บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

นับตั้งแต่ประเทศไทยเปลี่ยนแปลงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจจากการเน้นอุตสาหกรรมการผลิตแบบเพื่อกินเพื่อใช้มาเป็นการผลิตเพื่อการค้าและการส่งออกในช่วงปลายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) เป็นต้นมา ได้ส่งผลทำให้โครงสร้างการผลิตของประเทศมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ภาคการเกษตรกรรมที่เคยมีบทบาทในเศรษฐกิจของประเทศได้ลดความสำคัญลงไป ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการได้ทวีความสำคัญเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก การที่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยมุ่งเน้นการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมมากกว่าภาคเกษตรกรรม ได้ส่งผลทำให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วนี้ได้สร้างปัญหาทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ประเทศควบคู่กันไปด้วย อาทิ ปัญหาการกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียมกันมากขึ้น สังคมขาดระเบียบวินัย นิยมวัตถุ สังคมครอบครัวและชุมชนล่มสลาย ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม นอกจากนี้การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วดังกล่าวยังทำลายทรัพยากรและภูมิปัญญาของประเทศ ตลอดจนความสามารถในการพึ่งตนเองอีกด้วย ดังนั้น นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจแบบไม่สมดุลในช่วงที่ผ่านมาจึงไม่ใช่แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (อมรทิพย์ แท้เที่ยงธรรม และคณะ. 2545 : 2)

ภาวะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2540 เป็นบทพิสูจน์สำคัญของความผิดพลาดของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ วิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อประชาชนทั้งในเมืองและชนบท ก่อให้เกิดปัญหาการว่างงาน การเลิกจ้าง และเศรษฐกิจตกต่ำในทุกพื้นที่ของประเทศ นโยบายการพัฒนาประเทศจึงมีการเปลี่ยนแปลงมุ่งสู่การพัฒนาบนพื้นฐานของเศรษฐกิจชุมชนเพื่อพึ่งตนเอง ซึ่งโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นโครงการหนึ่งที่ดำเนินบนพื้นฐานของแนวนโยบายการพัฒนาประเทศดังกล่าว การบริหารกิจการของโครงการเป็นแนวทางการพัฒนาท้องถิ่น สืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามให้คงอยู่ เพื่อ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนรุ่นต่อ ๆ ไป การพัฒนาที่สอดคล้องกับธรรมชาติจะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตให้สูงขึ้นอยู่กับธรรมชาติอย่างชาญฉลาดและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ช่วยสร้างกำลังใจให้เกิดขึ้นรวมทั้งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับหน่วยงานที่จะให้การสนับสนุน การพัฒนานี้จึงเป็นแนวทางการส่งเสริมและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ โดยมีกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางด้านการผลิต ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาชนบท เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และนำไปสู่เป้าหมายของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากรและวางรากฐานที่สำคัญของประเทศและสังคมไทย การดำเนินธุรกิจตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ประสบผลสำเร็จ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องพัฒนาการดำเนินธุรกิจของตนให้มีประสิทธิภาพอยู่ตลอดเวลา โดยต้องมีการศึกษาและตรวจสอบกระบวนการในด้านการบริหารจัดการทางด้านกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอยู่เสมอ เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์การบริหารกิจการของกลุ่ม ด้านการผลิต การเงินและทุน การตลาด และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนจุดอ่อนหรือข้อบกพร่องของการบริหารกิจการ เพื่อนำมาพัฒนาแก้ไขปรับปรุงการบริหารกิจการของกลุ่มหรือองค์กรให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น และสามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ (ไทยตำบล ดอทคอม. 2552 : เว็บไซต์)

การดำเนินการตามโครงการดังกล่าว จึงเป็นแนวทางการส่งเสริม และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยมีกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิต ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาชนบท และสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นจุดขาย และสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก กิจกรรมทางเศรษฐกิจ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"นี้จะเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน เกิดการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นับเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยการพัฒนา การเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาไปสู่สากล เป็นการเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนผลิตขึ้นมาให้มีคุณภาพมาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีจุดเด่นเฉพาะเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ จากแนวความคิดดังกล่าวจึงนำมาสู่การดำเนินธุรกิจชุมชน การผลิตที่นำไปสู่การพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
NAKHON PATHOM RAJABHAT UNIVERSITY

ชนบท และสร้างความเจริญแก่ชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2545 : เว็บไซต์)

จังหวัดมหาสารคามเป็นอีกจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีการบริหารกิจการธุรกิจชุมชน หนึ่งในจำนวนนั้นก็คือ กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มของเกษตรกรในตำบลลานสะแกเป็นธุรกิจชุมชน โดยมุ่งเน้นดำเนินการที่จะพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน ส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถปรับฐานแนวคิดและวิธีคิด ถึงแม้ว่ากลุ่มจะมีการช่วยเหลือให้สมาชิกให้มีรายได้เสริมหลังจากฤดูการทำไร่-นา ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยให้สมาชิกรู้จักเรียนรู้การผลิต และแปรรูปผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตร และรู้จักการสร้างอาชีพเสริมและพัฒนาตนเองก็ตาม แต่การบริหารกิจการของกลุ่มก็ยังต้องประสบกับปัญหาทางการการตลาด อันเนื่องมาจากกระบวนการในด้านการผลิตสินค้าไม่สอดคล้องกับปริมาณขาย อาจเป็นเพราะไม่มีการวางแผนกำลังการผลิตที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ผลิตภัณฑ์ล้นตลาดไม่สามารถจำหน่ายได้ และเสียต้นทุนในการผลิตเพิ่มขึ้น (คณะอนุกรรมการส่งเสริมด้านการตลาด กระทรวงพาณิชย์. 2546 : 3)

ดังนั้นผู้ศึกษาในฐานะเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ปฏิบัติงานอยู่ในพื้นที่ตำบลลานสะแก ในด้านการติดตามประเมินผลการใช้จ่ายเงินที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอุดหนุนให้กับกลุ่มอาชีพ ในเขตตำบลลานสะแก จึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารกิจการของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ในเขตตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม โดยจะทำการศึกษาว่าผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างไร และศึกษาว่ามีปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยลักษณะการประกอบธุรกิจของผู้ผลิตในด้านใดบ้าง ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการบริหารกิจการของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการบริหารงานทั้งทางด้านการวางแผนทางการตลาดและการบริหารจัดการองค์กร เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะนำข้อสรุปผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมพัฒนาอาชีพและเป็นสารสนเทศให้กับธุรกิจและกลุ่มอื่น ๆ หรือผู้สนใจนำไปพัฒนาเศรษฐกิจให้มีความเจริญต่อไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม MAHASARAKHAM UNIVERSITY

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีต่อกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีต่อกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะการประกอบธุรกิจของผู้ผลิต กับความสำเร็จในการบริหารกิจการของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาด กับความสำเร็จในการบริหารกิจการของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

สมมุติฐานของการศึกษา

1. ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง

2. ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

3. ปัจจัยลักษณะการประกอบธุรกิจของผู้ผลิต มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารกิจการของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

4. ปัจจัยทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารกิจการของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารกิจการ ของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโป่ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาปัจจัยทางการบริหารจัดการ โดยใช้ปัจจัยพื้นฐานของการบริหาร อันได้แก่ คน (Man) เงิน (Money) วัสดุ (Materials) วิธีการจัดการ (Management) เครื่องมือ (Machine) และวิธีการทำงาน (Methodology and Information) หรือ 6M's ให้มีประสิทธิภาพและได้ผลผลิตสูงที่สุด โดยศึกษาของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545 : 11)

1.2 ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาปัจจัยหลัก 4 ประการ ที่ทำให้ธุรกิจมีความสำเร็จทางการตลาด ซึ่งเรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4P's มีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยศึกษาของวงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 : 123-129)

1.3 ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาปัจจัยลักษณะการประกอบธุรกิจของผู้ผลิต โดยใช้หลักการบริหารการผลิต อันประกอบด้วยปัจจัยที่เกี่ยวกับการนำเข้าเพื่อการผลิต ได้แก่ กรรมวิธีการผลิต การควบคุมการผลิต ปริมาณ และระยะเวลาในการผลิต ของไพรัช มากกาญจนากุล (2547 : 92)

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่

2.1.1 สมาชิกกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโป่ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตกล้วยตาก จำนวน 50 คน (องค์การบริหารส่วนตำบลลานสะแก. 2552 : 1-3)

2.1.2 ผู้บริโภคในเขตตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ที่รู้จักหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยตากของกลุ่มสตรีแม่บ้านกล้วยตากเพื่อนำไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บริโภคหรือนำไปจำหน่ายต่อ โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ซึ่งแต่ละเดือนทางกลุ่มสตรีแม่บ้านทำกล้วยตากจะผลิตกล้วยตากได้ประมาณ 200 กล่องต่อเดือน (องค์การบริหารส่วนตำบลลานสะแก. 2552 : 1-15)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่

2:2.1 สมาชิกกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโป่ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตกล้วยตาก จำนวน 50 คน เนื่องจากประชากรมีจำนวนน้อย และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจึงเก็บตัวอย่างเต็มตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2.2.2 ผู้บริโภคในเขตตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ที่รู้จักหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยตากของกลุ่มสตรีแม่บ้านกล้วยตากเพื่อนำไปบริโภคหรือนำไปจำหน่ายต่อ โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ซึ่งแต่ละเดือนทางกลุ่มสตรีแม่บ้านทำกล้วยตากจะผลิตกล้วยตากได้ประมาณ 200 กล่องต่อเดือน จึงได้สุ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างให้ได้อย่างน้อยร้อยละ 25 ตามหลักการของ วีรยา ภัทรอาชาชัย (2546 : 314) ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้ข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 50 คน ในกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคนี้ใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยมุ่งเน้นเฉพาะผู้ที่รู้จักหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยตากของกลุ่มสตรีแม่บ้านทำกล้วยตาก ทั้งเพื่อนำไปใช้บริโภคหรือนำไปจำหน่ายต่อ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

2.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ทำการศึกษาในเขตพื้นที่ของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโป่ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

2.4 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรกลุ่มที่ 1 ได้แก่

2.4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ประกอบด้วย

1) เพศ

2) อายุ

3) สถานภาพ

4) ระดับการศึกษา

5) อาชีพ

6) รายได้

2.4.2 ปัจจัยลักษณะการประกอบธุรกิจของผู้ผลิต ประกอบด้วย

1) กรรมวิธีการผลิต

2) การควบคุมคุณภาพ

3) ปริมาณ

4) ระยะเวลาในการผลิต

2.4.3 ปัจจัยทางการตลาด ประกอบด้วย

1) ผลิตภัณฑ์

2) ราคา

3) การจัดจำหน่าย

4) การส่งเสริมการตลาด

ตัวแปรกลุ่มที่ 2 ได้แก่ ความสำเร็จในการบริหารกิจการของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ประกอบด้วย

2.4.4 คน

2.4.5 เงิน

2.4.6 วัสดุ

2.4.7 วิธีการจัดการ

2.4.8 เครื่องมือ

2.4.9 วิธีการทำงาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ที่ทำให้กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ประสบผลสำเร็จในการบริหารกิจการ อันจะเป็นแนวทางในการวางแผนและแก้ไขการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน และกลุ่มอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. ทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค กับความสำเร็จในการบริหารกิจการของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ใน

การส่งเสริม พัฒนาอาชีพและเป็นสารสนเทศให้กับธุรกิจชุมชนอื่นหรือผู้สนใจ

3. ทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะการประกอบธุรกิจของผู้ผลิตกับความสำเร็จในการบริหารกิจการของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม อันจะนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการบริหารการผลิตในด้าน เงินทุน แรงงาน วัตถุดิบ กรรมวิธีการผลิต การควบคุมคุณภาพ ปริมาณ และระยะเวลาในการผลิต เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. ทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาด กับความสำเร็จในการบริหารกิจการของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งสามารถที่จะนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการจัดการส่วนประสมทางการตลาดให้มีความสำเร็จในด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค หมายถึง สถานภาพและลักษณะส่วนตัวของสมาชิกกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ในเขตตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย

1. เพศ หมายถึง เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศชาย หรือ เพศหญิง

2. อายุ หมายถึง อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม นับตั้งแต่แรกเกิด จนถึงวันที่ตอบแบบสอบถาม นับเป็นปี ได้แก่ 18 – 29 ปี 30 – 39 ปี 40 – 49 ปี 50 – 59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ หมายถึง สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ สมรส โสด หย่าร้าง หม้าย

4. ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประถมศึกษา มัธยมศึกษา อนุปริญญา หรือ ปวส. ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ หมายถึง อาชีพหลักที่เป็นงานประจำของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/นักธุรกิจ รับจ้างทั่วไป และเกษตรกร

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

6. รายได้ หมายถึง ระดับรายได้สุทธิต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ 1,000 – 2,000 บาท/เดือน 2,001 – 3,000 บาท/เดือน 3,001 – 4,000 บาท/เดือน 4,001 – 5,000 บาท/เดือน มากกว่า 5,001 บาท/เดือน

ปัจจัยลักษณะการประกอบธุรกิจของผู้ผลิต หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวกับการนำเข้าเพื่อการผลิต กระบวนการประสานทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้ได้ผลผลิตหรือสินค้าที่มีคุณภาพและปริมาณสูงสุด และต้นทุนต่ำที่สุด ของสมาชิกกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ในเขตตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเกี่ยวข้องกับ

1. กรรมวิธีการผลิต หมายถึง วิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์กล้วยตาก เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต การออกแบบบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อ การควบคุมต้นทุนการผลิตการคัดเลือกคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

2. การควบคุมคุณภาพ หมายถึง การควบคุมคุณภาพการผลิต การควบคุมคุณภาพการผลิตในแต่ละขั้นตอน หน่วยงานภายนอกประเมินการควบคุมคุณภาพ และการควบคุมผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้ควบคุมคุณภาพ

3. ปริมาณ หมายถึง ปริมาณการผลิตกล้วยตากต่อเดือน ปริมาณการขายต่อเดือน การควบคุมปริมาณการผลิต หลักเกณฑ์ปริมาณการผลิต และการควบคุมปริมาณวัตถุดิบคงเหลือ

4. ระยะเวลาในการผลิต หมายถึง เวลาในการผลิตที่ทันต่อความต้องการของลูกค้า การส่งผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า การกำหนดระยะเวลาในการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดการผลิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ปัจจัยทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการบริหารจัดการในการพัฒนาธุรกิจเพื่อให้ได้มาซึ่งเป้าหมายของการบริหารกิจการทางธุรกิจที่กำหนดไว้ การศึกษาครั้งนี้เป็นปัจจัยทางการตลาดของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ในเขตตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ตามหลักส่วนประสมทางการตลาด 4P's ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์กล้วยตากของกลุ่มแม่บ้านสตรีทำกล้วยตากที่มีลักษณะต่าง ๆ เช่น ขนาดหรือรูปแบบผลิตภัณฑ์กล้วยตากมีกี่รูปแบบอะไรบ้าง มีการใช้ตราหรือยี่ห้อหรือไม่ มีข้อดีหรือแตกต่างจากกล้วยตากที่อื่นอย่างไรบ้าง บรรจุภัณฑ์เป็นอย่างไรบ้าง

2. ราคา หมายถึง ราคาผลิตภัณฑ์กล้วยตากที่ขายอยู่ในปัจจุบันนี้เป็นอย่างไรบ้าง เช่น มีหลักเกณฑ์ในการกำหนดราคาอย่างไรบ้าง กล้วยตากของกลุ่มจำหน่ายราคาเท่าไร มีส่วนลดหรือไม่ มีการขายเชื่อหรือไม่

3. การจัดจำหน่าย หมายถึง กลุ่มสตรีแม่บ้านทำกล้วยตาก มีช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างไรบ้าง เช่น มีการขายตรงหรือไม่ มีการขายส่งหรือขายปลีก ผลิตภัณฑ์กล้วยตากมีจำหน่ายที่ไหนบ้าง ซึ่งถ้าทราบข้อมูลแล้วจะได้นำไปปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีมากขึ้น และเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยตาก

4. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง กลุ่มสตรีแม่บ้านทำกล้วยตาก มีการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์กล้วยตากอย่างไรบ้าง เช่น มีการให้ข่าวสาร แจก แถม โฆษณาหรือไม่ ถ้ามีการโฆษณาใช้วิธีช่องทางใด ซึ่งถ้าทราบข้อมูลแล้วจะได้นำไปปรับปรุงการส่งเสริมการตลาดให้เหมาะสม โดยจะทำให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์กล้วยตากของกลุ่มสตรีแม่บ้านทำกล้วยตากมากขึ้น และจะทำให้ผลิตภัณฑ์กล้วยตากมีจำหน่ายแพร่หลายในท้องตลาด

ความสำเร็จในการบริหารกิจการของกลุ่ม หมายถึง กระบวนการในการบริหารและการประสานทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การ ของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ในเขตตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ตามหลัก 6M's ประกอบด้วย

1. คน หมายถึง ความสำเร็จของกลุ่มในการส่งเสริมให้สมาชิกได้รับความรู้เพิ่มทักษะการทำงาน การจัดหาแรงงานคนให้เพียงพอที่จะนำไปใช้ในการผลิตสินค้าและบริการของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ในเขตตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

2. เงิน หมายถึง ความสำเร็จของกลุ่มในการจัดหาเงินลงทุนให้มีความเพียงพอต่อการบริหารกิจการ เพื่อนำมาใช้ผลิตกล้วยตากของธุรกิจของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ในเขตตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งแหล่งเงินทุนนั้นจะได้มาจาก 2 แหล่งด้วยกัน คือ จากสมาชิกกลุ่มและจากหน่วยงานภายนอก โดยการจัดหาเงินทุนจากสมาชิกกลุ่มจะมีการกำหนดหลักเกณฑ์การระดมทุนอย่างชัดเจน และจากภายนอกจะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

3. วัสดุ หมายถึง ความสำเร็จของกลุ่มในการจัดหาวัสดุหรือวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโป่ ในเขตตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม โดยมีความสะดวกในการจัดหา ใช้เวลาน้อย มีการบริหารจัดการด้านวัสดุด้วยความประหยัด ถูกต้อง และเหมาะสมโดยคำนึงถึงความประหยัดสูงสุด

4. วิธีการจัดการ หมายถึง ความสำเร็จของกลุ่มในวิธีการจัดการการบริหารกิจการโดยการกำหนดหลักเกณฑ์ หรือระเบียบนโยบายต่าง ๆ และวิธีการบริหารกิจการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโป่ ในเขตตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม เพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องตามหลักการ

5. เครื่องมือ หมายถึง ความสำเร็จของกลุ่มในด้านการจัดหาเครื่องจักรและอุปกรณ์ให้มีความเพียงพอ การนำเครื่องมือสมัยใหม่มาใช้และมีการบำรุงรักษาเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโป่ ในเขตตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม เพื่อใช้งานให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการผลิต

6. วิธีการทำงาน หมายถึง ความสำเร็จของกลุ่มในการกำหนดวิธีการทำงานโดยมีการแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน และการกำหนดอัตราผลตอบแทนแก่สมาชิกกลุ่มให้เกิดความพอใจสูงสุด ซึ่งเป็นปัจจัยความสำเร็จของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโป่ ในเขตตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโป่ หมายถึง ประชาชนที่สมัครเป็นสมาชิกของกลุ่ม ที่มีการบริหารกิจการการประกอบอาชีพผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโป่ ตามแนวนโยบายของโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ในเขตตำบลตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

สมาชิกกลุ่ม หมายถึง ประชาชนในบ้านมะโป่ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ที่สมัครเป็นสมาชิกของกลุ่มเพื่อผลิตและจำหน่ายกล้วยตาก โดยมีวัตถุประสงค์มีกฎระเบียบที่ชัดเจน มีผลประโยชน์ และมีความรับผิดชอบร่วมกันในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้บริโภคในเขตตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ที่รู้จักหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยตากของกลุ่มสตรีแม่บ้านกล้วยตากเพื่อนำไปบริโภค หรือนำไปจำหน่ายต่อ โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้านหรือตำบล และเป็นการคิดค้นและสร้างสรรค์บนรากฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทย การศึกษาครั้งนี้เป็นผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโบ่ ตามแนวนโยบายของโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ในเขตตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY