

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของขนมอบ
2. ความหมายของการพัฒนา
3. แนวคิดรูปแบบการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์
4. แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประวัติความเป็นมาของขนมอบ

อุตสาหกรรมขนมอบในประเทศไทยจะเริ่มขึ้นเมื่อใดนั้นไม่ปรากฏ ประมาณได้ว่าเมื่อก่อนสงครามโลกครั้งที่สองนั้นในกรุงเทพมหานครมีร้านเบเกอรี่เพียง 2-3 ร้าน ซึ่งส่วนใหญ่จะทำขนมเล็กและลูกก็ออกขาย ในระยะเวลานั้นคนไทยส่วนมากยังไม่นิยมบริโภคขนมปังเหมือนในปัจจุบัน ส่วนใหญ่จะบริโภคขนมปังในโอกาสพิเศษ เช่น ไปปิกนิกหรือทำเป็นอาหารว่าง ต่อมาหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้มีร้านเบเกอรี่ทุกชนิด เช่น ขนมปัง ขนมเค้ก เพสตรี และลูกก็ เพิ่มขึ้น และเนื่องจากคนไทยได้รับอารยธรรมตะวันตกมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีนิสัยเปลี่ยนไป คนไทยเริ่มรู้จักที่จะบริโภคขนมปังในรูปแบบของขนมปังแซนด์วิช

เมื่อเกิดสงครามเวียดนาม ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งซึ่งเป็นที่พักของทหารอเมริกัน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้อุตสาหกรรมเบเกอรี่ก้าวหน้าไปมาก ได้มีการสั่งซื้อข้าวสาลีจากต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา และออสเตรเลีย และได้มีผู้คิดตั้งโรงโมขึ้นเป็นแห่งแรกในระยนั้นผลิตแป้งสาลีออกสู่ตลาดหลายชนิดด้วยกัน เพื่อให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการทำ และโรงโมได้จัดให้ผู้ชำนาญการทางด้านเบเกอรี่ไปแนะนำและสาธิตการใช้แป้งสาลีในการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ทำให้อุตสาหกรรมด้านนี้เป็นที่รู้จักกว้างขวางยิ่งขึ้น ประกอบกับที่มีความต้องการทางด้านนี้สูง เนื่องจากสาเหตุของสงครามดังกล่าว จึงทำให้มีร้าน

เบเกอร์ีเกิดขึ้นมาเป็นจำนวนมาก นับว่าอุตสาหกรรมทางด้านนี้ได้ทวีความก้าวหน้าขึ้นเรื่อย ๆ ผู้คนสนใจและรู้จักที่จะบริโภคอาหารจากแป้งสาลีมากยิ่งขึ้น มีโรงโม่เพิ่มขึ้นจากแห่งเดียว ปัจจุบันมีหลายแห่งด้วยกัน มีโรงงานผลิตขนมปัง และขนมอบอื่น ๆ เกิดขึ้นมากมาย มีทั้งโรงงานขนาดใหญ่ ขนาดย่อม และร้านค้าย่อย ซึ่งนับได้ว่าเป็นธุรกิจที่ยิ่งใหญ่ได้อย่างหนึ่งทีเดียว ปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่าขนมปังสามารถใช้เป็นอาหารแทนข้าวซึ่งเป็นอาหารหลักของคนไทยได้เป็นอย่างดี

เมื่ออุตสาหกรรมทางด้านนี้เจริญขึ้น วิศวกรรมการทางเทคโนโลยีและเครื่องมือเครื่องใช้ในการประกอบกิจการก็ได้เจริญก้าวหน้าขึ้นตามลำดับ สมัยก่อนนั้นผู้ประกอบการด้านนี้มีความชำนาญเป็นอย่างสูง แต่ขาดความรู้ทางด้านวิชาการและเทคโนโลยีในการผลิต จึงทำให้เกิดปัญหาในด้านคุณภาพของผลผลิต ปัจจุบันความรู้ทางด้านนี้ได้เพิ่มขึ้น โดยโรงโม่แป้งได้พยายามที่จะสอดแทรกความรู้ทางด้านวิชาการไปพร้อมกับการขายแป้งของตน เพื่อให้ผู้ซื้อได้ทำผลิตภัณฑ์ออกมาให้ได้คุณภาพและใช้หลักวิธีการผลิตที่ถูกต้อง โรงโม่ได้จัดให้มีการสาธิตแนะนำวิธีการปฏิบัติ และปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งหาวิธีการแก้ไขปัญหา ซึ่งนับเป็นผลดียิ่งต่อผู้ประกอบการจะมีผลมาสู่ผู้บริโภคโดยตรง ผู้บริโภคได้บริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ได้มาตรฐาน (จิตรนา แจ่มเมฆ, 2546)

นอกจากความรู้ด้านวิชาการและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นแล้ว ทางด้านเครื่องมือเครื่องใช้ในการประกอบกิจการด้านนี้ ก็ได้มีการพัฒนาการขึ้นมากทีเดียว ได้มีการคิดประดิษฐ์เครื่องทุ่นแรงต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับสภาพความเป็นอยู่ของประเทศ เช่น เตาอบ เครื่องผสมเครื่องรีดแป้งและเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น พิมพ์ขนมอบขนาดต่าง ๆ ตามชนิดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถผลิตขึ้นใช้ได้ภายในประเทศ สามารถที่จะใช้งานได้เทียบเท่ากับของต่างประเทศ และราคายังย่อมเยาว่าอีกด้วย ซึ่งกล่าวได้ว่าวิศวกรรมการทางด้านนี้ได้ดำเนินต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง

ปัจจุบันอุตสาหกรรมเบเกอร์ีในแต่ละจะเป็นที่นิยมเฉพาะผู้ผลิตที่ต้องการลงทุนทำธุรกิจประเภทนี้เท่านั้น สำหรับแม่บ้านก็ได้มีการตื่นตัวในการที่จะศึกษาหาความรู้ทางด้านนี้เป็นอย่างมาก เพราะความรู้ทางด้านนี้ไม่เฉพาะแต่จะช่วยให้แม่บ้านได้รู้จักทำผลิตภัณฑ์เพื่อเศรษฐกิจในครอบครัวนั้น ยังช่วยให้เกิดความเพลิดเพลินและได้ผลประโยชน์ทางอ้อมต่อครอบครัวอีกด้วย จะเห็นได้ว่าปัจจุบันมีโรงเรียนสอนทำขนมอบเกิดขึ้นมากแห่ง แต่ละแห่งก็มีผู้สนใจสมัครเข้าเรียนเป็นจำนวนมาก จากความต้องการดังกล่าวทำให้สมาคมข้าวสาลีแห่งสหรัฐอเมริกาได้เล็งเห็นความสำคัญในการที่จะให้ผู้ใช้แป้งสาลีได้มีความรู้เบื้องต้นในการทำผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและมีวิธีการปฏิบัติที่ถูกต้อง จึงได้สนับสนุนให้มีการทำตำราที่ว่าด้วยความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเบเกอร์ีหรือผลิตภัณฑ์ขนมอบทุกชนิดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการด้านนี้ รวมทั้งนิสิตนักศึกษา แม่บ้านและผู้สนใจทั่วไป

ตำบลสันปูเลย อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนหมู่บ้านทั้งสิ้น 15 หมู่บ้าน ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลสันปูเลย มีนายมนตรี เดชะปัญญา เป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบล อาณาเขตติดต่อ ทิศเหนือติดต่อดำบลตลาดขวัญ ทิศใต้ติดต่อดำบลสันกลาง อำเภอสันกำแพง ทิศตะวันออกติดต่อดำบลตำรายาญญูร์ ทิศตะวันตกติดต่อดำบลสันพระเนตร อำเภอสันทราย เนื้อที่ประมาณ 19.09 ตารางกิโลเมตร (11,875 ไร่) ภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม พื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูกและทำนา มีประชากรทั้งสิ้น 9,078 คน แยกเป็นชาย 4,365 คน หญิง 4,713 คน มีความหนาแน่นเฉลี่ย 447 คน ต่อตารางกิโลเมตร มีครัวเรือน 3,314 ครัวเรือน ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม รองลงไป ได้แก่ อาชีพรับจ้าง อุตสาหกรรมในครัวเรือนและรับราชการ การคมนาคมมีถนนเข้าอำเภอกันทุกเส้นทาง มีการรวมกลุ่มทุกประเภท 22 กลุ่ม แยกเป็นกลุ่มอาชีพ 14 กลุ่ม กลุ่มออมทรัพย์ 8 กลุ่ม (องค์การบริหารส่วนตำบลสันปูเลย, 2548)

การรวมกลุ่มของประชาชนในตำบลสันปูเลยมีการแยกประเภทไว้ตามข้อมูลในแผนพัฒนาสามปีองค์การบริหารส่วนตำบลสันปูเลย อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2549-2551 มีการรวมกลุ่มทุกประเภท จำนวน 22 กลุ่ม ซึ่งในจำนวนกลุ่มทุกประเภทได้แยกการรวมกลุ่มของประชาชนแยกประเภทกลุ่มเป็นกลุ่มอาชีพ จำนวน 14 กลุ่ม โดยการรวมกลุ่มของสตรีแม่บ้านที่ทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ คือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปอาหาร กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปผลิตภัณฑ์ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าด้วยมือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำกระดาดสา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำไวน์ และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปขนมอบสมุนไพร (องค์การบริหารส่วนตำบลสันปูเลย, 2548)

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปขนมอบสมุนไพรบ้านสันทราย หมู่ที่ 11 ตำบลสันปูเลย อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ แต่เดิมเป็นการผลิตในครัวเรือน มีอาคารโรงผลิตจำนวน 1 หลัง ห้องขนาด 4 x 6 เมตร จำนวน 2 ห้อง แยกเป็นห้องเตรียมและห้องผลิต 1 ห้อง ห้องบรรจุผลิตภัณฑ์ 1 ห้อง โดยมีนางศรีไพ พรหมเวียงชัย เป็นประธานกลุ่ม เป็นผู้ริเริ่มและลงทุนด้วยทุนส่วนตัว จากนั้นได้มีการรวมตัวและมีสมาชิก 8 คน ตั้งอยู่ ณ บ้านเลขที่ 58 หมู่ที่ 11 ตำบลสันปูเลย อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2545 เป็นกลุ่มซึ่งแยกมาจากกลุ่มแม่บ้านบ้านยางพระธาตุ หมู่ที่ 11 ตำบลสันปูเลย อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านยางพระธาตุเดิมที่เป็นกลุ่มที่ผลิตขนมอบสมุนไพร น้ำยาปรับผ้านุ่ม และน้ำยาล้างจาน และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ขึ้นมา เป็นต้นว่า ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วย ได้แก่ กล้วยกวน กล้วยบาบิคว กล้วยฝอยทองทรงเครื่อง กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปขนมอบ

สมุนไพรบ้านสันทราย ตำบลสันปูเลย อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ มีการรวมกลุ่มนั้นเกิดขึ้นมาจากกลุ่มสตรีในหมู่บ้านที่ไม่มีงานประจำทำ รายได้มาจากผู้นำครอบครัวคือสามี บางรายสามีประกอบอาชีพที่มีความมั่นคง เช่น รับราชการเป็นลูกจ้างประจำส่วนราชการต่าง ๆ ทำให้มีเวลามาร่วมปะกัณและพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันและได้มาร่วมหารือกันว่า จะทำผลิตภัณฑ์อะไรเป็นของกลุ่มตนเอง และมีแนวคิดร่วมกันว่าควรทำการผลิตหรือแปรรูปผลิตภัณฑ์ในด้านอาหาร เพราะอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผลจากแนวคิดและประสบการณ์ของสมาชิกกลุ่มซึ่งได้ไปเห็นและเข้าร่วมงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องค่อนข้างบ่อย ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ในด้านการแปรรูป จึงเกิดข้อสรุปว่า ควรจะแปรรูปขนมอบสมุนไพร ซึ่งอย่างน้อยวัตถุดิบบางส่วนที่ใช้ในการผลิตเป็นวัตถุดิบที่มีในหมู่บ้านและชุมชน อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย และขณะเดียวกันที่มีการรวมกลุ่มได้มีเจ้าหน้าที่จากสำนักงานเกษตรอำเภอดอยสะเก็ด คอยสนับสนุนด้านการจัดการอบรมให้ความรู้ อาจารย์จากศูนย์บริการการศึกษานอกโรงเรียนอำเภอดอยสะเก็ดให้คำแนะนำด้านวิชาการ เอกสาร องค์การบริหารส่วนตำบลสันปูเลย สนับสนุนให้ยืมโตะวางของก่อนการบรรจุ พัฒนารดับตำบลสันปูเลยและพัฒนารดับอำเภอดอยสะเก็ดแนะนำการวิธีการนำเสนอโครงการ เจ้าหน้าที่สาธารณสุขตำบลสันปูเลยและสาธารณสุขอำเภอดอยสะเก็ดให้คำแนะนำด้านสุขลักษณะอนามัย และสภาพแวดล้อม ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านสันทรายได้เข้ารับการฝึกอบรมจากศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดเชียงใหม่ ได้รับเชิญให้เข้ารับการอบรม สัมมนาจากโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการแปรรูปการผลิตผลการเกษตร คณะวิศวกรรมและอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นประจำ นอกจากนี้แล้ว สำนักงานเกษตรอำเภอดอยสะเก็ดได้ส่งนักศึกษาสาขาวิชาบ้านและชุมชน ชั้นปีที่ 3 ภาควิชามนุษยสัมพันธ์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่มาฝึกงาน ณ สำนักงานเกษตรอำเภอดอยสะเก็ดเข้ารับการฝึกภาคปฏิบัติ และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนมัธยมสันกำแพง เข้ารับการฝึกภาคปฏิบัติในโรงผลิตของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านสันทรายแห่งนี้

ความหมายของการพัฒนา

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน “การพัฒนา” หมายถึง ทำให้เจริญ ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า development แปลว่า การเปลี่ยนแปลงทีละเล็กทีละน้อยโดยผ่านลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ไปสู่ระดับที่สามารถขยายตัวขึ้น เติบโตขึ้น มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น และเหมาะสมไปกว่าเดิม หรืออาจก้าวหน้าไปถึงขั้นอุดมสมบูรณ์เป็นที่น่าสนใจ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันมักเป็นที่เข้าใจกันว่า การพัฒนามีความหมายว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดี

การพัฒนา เป็นคำที่มีการใช้กันอย่างกว้างขวางภายหลังสงครามโลกครั้งที่สอง โดยประธานาธิบดีทรูแมนแห่งสหรัฐอเมริกาเป็นผู้ริเริ่มใช้เป็นคนแรกในชุมชนโลก

ดิเรก ฤกษ์ห่วย (2527) กล่าวถึงการพัฒนาว่า เป็นกระบวนการในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตเพื่อให้เกิดความเสมอภาคในสังคมและเศรษฐกิจ

มนตรี กรรพุมมาลย์ (2539) กล่าวไว้ว่า การพัฒนา คือ การเพิ่มความสามารถในการควบคุมอนาคต ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ประการ คือ

1. การเพิ่มขึ้นของขีดความสามารถ และความสามารถในการกำหนดวิถีชีวิตในอนาคต
2. ความเสมอภาคในการกระจายทรัพยากร
3. การสร้างพลังอำนาจ การทำให้ประชาชนมีอำนาจต่อรองเรื่องประโยชน์ที่เกิดจากการพัฒนา

4. การพัฒนาแบบยั่งยืน

ธันยวัฒน์ รัตนศักดิ์ (2546) ได้ให้ความหมายการพัฒนา หมายถึง การผลิต บริการและวัตถุให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สมาชิกในสังคมจะได้มีโอกาสบริโภคเพิ่มมากขึ้น

อภิชัย พันธเสน (2547) ให้ความหมายของการพัฒนาเอาไว้ว่า เป็นการเปลี่ยนแปลงบางสิ่งบางอย่างจากสภาพเดิมที่มีอยู่ให้ดีขึ้น

สรุปได้ว่า การพัฒนา คือ วิธีการบริหารจัดการทรัพยากร หรือสิ่งที่มีอยู่แล้วแต่เดิมให้เพิ่มขีดความสามารถในการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด หรือมากขึ้นกว่าเดิมที่เคยเป็นอยู่

แนวคิดรูปแบบการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2538, หน้า 85) กล่าวว่า การตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์จะต้องวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายปัจจัยทั้งภายในและภายนอก อีกทั้งการดำเนินการจะต้องเป็นไปอย่างมีระบบ มีความต่อเนื่องของขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์ตลาด การวิเคราะห์ตลาดจะช่วยให้กิจการสามารถระบุความต้องการหรือความจำเป็นของกลุ่มเป้าหมายได้ถูกต้อง อีกทั้งช่วยให้ทราบว่ามีผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอแก่ตลาดเป็นที่พอใจหรือไม่พอใจในระดับใด

ขั้นตอนที่ 2 การติดตามดูสภาพแวดล้อม ในการวิเคราะห์ตลาดเพื่อแสวงหาโอกาสทางการตลาดสำหรับแต่ละผลิตภัณฑ์จะต้องสนใจติดตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่จะเป็นอุปสรรคขัดขวางโอกาสหรือจะส่งเสริมให้ได้ประโยชน์ ผู้บริหารควรจะติดตามสภาพแวดล้อม 6 อย่าง ดังต่อไปนี้

1. วัฒนธรรม
2. การแข่งขัน
3. เศรษฐกิจ
4. การเมืองและกฎหมาย
5. เทคโนโลยี
6. วัตถุประสงค์ ทรัพยากรและนโยบายขององค์กร

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะผลิตภัณฑ์ เมื่อทราบลักษณะความต้องการของตลาด มีข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ แล้ว ในขั้นตอนต่อไปในการตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คือการระบุวัตถุประสงค์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์ อาจกำหนดในรูปผลตอบแทนจากการลงทุน ผลตอบแทนค่าสุทธิหรือการวัดค่าใดในรูปอื่น ๆ หรือการมีส่วนร่วมในตลาด หรือปริมาณของการขายในแต่ละปี เป็นต้น การกำหนดวัตถุประสงค์จำเป็นต้องกำหนดขอบเขตของระยะเวลาที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ด้วย อาจเป็นเดือนหรือเป็นปี

ขั้นตอนที่ 4 กำหนดส่วนประสมการตลาด หลังจากที่กำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะสำหรับแต่ละผลิตภัณฑ์แล้วต้องพัฒนาส่วนประสมการตลาดที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น ๆ ซึ่งมีข้อพิจารณา 3 อย่าง คือ

1. การตัดสินใจเลือกตัวแปรในส่วนประสมการตลาดสำหรับแต่ละผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์นั้นควรต้องมีการโฆษณาหรือไม่ ควรผลิตไว้รอการขายหรือผลิตโดยตรงตามคำสั่งซื้อ ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับชนิดของผลิตภัณฑ์และตลาดที่จะนำผลิตภัณฑ์เข้าไป

2. ต้องตัดสินใจเกี่ยวกับรูปแบบที่เหมาะสมของแต่ละตัวแปร เช่น จะใช้สื่ออะไรในการโฆษณาผลิตภัณฑ์ ข่าวสารโฆษณาจะกล่าวถึงเรื่องอะไร

3. พัฒนาความพยายามทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์นั้น เช่น ความเหมาะสมของงบประมาณในการโฆษณา จำนวนครั้งของการไปเยี่ยมลูกค้า

ขั้นตอนที่ 5 นำผลการตัดสินใจไปใช้ ในการนำผลการตัดสินใจไปดำเนินการจะต้องมีการกำหนดรายละเอียดในเรื่องต่อไปนี้

1. What function ต้องกำหนดหน้าที่หรือลักษณะงานที่เหมาะสมที่จะต้องทำให้สำเร็จ และจำเป็นต้องเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบได้ทราบอย่างชัดเจนว่าต้องทำอะไร

2. Whose responsibility ใครรับผิดชอบมีการกำหนดบุคคลที่จะต้องรับผิดชอบ และมีอำนาจที่จะทำให้งานสำเร็จเสร็จลง

3. Why เพราะเหตุใด ผู้ที่จะมาปฏิบัติงานหน้าที่นี้อย่างทุ่มเทและพนักงานในการปฏิบัติหน้าที่นั้น ๆ ให้สำเร็จตามข้อผูกพัน จะต้องเข้าใจถึงสาเหตุของการกระทำนั้น ๆ ตระหนักถึงความสำคัญในบทบาทที่ตนเองแสดงอยู่ นับเป็นเรื่องการจูงใจให้ต้องการปฏิบัติงาน

4. How ทำอย่างไร หมายถึง ความเข้าใจทั่ว ๆ ไป และข้อตกลงกันระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา ในการหาหนทางที่จะปฏิบัติงานหน้าที่นั้นให้สำเร็จจนได้

5. When จะกระทำเมื่อใด เป็นการกำหนดระยะเวลาสำเร็จของงานนั้น หรือเลือกเวลาที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน

6. Where จะกระทำที่ใด เช่น การกำหนดตลาดที่จะใช้ทดสอบตลาด กำหนดแหล่งวางตลาดสินค้าครั้งแรก เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 6 จัดให้มีระบบควบคุมที่ดี การกำหนดระบบควบคุม ประกอบด้วยกิจกรรม 5 ขั้นตอน

1. เลือกหลักเกณฑ์ในการควบคุม การควบคุมเพื่อประเมินผลของแผนงาน ดังนั้นหลักเกณฑ์ที่จะนำมาใช้ในการประเมินผลความสำเร็จหรือล้มเหลวของแผนงาน

2. ต้องสามารถวัดค่าเกณฑ์นั้น ๆ เพื่อจัดความคลุมเครือออกไปจากกระบวนการควบคุม

3. กำหนดมาตรฐานของผลงาน เพื่อใช้เป็นเกณฑ์คาดหวัง

4. กำหนดกระบวนการสำหรับติดตามผล เช่น วิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภค

การสังเกตการณ์โดยตรงจากแหล่งขาย

5. เปรียบเทียบผลงานที่เกิดขึ้น

แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้มีผู้ให้ความหมายคำจำกัดความและกล่าวถึงลักษณะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไว้หลายท่าน ดังนี้

ประสงค์ ปราณิตพลกรัง (2547, หน้า 129) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development) เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมสำหรับตลาดปัจจุบัน โดยการปรับปรุงให้ใหญ่ขึ้น ทำให้เล็กลง เปลี่ยนแปลง รวมหรือแยกลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ สร้างคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่ง เพิ่มรูปแบบและขนาดผลิตภัณฑ์ ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อธิบายได้ 3 ประการ ดังนี้

1. ระบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development system)

2. การจัดองค์กรสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Organizing for product development)

3. ความสามารถในการผลิตและวิศวกรรมคุณค่า (Manufacturability and value engineering)

สุปัญญา ไชยชาญ (2544, หน้า 26) อธิบายถึงองค์การทางธุรกิจต้องเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ต่อตลาดองค์การนั้นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมาก่อน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นกระบวนการ โดยมีขั้นตอนต่าง ๆ 6 ขั้นตอน ดังนี้

1. การก่อกำเนิดเจตภาพผลิตภัณฑ์ (idea generation)
2. การกลั่นกรองเจตภาพผลิตภัณฑ์ (idea screening)
3. การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (business analysis)
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (product development)
5. การตลาดเพื่อทดสอบ (test marketing)
6. การนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกจำหน่าย (commercialization)

ศลิษา ภมรสถิตย์ (2547, หน้า 89) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นกิจกรรม ที่สำคัญ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอน คือ

1. การรวบรวมความคิดเห็น
2. การคัดเลือกผลิตภัณฑ์
3. การออกแบบผลิตภัณฑ์
4. การทดสอบ
5. การออกแบบผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

สุดาดวง เรืองรุจิระ (2538, หน้า 159) ผลิตภัณฑ์ใหม่ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใด ๆ ที่ กิจการธุรกิจนำเสนอต่อตลาด แล้วทำให้ตลาดมีโอกาสดเพิ่มขึ้น ผลิตภัณฑ์ใหม่อาจจะจะเป็นผลิตภัณฑ์ ที่ยังไม่เคยมีผู้ผลิตมาก่อน เริ่มมีผู้ผลิตรายแรกของโลก จัดเป็นนวัตกรรม (Innovation) หรือ อาจเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของกิจการหนึ่งเพื่อนำออกจำหน่ายเป็นครั้งแรกหรืออาจจะดัดแปลงปรับปรุง จากผลิตภัณฑ์ที่เคยจำหน่ายอยู่เดิม จึงจำแนกลักษณะความใหม่ของผลิตภัณฑ์ไว้ได้ 3 ประการ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เคยมีมาก่อนในตลาด เป็นผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการสร้างขึ้นใหม่ มีลักษณะที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น
2. ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมที่เคยใช้อยู่
3. ผลิตภัณฑ์เลียนแบบ เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของกิจการ แต่เลียนแบบผลิตภัณฑ์ของ คู่แข่งขันที่มีอยู่แล้วในตลาด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขวัญเดือน พุทธหน่อแก้ว (2542) วิจัยเรื่อง บทบาทของกลุ่มเกษตรกรในการพัฒนาการผลิตลำไยในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน พบว่า กลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่มีการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดหาปัจจัยการผลิต การวางแผนดูแลรักษาลำไยการแนะนำอาชีพเสริม การเข้าร่วมโครงการเพื่อพัฒนาการผลิตลำไย การดำเนินกิจกรรมกลุ่มเกี่ยวกับการผลิตลำไย การจัดทำบัญชีและนำทะเบียนกลุ่มไปใช้ประโยชน์ การอบรมความรู้แก่คณะกรรมการ การอบรมความรู้การปลูกลำไยแก่สมาชิก ตลอดจนการดำเนินการประชุมกลุ่ม

วารินทร์ วงษ์วรรณ (2546) วิจัยเรื่อง พัฒนาการของเกษตรกรเพื่อการค้า : กรณีศึกษาการผลิตไผ่ตงในตำบลเนินหอม อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า มีการปลูกไผ่ตงเพื่อการค้าในพื้นที่ขนาดเล็ก การขยายตัวของพื้นที่ปลูกไผ่ตงเพื่อเพิ่มผลผลิตเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ. 2522-2530 ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการกระจายตัวของพื้นที่ปลูกไผ่ตงและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของเกษตรกร ได้แก่ ปัจจัยทางกายภาพ พื้นที่ที่มีลักษณะทางกายภาพ ผลการศึกษาโดยรวมนอกจากจะทำให้ทราบและเข้าใจพัฒนาการของเกษตรกรเพื่อการค้าแล้ว ยังสามารถใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาการเกษตรและวิธีการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาการพัฒนารูปแบบทางการเกษตรในพื้นที่อื่นได้

พาฝัน ตันตัยย์ (2543) วิจัยเรื่อง การดำเนินงานของธุรกิจเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจให้ความสำคัญในด้านการจัดการ การตลาด การผลิตและการเงินตามลำดับ สำหรับด้านการจัดการธุรกิจให้ความสำคัญกับการควบคุมการทำงาน การวางแผนการทำงาน การสั่งการ จูงใจพนักงาน ปัจจัยที่ใช้บริหารค่าตอบแทนคือ ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน กฎหมายแรงงาน วิถีจูงใจพนักงานในกิจการคือ การมีส่วนร่วมในการออกความเห็นและให้ความมั่นคงในการทำงาน ในด้านการตลาดผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ให้ความสำคัญในส่วนประสมด้านการตลาดคือ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์นั้นให้ความสำคัญในด้านรสชาติ ความอร่อยและคุณภาพวัตถุดิบมากที่สุด การกำหนดราคาขึ้นอยู่กับต้นทุนของผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาดมีการโฆษณาที่หีบห่อผลิตภัณฑ์ มีการลดราคา ชิมผลิตภัณฑ์ แวนวอนผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมีความต้องการมากขึ้นจากเดิม

ดำรง องค์กร (2540) ได้ศึกษาการรวมกลุ่มของสตรีกับการพัฒนาชุมชนชนบท พบว่า การรวมกลุ่มของสตรีมี 2 ลักษณะ คือ การรวมกลุ่มแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มกันแบบดั้งเดิมซึ่งพบทั่วไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือระหว่างกัน ภายใต้ระบบความสัมพันธ์ทางสังคมของชุมชน ซึ่งต้องมีการพึ่งพาซึ่งกันและกัน ทั้งนี้ในโครงสร้างของกลุ่มจะไม่มีกำหนด

บทบาทสถานภาพของสมาชิกในกลุ่มอย่างเด่นชัด แต่จะเกิดจากการตัดสินใจในการมีส่วนร่วมด้วยความสมัครใจ และการรวมอีกลักษณะหนึ่งคือ การรวมกลุ่มแบบเป็นทางการ ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มที่เกิดจากนโยบายของรัฐในการสร้างกลุ่มที่เป็นทางการจากรากฐานของกลุ่มธรรมชาติที่มีอยู่ในชนบทโดยการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ทั้งการให้ศึกษาแนวทางในการจัดตั้งกลุ่มและงบประมาณในการดำเนินกิจกรรมประกอบกับแรงผลักดัน จากสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มสตรี ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเดียวกันในการพัฒนาอาชีพ ครอบครัวและชุมชน ทำให้เกิดความร่วมมือ ร่วมใจในการทำงานกลุ่มร่วมกัน จนกลุ่มประสบผลสำเร็จในระดับหนึ่ง ทั้งนี้กลุ่มได้มีการกำหนดโครงสร้างในการดำเนินการโดยใช้วิธีการตามแนวทางของรัฐร่วมไปกับการใช้วิถีของชุมชน

กมลรัตน์ ครุฑาโรจน์ (2546) ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องผสมธัญพืชและถั่วบรรจุกระป๋อง ผันแปรปริมาณน้ำจาก 80-130 กรัมต่อน้ำหนักรวมของวัตถุดิบ 100 กรัม โดยทำการทดสอบทางประสาทสัมผัสแบบเรียงลำดับตามความชอบ พบว่า อัตราส่วนที่เหมาะสมในการผลิตคือ ปริมาณน้ำต่อน้ำหนักรวมของวัตถุดิบเท่ากับ 100 : 10 จากนั้นทำการคัดเลือกปัจจัยที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องผสมธัญพืชและถั่วบรรจุกระป๋องโดยวิธี Placket and Burman Design พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์คือ ลูกเดือย ถั่วลิสง ถั่วลันเตา ถั่วลิสง และงานนำปัจจัยที่ผ่านการคัดเลือกมาหาปริมาณที่เหมาะสมโดยวางแผนการทดลอง

จิรวัดน์ ยอดสุวรรณ (2546) ได้ศึกษากระบวนการพัฒนาระบบหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตสำหรับกระบวนการผลิตอาหาร : กรณีศึกษาบริษัทฟาวเวอร์แพคเอ็กซ์เพรส จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ระบบหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิต (GMP) เป็นระบบการจัดการและควบคุมการผลิตอาหารให้ปลอดภัยต่อการบริโภค ความพร้อมของสภาวะแวดล้อมในกระบวนการผลิต ได้แก่ การจัดการด้านอาคารสถานที่ผลิต สุขลักษณะส่วนบุคคล การควบคุมแมลงและสัตว์นำโรค การทำความสะอาดสถานที่ผลิต เครื่องจักร รวมทั้งอุปกรณ์ผลิต การควบคุมน้ำใช้ในโรงงาน การควบคุมแก้ว การควบคุมสารเคมี การระบุและสอบกลับผลิตภัณฑ์ และการเรียกผลิตภัณฑ์กลับคืน ในการพัฒนาระบบหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตจะทำการตรวจประเมินระบบควบคุมสุขาภิบาลอาหารเบื้องต้นของโรงงาน เพื่อหาข้อบกพร่องหรือประเด็นที่ไม่สอดคล้องกับข้อกำหนดของระบบหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิต และวิเคราะห์หาแนวทางเพื่อแก้ไขข้อบกพร่องดังกล่าวให้สอดคล้องกับข้อกำหนด จากนั้นทำการออกแบบและจัดทำกระบวนการต่าง ๆ ตามข้อกำหนดให้เป็นมาตรฐานโดยจัดทำเป็นเอกสาร แล้วจึงทำการฝึกอบรมพนักงานให้ปฏิบัติตามกระบวนการที่ออกแบบไว้ และจัดให้มีการตรวจสอบระบบอย่างสม่ำเสมอซึ่งจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานได้รับทราบถึงจุดบกพร่องของแต่ละหน่วยงานเพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในการพัฒนาระบบต่อไป