....

2.

.....

3.

.....

4.

.....

5.

.....

6. การกำหนดแผนกลยุทธ์ (Strategy) ในระดับต่างๆ

6.1 กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6.2 กลยุทธ์ในระดับธุรกิจ (Business Strategies)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6.3 กลยุทธ์ในระดับปฏิบัติการ

กลยุทธ์ในระดับปฏิบัติการ ด้านการตลาด

การแบ่งส่วนการตลาด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

กลุ่มเป้าหมาย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

การวางตำแหน่งทางการตลาด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผลิตภัณฑ์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บรรจุภัณฑ์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ราคา

[illegible]

ช่องทางการจำหน่าย

[illegible]

ส่งเสริมการตลาด

[illegible]

กลยุทธ์ในระดับปฏิบัติการ ด้านการผลิต

ด้านการออกแบบ

.....

.....

.....

การเลือกทำเลที่ตั้ง

.....

.....

.....

ปัจจัยการผลิต

.....

.....

.....

.....

การวางแผนการผลิต

.....

.....

.....

.....

การวางแผนโรงงาน

.....

.....

.....

.....

แผนกำลังการผลิต

.....

.....

.....

.....

.....

การจัดซื้อ วัตถุดิบ

.....

.....

.....

.....

.....

สินค้าคงคลัง

.....

.....

.....

.....

.....

การขนส่ง/จัดส่ง

.....

.....

.....

.....

.....

คุณภาพ มาตรฐานผลิตภัณฑ์.....

.....

.....

.....

.....

.....

กลยุทธ์ในระดับปฏิบัติการ ด้านการเงิน

แหล่งที่มาของเงินทุน

1.
2.
3.
4.

การบันทึกข้อมูลรายรับ-รายจ่ายทางการบัญชี (ยกตัวอย่าง มา 1 เดือน)

รายรับ		รายจ่าย	
รายการ	จำนวน	รายการ	จำนวน

สมุดบัญชี งบกำไร-ขาดทุน

ลำดับ	รายการ	จำนวนเงิน/เดือน	
1.	ยอดขาย ขายสด ขายเชื่อ รวมยอดขาย		
2.	ต้นทุนสินค้า วัตถุดิบ ค่าแรง ค่าใช้จ่ายในการผลิต รวมต้นทุนสินค้า		
3.	กำไรขั้นต้น $(1)-(2)=(3)$		
4.	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน		
5.	กำไรจากการดำเนินงาน $(3)-(4) = (5)$		
6.	รายได้อื่น		
7.	กำไรสุทธิ $(5)+(6) = (7)$		

รวมต้นทุนสินค้า =

จำนวนสินค้าที่ผลิต =

ต้นทุนต่อหน่วย =

สมุดบัญชี งบกระแสเงินสด

เงินสด				เงินเชื่อ			
รายรับ		รายจ่าย		รายรับ		รายจ่าย	
รวม		รวม		รวม		รวม	

เงินสดรับ

เงินสดจ่าย บาท

เงินสดคงเหลือ บาท

เงินสดจ่าย

เงินเชื่อจ่าย บาท

เงินเชื่อคงเหลือ บาท

สรุป สภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

กลยุทธ์ในระดับปฏิบัติการ ด้านการจัดการ

โครงสร้างองค์กร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

การสรรหา คัดเลือก

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

พัฒนา และการฝึกอบรม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

การสั่งการ การควบคุม และการจูงใจ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

คำตอบแทน และสวัสดิการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6. ขั้นตอนการนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Action Plan)

No.	วิธีดำเนินการ/ กิจกรรม	ระยะเวลา	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
	แผนปฏิบัติตามกลยุทธ์ ด้านการตลาด 1. 2. ด้านการผลิต 1. 2. ด้านการเงิน 1. 2. ด้านการจัดการ 1. 2.			

Gantt chart แสดงภาพรวมการปฏิบัติงานทั้งหมด

No.	กิจกรรม	ระยะเวลา (เดือน)												หมายเหตุ
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	

7. การควบคุมและประเมินผล

การควบคุม (Control) ตามแผนปฏิบัติการยุทธ์ที่กำหนดไว้

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.

การประเมินผล กลยุทธ์ตามแผนปฏิบัติงานที่กำหนดไว้

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.

สรุปการประเมินจากผู้บริหารองค์กร

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.

บรรณานุกรม

- ธานินทร์ ปราบภัยพาล. (2546). *การศึกษาความรู้และเจตคติต่อการควบคุมคุณภาพ ชิกซ์ ชิกม่า ของพนักงาน ฝ่ายซ่อมบำรุงขนาดใหญ่ บริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน).ปริญญานิพนธ์ กศ.ม.(อุตสาหกรรมศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร*
- สัญญาพงศ์ สุวรรณสิทธิ์และคณะ.(2547). *กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์เพื่อผลิตภัณฑ์ OTOP. กรุงเทพฯ : เพิ่มทุนทางปัญญาพัฒนาชุมชน*
- สมชัย ว่องอรุณ. (2547). *การบริหารการผลิต. กรุงเทพฯ: เพิ่มทุนทางปัญญาพัฒนาชุมชน*
- ศรีสภา สหชัยเสรี. (2547). *การบริหารการตลาด.กรุงเทพฯ: เพิ่มทุนทางปัญญาพัฒนาชุมชน*
- ธีระสานต์ จุฬหัตถการสาธิต. (2547). *กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย.กรุงเทพฯ: เพิ่มทุนทางปัญญาพัฒนาชุมชน*
- นภวรรณ คณานุกรักษ์. (2547). *บรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาด.กรุงเทพฯ: เพิ่มทุนทางปัญญาพัฒนาชุมชน*
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2547). *การบริหารกิจกรรมเพื่อการตลาด.กรุงเทพฯ: เพิ่มทุนทางปัญญาพัฒนาชุมชน*
- พิชัย ลิขิตพัฒน์ไพบูลย์. (2543). *ผู้จัดการฝึกอบรมมืออาชีพ. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)*
- ชัยยศ สันติวงศ์. (2546). *การบริหารการผลิต. ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ ประชุมช่าง*
- พิภพ ลลิตาภรณ์. (2545). *ระบบการวางแผนและการควบคุมการผลิต(ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น)*
- ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์. (2545). *การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น*
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2547). *TQM วิธีสู่องค์กรคุณภาพยุค 2000. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*
- ประพนธ์ ผาสุขยืด และวารุณี เดชสกุลฤทธิ์. (2542). *ISO 9000 สำหรับธุรกิจบริการขนาดกลาง และขนาดย่อม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*
- ศิริอร ชันธหัตถ์ (2544). *องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: อักษราพิพัฒน์.*
- แมคกรอ-ฮิล (2540). *ทฤษฎีและตัวอย่างโจทย์หลักการบัญชีเบื้องต้น. กรุงเทพฯ.*
- ธนิษฐา ชีวพัฒน์พันธุ์.(2545). *หลักการบัญชีการเงิน. สำนักพิมพ์ศูนย์วิชาการ .กรุงเทพฯ: การบัญชีการเงิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*
- เสนห์ จามริก. (2531) "นানা ทรรศนะเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น.กรุงเทพฯ : การศึกษาแห่งชาติ.

บรรณานุกรม(ต่อ)

อัจนรา จันทรฉาย(2546). *การวางแผนกลยุทธ์และการจัดทำ BSC*.พิมพ์ครั้งที่ 6 . กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ธวัชชัย ทุมทอง.(2545). *ศิลปะการทำผ้าบาติกเขียนระบายสี*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์

สุทัศน์ รัตนเกื้อกังวาน.(2548). *การบริหารการผลิตและการดำเนินงาน* .กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมาคมส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย.(2549). *โครงการอบรมการ*

จัดทำบัญชี วิเคราะห์ต้นทุนและแผนธุรกิจ ปี 2549: กรมส่งเสริมสหกรณ์

ภาคผนวก ง

ข้อมูลผลการวิจัย

	ข้อสอบ จำนวน 30 ข้อ																															
ผู้สอบ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	รวม	
คนที่ 1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	25	
คนที่ 2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	26	
U	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2		
คนที่ 3	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	15	
คนที่ 4	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	16
คนที่ 5	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	14	
L	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2		
R	4	3	2	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	3	2	2	2	4	3	4	4	4	2	4	2	4	2	2	4		
จำแนก	0.3	0.7	0.2	0.3	0.3	0.3	0.7	0.2	0.7	0.7	0.3	0.3	0.3	0.3	0.7	0.2	0.2	0.2	0.3	0.7	0.3	0.3	0.3	0.2	0.3	0.2	0.3	0.2	0.2	0.3		
ยาก ง่าย	0.8	0.6	0.4	0.8	0.8	0.8	0.6	0.4	0.6	0.6	0.8	0.8	0.8	0.8	0.6	0.4	0.4	0.4	0.8	0.6	0.8	0.8	0.8	0.4	0.8	0.4	0.8	0.4	0.4	0.8		

ค่า r (อำนาจจำแนก) = 0.20-0.70 มีคุณภาพ

ค่า p (ความยากง่าย) = 0.40-0.80 คือ ค่อนข้างง่าย-ค่อนข้างยากมาก มีคุณภาพ

หาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีของไลเวท นำแบบทดสอบแบบอิงเกณฑ์ฉบับเดียว ไปทดสอบกับผู้เข้าอบรมกลุ่มเดียว เพียงครั้งเดียว

หมายเหตุ	ข้อ 1 – 5	เรื่อง ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผ้าบาติก
	ข้อ 6 – 12	เรื่อง การวางแผนกลยุทธ์
	ข้อ 13 – 20	เรื่อง การตลาด
	ข้อ 21 – 25	เรื่อง การผลิต
	ข้อ 22 – 30	เรื่อง การบัญชี

ตาราง ค่าความยากและอำนาจจำแนกของแบบทดสอบ จำนวน 30 ข้อ จากการทดลองกับตัวอย่าง 5 คน พบว่า ข้อสอบทั้งฉบับ มีค่าความยาก อยู่ในระดับ 0.71 มีอำนาจจำแนก อยู่ในระดับ 0.37

ตาราง แสดงค่าความเชื่อมั่นแบบอิงเกณฑ์ของแบบทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง 5 คน

คนที่	X_i	X_i^2	$X_i - C$ (C=24)	$(X_i - C)^2$
1	25	625	1	1
2	26	676	2	4
3	15	225	-9	81
4	16	256	-8	64
5	14	196	-10	100
	$\sum X_i = 96$	$\sum X_i^2 = 1978$	$\sum (X_i - C) = -24$	$\sum (X_i - C)^2 = 250$

หาค่าความเชื่อมั่น

$$r_{cc} = 1 - \frac{K \sum X_i - \sum X_i^2}{\{ (K-1) \sum (X_i - C)^2 \}}$$

$$K \sum X_i - \sum X_i^2 = ((30 \times 96) - 1978) = 902$$

$$((K-1) \sum (X_i - C)^2) = ((30-1) \times (250)) = 7250$$

$$\begin{aligned} r_{cc} &= 1 - \frac{902}{7250} = 1 - 0.12 \\ &= 0.88 \end{aligned}$$

เกณฑ์ตัดสินผู้รอบรู้ หรือผ่านเกณฑ์ 80% เท่ากับ 24 คะแนน

	กลุ่มตัวอย่างทดลอง									
ข้อสอบ	1	2	5	4	3	R	U	L	p	B
1	1	1	1	1	0	4	2	2	0.8	0.3
2	1	1	0	0	1	3	2	1	0.6	0.7
3	0	1	0	1	0	2	1	1	0.4	0.2
4	1	1	1	0	1	4	2	2	0.8	0.3
5	1	1	0	1	1	4	2	2	0.8	0.3
6	1	1	1	1	0	4	2	2	0.8	0.3
7	1	1	1	0	0	3	2	1	0.6	0.7
8	0	1	0	1	0	2	1	1	0.4	0.2
9	1	1	0	1	0	3	2	1	0.6	0.7
10	1	1	0	0	1	3	2	1	0.6	0.7
11	1	1	1	0	1	4	2	2	0.8	0.3
12	1	1	1	1	0	4	2	2	0.8	0.3
13	1	1	1	1	0	4	2	2	0.8	0.3
14	1	1	1	0	1	4	2	2	0.8	0.3
15	1	1	0	0	1	3	2	1	0.6	0.7
16	0	1	0	1	0	2	1	1	0.4	0.2
17	1	0	0	0	1	2	1	1	0.4	0.2
18	1	0	1	0	0	2	1	1	0.4	0.2
19	1	1	0	1	1	4	2	2	0.8	0.3
20	1	1	0	1	0	3	2	1	0.6	0.7
21	1	1	1	0	1	4	2	2	0.8	0.3
22	1	1	0	1	1	4	2	2	0.8	0.3
23	1	1	1	0	1	4	2	2	0.8	0.3
24	1	0	0	0	1	2	1	1	0.4	0.2
25	1	1	1	0	1	4	2	2	0.8	0.3
26	1	0	1	0	0	2	1	1	0.4	0.2
27	1	1	1	1	0	4	2	2	0.8	0.3
28	0	1	0	1	0	2	1	1	0.4	0.2
29	0	1	0	1	0	2	1	1	0.4	0.2
30	1	1	0	1	1	4	2	2	0.8	0.3
รวม	25	26	14	16	15	96				
เทียบเกณฑ์	1	2	-10	-8	-9	250				
Xi2	1	4	100	64	81					
	((30*96)-1978)/((30-1)*250)									
	0.124	=	rcc	0.88						

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ – ชื่อสกุล	ชินอรส ละอองวรรณ
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 12 เดือน มกราคม พุทธศักราช 2519
สถานที่เกิด	จังหวัดนครศรีธรรมราช
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	327/4 ซ.สุขเสมอ 1 ถนนประชาอุทิศ ตำบลท่าตะเภา อำเภอเมือง จังหวัด ชุมพร 86000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2549	ปริญญาโท การศึกษามหาบัณฑิต (กศ.ม.) สาขาอุตสาหกรรมศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2540	ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต(วท.บ.) วิชาเอก เทคโนโลยีอุตสาหกรรม(ช่างไฟฟ้า) สถาบันราชภัฏเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี
พ.ศ. 2538	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขา ช่างอิเล็กทรอนิกส์ วิทยาลัยเทคนิคสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี
พ.ศ. 2536	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขา ช่างอิเล็กทรอนิกส์ วิทยาลัยเทคนิคชุมพร จังหวัดชุมพร