



แนวทางการพัฒนาธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา

Guidelines for Korat Mee Business of Small Entrepreneurial in Nakhon Ratchasima

รุ่งนภา สอนพะเนา¹ และชญภัทร์ กี่อาริโย²

Rungnapha Sonpanao¹ and Chayapat Kee-ariyo²

¹ นักศึกษา หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร E-mail: rungnapa.so@ovec.moe.go.th

Student, Master of Home Economics, Home Economics, Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

² อาจารย์ หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร E-mail: chayapat.s@mutp.ac.th

Teacher, Master of Home Economics, Home Economics, Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Received: 4 ก.ย. 63 Revised: 11 ต.ค. 63 Accepted: 8 ธ.ค. 63

DOI: 10.14416/j.ted.2022.08.009

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพในการดำเนินธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา 2) ศึกษาปัญหาในการดำเนินธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา 3) เปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามสภาพในการดำเนินธุรกิจ และ 4) นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ประชากรคือ ผู้ประกอบการธุรกิจหมีโคราชขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 35 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าที่วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพในการดำเนินธุรกิจหมีโคราช ส่วนใหญ่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หมีโคราชพร้อมน้ำปรุง โดยดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นเวลา 16 ปีขึ้นไป ทั้งนี้จำนวนพนักงานไม่เกิน 10 คน สำหรับกลยุทธ์ใช้แบบการขายด้วยพนักงานขาย รวมทั้งธุรกิจมีปริมาณการผลิตเดือนละต่ำกว่า 10,000 ห่อ และมีรายได้จากการจำหน่ายเดือนละต่ำกว่า 2 แสนบาท 2) ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการขาย ด้านการผลิต ด้านพนักงาน ด้านการเงิน และด้านการบริหารจัดการ 3) เปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ชนิดผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ จำนวนพนักงานในธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ ปริมาณการผลิตต่อเดือน และรายได้จากการจำหน่ายต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจหมีโคราชในจังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจหมีโคราชคือ ควรมีพัฒนาเส้นไหมให้อายุการเก็บรักษา



ยาวนานมากขึ้นไปอีก รวมไปถึงควรพัฒนาเส้นไหมให้มีรสชาติที่หลากหลาย และพัฒนารูปแบบเส้นไหมให้มีความทันสมัยนิยมมากขึ้น รวมทั้งควรเพิ่มช่องทางการขายทางออนไลน์ นอกจากนี้ควรหาแหล่งเงินทุนที่ให้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อใช้ในการพัฒนากิจการให้สามารถสู้คู่แข่งได้ มีการจ้างงานหมุนเวียนในกลุ่มสมาชิก เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตและผู้ประกอบการควรให้ออกาสคนรุ่นใหม่ ซึ่งมีวิสัยทัศน์กว้างไกลได้เข้ามาบริหารงาน โดยผู้บริหารรุ่นเก่าคอยให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาอยู่ข้าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจเส้นไหมโคราชสามารถเติบโต และสามารถสู้คู่แข่งที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ได้

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา ธุรกิจหมีโคราช ผู้ประกอบการขนาดย่อม จังหวัดนครราชสีมา

Abstract

The purposes of this research are: 1) to study the conditions of Korat Mee business operation of SMEs entrepreneurs in Nakhon Ratchasima Province, 2) to study of problems in the Korat Mee business operation of SMEs entrepreneurs in Nakhon Ratchasima Province, 3) the level of problems in the Korat Mee business operation of SMEs entrepreneurs in Nakhon Ratchasima Province are Classifying by business conditions, and 4) to propose a guideline for the development of Mee Korat business operation of SMEs entrepreneurs in Nakhon Ratchasima Province, the population is 35 entrepreneurs of Korat Mee business in Nakhon Ratchasima Province. The instrument is a statistical questionnaire using in data analysis, namely frequency, percentage, mean, standard deviation and one-way analysis of variance.

The research was found that as follows: 1) conditions of operating Korat Mee business. They were mainly producing and sell Korat Mee with sauce. It has been in business for 16 years and has no more than 10 employees. Which Including businesses with monthly production of less than 10,000 packs and monthly sales revenue of less than 200,000 baht. 2) the operator has a problem in the business was moderating. When considered on a particular side, in descending order, namely products, sales, production, personnel, finance and management. 3) to compare the level of problems in the Korat Mee business of SMEs entrepreneurs in Nakhon Ratchasima Province, it was found that the types of products were producing and distributed Length of business number of employees in business, business marketing strategy, production volume per month and income from sales per month that was different having problems operating Korat Mee in Nakhon Ratchasima Province no different with statistical significance at the .05 level. And 4) the development of Korat Mee business was there should be a development of vermicelli to have a longer shelf life. Which was being Included the development of vermicelli to have a variety of flavors and develop the vermicelli pattern to be more modern and popular was being Included increasing online sales channels. They should also found that a source of low interest loans for used in business development to be able to compete with competitors. There was a rotating employment among members. To was increasing production capacity and entrepreneurs should be gave new generation opportunities. Which has a wide vision, has entering the management. With older management was giving advice, providing advice on the side so that the Korat Mee business could growing and able to fight ever-increasing rivals.

Keywords: Guidelines, Korat Mee, Business of SMEs Entrepreneurial, Nakhon Ratchasima Province



1. บทนำ

ตามนโยบายของรัฐบาล (พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา) 11 ด้าน ซึ่งนโยบายด้านที่ 6 การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้านอุตสาหกรรม ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับศักยภาพพื้นฐานของประเทศ เช่น ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยการพัฒนาวัตถุดิบและกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพมาตรฐาน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อาหารไทยบนพื้นฐานความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และภูมิปัญญา ส่งเสริมการวิจัยเกษตรแปรรูป เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรและแก้ปัญหาที่สำคัญของประเทศ รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้มแข็งสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเพิ่มองค์ความรู้ในด้านการปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และพัฒนาการบริการจัดการภายในองค์กร ปรับโครงสร้างกลไกการสนับสนุนและการขับเคลื่อนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นระบบและมีเอกภาพที่ชัดเจนทั้งด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการบริการทางการเงินและการลงทุนสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการการตลาดและโอกาสในการลงทุนในต่างประเทศ [1]

แผนยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่ครัวโลก พ.ศ. 2559-2564 มีขอบเขตครอบคลุมเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมอาหาร ตั้งแต่ต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ และธุรกิจสนับสนุน คือ 1) ต้นน้ำ คือ สินค้าเกษตร ซึ่งครอบคลุมทั้งสินค้าเกษตรอาหาร สินค้าเกษตรแปรรูปเบื้องต้น 2) กลางน้ำ คือ สินค้าอุตสาหกรรม ครอบคลุมถึงสินค้าอาหารและเกษตรแปรรูปต่าง ๆ 3) ปลายน้ำ คือ ธุรกิจบริการด้านอาหาร ซึ่งครอบคลุมธุรกิจร้านอาหาร โรงเรียนสอนทำอาหาร และธุรกิจการจัดอาหารสำหรับคนหมู่มาก (Catering) และ 4) ธุรกิจ/กิจกรรมสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง อาทิ การตรวจประเมินมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร ธุรกิจโลจิสติกส์สินค้าอาหาร เครื่องจักรกลการเกษตรแปรรูป การวิจัย และพัฒนาด้านสินค้าเกษตรและอาหาร ธุรกิจบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาบุคลากร [1]

จังหวัดนครราชสีมา มีประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและมากเป็นอันดับสองของประเทศ รองจากกรุงเทพมหานคร มีโครงสร้างเศรษฐกิจที่สำคัญในปี 2557-2560 ประกอบด้วย ภาคเกษตรกรรม ร้อยละ 21 มีสินค้าเกษตรที่สำคัญของจังหวัดได้แก่ ข้าว (แผนพัฒนาจังหวัดนครราชสีมา ระยะ 4 ปี 2561-2564, 2559) มีแรงงานว่างงานสูงกว่าค่าระดับประเทศ 110,895 บาท/คน/ปี [2] “เมืองหญิงกล้า ผ้าไหมดี หมี่โคราช ปราสาทหิน ดินด่านเกวียน” คือ คำขวัญประจำจังหวัดนครราชสีมา หนึ่งในของดีในจังหวัดนครราชสีมาคือ “หมี่โคราช” เป็นอาหารพื้นบ้านชนิดหนึ่งลักษณะ คล้ายเส้นก๋วยเตี๋ยวแต่เส้นบางกว่าเล็กกว่า เป็นอาหารตากแห้งที่เก็บไว้ได้นาน เมื่อปรุงเป็นอาหารแล้วจะมีรสแตกต่างไปจาก ก๋วยเตี๋ยวหรือผัดไทย ผลิตโดยภูมิปัญญาชาวบ้านในอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งในปี 2560 มีผู้ประกอบการขนาดย่อมที่ผลิตและจำหน่ายหมี่โคราชเพียง 35 ราย นอกนั้นจะเป็นการผลิตเส้นหมี่เพื่อส่งให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ ธุรกิจเส้นหมี่โคราชจึงไม่มีตราสินค้าเป็นของตัวเอง นอกจากนี้ธุรกิจเส้นหมี่โคราชยังประสบปัญหาต่าง ๆ เช่น การดำเนินธุรกิจในด้านความเข้าใจในการบริหารจัดการธุรกิจ การวางแผนการผลิต การขนส่ง ความคิดสร้างสรรค์ต่อยอดผลิตภัณฑ์ การหาแหล่งเงินทุน ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง การจำหน่ายได้ราคาถูก ไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ดีเท่าที่ควร [3]

จากสภาพปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงต้องศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจหมี่โคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา และรวบรวมข้อมูลการดำเนินธุรกิจขนาดย่อมเพื่อรวบรวมข้อมูลที่เป็นองค์ความรู้อันจะนำไปสู่การสืบทอดและพัฒนาในจังหวัดนครราชสีมาและเพื่อตอบสนองนโยบายรัฐบาลในการมุ่งสู่แผนยุทธศาสตร์ “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัญหาในการดำเนินธุรกิจหมี่โคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา

2.2 เพื่อเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจหมี่โคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามสภาพในการดำเนินธุรกิจ



2.3 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา

3. สมมติฐานการวิจัย

ผู้ประกอบการที่มีสภาพในการดำเนินธุรกิจหมีโคราช ได้แก่ ชนิดของหมีโคราชที่จำหน่ายดีที่สุด ทำเลที่ตั้งร้าน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ กลยุทธ์ทางการขาย ปริมาณการผลิตต่อเดือน รายได้ของการจำหน่ายต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจหมีโคราช แตกต่างกัน

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจหมีโคราชขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 35 ราย และดำเนินการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพในการดำเนินธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Question) โดยเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ

ตอนที่ 2 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaires)

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการสอบถาม ประกอบด้วย การศึกษาสภาพในการดำเนินธุรกิจ การศึกษาปัญหาในการดำเนินธุรกิจ และแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ดังนี้

1) ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล

จากคณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล

2) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจหมีโคราชขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา

3) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามจำนวนที่กำหนด

4) นำข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์ แปลผล สรุปผล และรายงานผลการวิจัย

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) ข้อมูลสภาพในการดำเนินธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2) การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้ค่าเฉลี่ย (μ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ)

3) การเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามสภาพในการดำเนินธุรกิจหมีโคราช สำหรับความแตกต่าง 2 ตัวแปร ใช้การทดสอบค่าที (t-test) ส่วนความแตกต่างตัวแปรที่มีค่ามากกว่า 2 ตัวแปร ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ในกรณี que ผลการวิเคราะห์พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe's Method)

4) แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaires) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Method)

5. ผลการวิจัย

5.1 สภาพในการดำเนินธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจหมีโคราชขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 35 คน ส่วนใหญ่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หมีโคราชพร้อมน้ำปรุงสำเร็จ คิดเป็นร้อยละ 65.71 ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นเวลา 16 ปีขึ้นไป คิดเป็น



บทควาณวิจัย

แนวทางการพัฒนารุทกหมีโคราซของพู่ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา

ร้อยละ 34.29 มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 25.71 โดยใช้กลยุทธ์แบบการขายด้วยพนักงานขาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.29 รุทกหมีปริมาณการผลิตเดือนละต่ำกว่า 10,000 ห่อ คิดเป็นร้อยละ 65.71 และมีรายได้จากการ

จำหน่ายเดือนละต่ำกว่า 2 แสนบาท คิดเป็นร้อยละ 71.43

5.2 ปัญหาในการดำเนินรุทกหมีโคราซของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินรุทกหมีโคราซ ของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา โดยรวม

ปัญหาในการดำเนินรุทกหมีโคราซ โดยรวม	μ	σ	ระดับปัญหา
ด้านวัตถุดิบ	3.86	.246	มาก
ด้านการผลิต	3.47	.562	ปานกลาง
ด้านการขาย	3.55	.247	มาก
ด้านการเงิน	3.13	.760	ปานกลาง
ด้านพนักงาน	3.14	.698	ปานกลาง
ด้านการบริหารจัดการ	2.73	.470	ปานกลาง
รวม	3.31	.222	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัญหาในการดำเนินรุทกหมีโคราซของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา โดยรวม พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินรุทกหมี อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการขาย ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุด คือ ด้านการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

5.3 เปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินรุทกหมีโคราซของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามสภาพการดำเนินรุทกหมี ผลการวิจัยพบดังนี้

1) ชนิดผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่าย พบว่า ผู้ประกอบการขนาดย่อมที่ชนิดผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินรุทกหมีโคราซในจังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) ระยะเวลาในการดำเนินรุทกหมี พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินรุทกหมีแตกต่างกัน มีปัญหาในการ

ดำเนินรุทกหมีโคราซในจังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) จำนวนพนักงานในรุทกหมี พบว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานในรุทกหมีแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินรุทกหมีโคราซในจังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) กลยุทธ์ทางการตลาดของรุทกหมี พบว่า ผู้ประกอบการที่มีกลยุทธ์ทางการตลาดของรุทกหมีแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินรุทกหมีโคราซในจังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) ปริมาณการผลิตต่อเดือน พบว่า ผู้ประกอบการขนาดย่อมที่มีปริมาณการผลิตต่อเดือนแตกต่างกัน ปัญหาในการดำเนินรุทกหมีโคราซในจังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6) รายได้จากการจำหน่ายต่อเดือน พบว่า ผู้ประกอบการขนาดย่อมที่มีรายได้จากการจำหน่ายต่อเดือนแตกต่างกัน ปัญหาในการดำเนินรุทกหมีโคราซในจังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.4 แนวทางการพัฒนาธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา สามารถสรุปได้ดังนี้

1) แนวทางการพัฒนาด้านวัตถุดิบ พบว่า เส้นหมีโคราชถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัด และด้วยปัจจุบันความนิยมในเส้นหมีโคราชสูงขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีแหล่งผลิตข้าวเจ้าเพื่อผลิตเส้นหมีโดยเฉพาะ เพื่อให้เส้นหมีที่ได้มีคุณภาพคงที่ ไม่แตกหักง่าย และสามารถควบคุมราคาข้าวที่ใช้ในการผลิตได้ นอกจากนี้ควรมีพัฒนาเส้นหมีให้มีอายุการเก็บรักษายาวนานมากขึ้นไปอีกรวมไปถึงควรพัฒนาเส้นหมีให้มีรสชาติที่หลากหลาย ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจหมีโคราชสามารถเพิ่มยอดขายได้สูงขึ้นในอนาคต

2) แนวทางการพัฒนาด้านการผลิต พบว่าในปัจจุบันเส้นหมีโคราชมีสีสันทากหลายมากยิ่งขึ้น แต่รูปแบบของเส้นหมียังคงเหมือนเดิม คือ มีลักษณะเส้นตรง ดังนั้นผู้ประกอบการควรพัฒนารูปแบบเส้นหมีให้มีความทันสมัยมากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกของลูกค้า และสามารถเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ทำให้ธุรกิจเส้นหมีโคราชเติบโตมากยิ่งขึ้น

3) แนวทางการพัฒนาด้านการตลาด พบว่าผลิตภัณฑ์เส้นหมีโคราชมีคู่แข่งทางการตลาดที่สูงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการควรหาช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ ๆ เช่น การขายทางออนไลน์ รวมถึงมีการทำโปรโมชั่นประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักในวงกว้างขึ้น และสามารถขยายฐานตลาดได้มากขึ้น

4) แนวทางการพัฒนาด้านการเงิน พบว่า ผลิตภัณฑ์เส้นหมีสามารถเติบโตได้อีก ด้วยความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจนี้เติบโตมากขึ้น ผู้ประกอบการควรมหาแหล่งเงินทุนให้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อใช้ในการพัฒนากิจการให้สามารถสู้คู่แข่งได้

5) แนวทางการพัฒนาด้านพนักงาน พบว่า เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เส้นหมีสามารถผลิตได้ในปริมาณที่เพียงพอและเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ผู้ประกอบการควรมีการจัดงานหมุนเวียนในกลุ่มสมาชิก เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้น

6) แนวทางการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ พบว่าด้วยการบริหารงานของคนรุ่นเก่า บางครั้งการตัดสินใจอาจ

ยึดติดกับสิ่งเดิม ๆ อาจส่งผลเสียต่อการดำเนินงานได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้โอกาสคนรุ่นใหม่ ซึ่งมีวิสัยทัศน์กว้างไกลได้เข้ามาบริหารงาน โดยผู้บริหารรุ่นเก่าคอยให้คำแนะนำให้คำปรึกษาอยู่ข้าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจเส้นหมีโคราชสามารถเติบโตและสามารถสู้คู่แข่งที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ได้

6. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

6.1 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบดังนี้

1) ด้านวัตถุดิบ พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้าวและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตหมีโคราชไม่เพียงพอ จึงต้องใช้วัตถุดิบจากจังหวัดอื่น ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ข้าวและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตหมีโคราชขาดคุณภาพ ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์หมีโคราชมีการเลียนแบบได้ง่าย ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ดังที่ ปภพพล [4] กล่าวว่า Material หมายถึง ตัวสินค้าหรือวัสดุที่ใช้ในการผลิตสินค้าซึ่งเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญของระบบไม่น้อย ปัญหาในเรื่อง Material หรือ สินค้าและวัสดุนี้มีสองประการใหญ่ ๆ คือ ประการแรกเป็นการขาดแคลนวัสดุ เช่น การขาดวัตถุดิบสำหรับใช้ในการผลิตสินค้าของโรงงานอุตสาหกรรม เมื่อขาดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตก็จะทำให้ไม่มีสินค้าสำหรับขาย ผลก็คือการขาดทุน และประการที่สอง คือ การมีวัตถุดิบมากเกินไป ความต้องการ เช่น มีสินค้าที่จำหน่าย หรือขายไม่ออกมากเกินไป ทำให้เงินทุนไปจมอยู่กับวัตถุดิบทำให้เกิดการขาดทุนเช่นเดียวกัน นั่นเอง

2) ด้านการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เครื่องมือ/เครื่องจักรที่ใช้ในขบวนการผลิตหมีโคราชไม่ทันสมัย ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ เครื่องจักรและอะไหล่มีราคาสูง ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุด คือ ขาดการถ่ายทอดเทคโนโลยีการใช้เครื่องมือ/เครื่องจักรที่ทันสมัยให้ระดับผู้ปฏิบัติงาน ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ดังที่สถาบันพัฒนาวิสาหกิจ



บทควาณวิจัย

แนวทางการพัฒนารัฐกิจหมีโคราชของพู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา

ขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยขอนแก่น [5] กล่าวว่า เทคโนโลยีการผลิตของธุรกิจขนาดย่อม การเริ่มต้นธุรกิจมาจากการใช้เทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อนเนื่องจากการลงทุนต่ำและผู้ประกอบการ พนักงานขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาการที่ทันสมัย จึงทำให้ขาดการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่ดี และในงานวิจัยของอังสนา [6] พบปัญหาในการดำเนินธุรกิจด้านการผลิตและเทคโนโลยี อยู่ในระดับปานกลาง

3) ด้านการขาย พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีปัญหาเรื่องการขายและการแข่งขันทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ถูกตัดราคาจากคู่แข่ง และเสียเปรียบคู่แข่งที่มีเทคโนโลยีการผลิตที่เหนือกว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุด คือ คุณภาพของเส้นหมีโคราชไม่เป็นที่ยอมรับของลูกค้า ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยขอนแก่น [5] ได้กล่าวถึงปัญหาด้านการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม ส่วนใหญ่มักตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่น หรือตลาดในประเทศ ยังขาดความรู้ความสามารถด้านการตลาดในวงกว้างโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ขณะเดียวกันความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่ง ตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้าทำให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับสินค้าในท้องถิ่นหรือในประเทศที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น

4) ด้านการเงิน พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งที่ให้การสนับสนุนและการลงทุนทางการเงินมีน้อย ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับมาก รองลงมา มีจำนวน 2 ข้อ คือ ขาดเงินทุนสำรองในการดำเนินกิจการ ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง และการจัดทำบัญชีที่ไม่เป็นระบบ ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง และน้อยที่สุด คือ ความเข้าใจในเรื่องขั้นตอนการกู้ยืมเงินยังมีไม่เพียงพอ ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ดังที่สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่าย

มหาวิทยาลัยขอนแก่น [5] พบปัญหาการขาดแคลนเงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม โดยมีกัประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงินเพื่่อมาลงทุนหรือขยายการลงทุนหรือเป็นเงินทุนหมุนเวียน ทั้งนี้เนื่องจากไม่มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบ และขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้ธนาคาร และต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูง ในขณะที่ อังสนา [6] พบว่า ประสบปัญหาทางการเงินการขาดสภาพคล่อง เงินทุนไม่เพียงพอ และขาดแหล่งเงินทุน

5) ด้านพนักงาน พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานไม่เพียงพอต่อการผลิต ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ พนักงานขาดทักษะด้านการขายหมีโคราช ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง และน้อยที่สุด คือ คุณภาพฝีมือของพนักงานไม่สม่ำเสมอทำให้ไม่ตรงกับเป้าหมายการผลิตที่วางไว้ ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง โดยสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยขอนแก่น [5] กล่าวว่า ปัญหาด้านแรงงาน แรงงานที่ทำงานในวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมจะมีปัญหาการเข้าออกสูง กล่าวคือ เมื่อมีฝีมือและมีความชำนาญงานมากขึ้น ก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอและการพัฒนาไม่ต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพของสินค้า นอกจากนี้ในงานวิจัยของอังสนา [6] ที่พบว่า ธุรกิจขนาดย่อมขาดแรงงานที่มีฝีมือหรือมีทักษะ ดังนั้นผู้บริหารต้องมีกลยุทธ์ที่เหนือคู่แข่งมีการปรับตัวให้ทันต่อภาวะการแข่งขันภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง

6) ด้านการบริหารจัดการ พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ขาดความรู้/ขาดประสบการณ์ในการจัดการที่เป็นระบบ ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือการดำเนินธุรกิจที่ล่าช้าทำให้พลาดโอกาสต่าง ๆ ได้ ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง และน้อยที่สุด คือ การบริหารงานแบบอุตสาหกรรมในครอบครัว ทำให้การบริหารงานรวดเร็วและไม่สิ้นเปลืองงบประมาณ ผู้ประกอบการมีปัญหาอยู่ในระดับน้อย ดังที่สถาบันพัฒนาวิสาหกิจ



ขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยขอนแก่น [5] ได้กล่าวถึงข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการ ส่วนมากมักจะมีที่มาจากธุรกิจลักษณะครอบครัว ซึ่งเป็นหน่วยสังคมที่โดยธรรมชาติแล้วจะมีความสามารถในการปรับเปลี่ยนและปรับปรุงโครงสร้างการบริหารจัดการต่าง ๆ ของกิจการได้ไม่รวดเร็วเหมือนอย่างกิจการที่มีพื้นฐานมาจากทุนที่อิสระ (จากครอบครัว) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักขาดความรู้ในด้านการจัดการ หรือการบริหารงานที่มีระบบใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้โดยเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลัก

6.2 เปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจหัตถ์โคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า สภาพการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ชนิดผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่าย ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ จำนวนพนักงานในธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ ปริมาณการผลิตต่อเดือน และรายได้จากการจำหน่ายต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจหัตถ์โคราชในจังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธุรกิจผลิตภัณฑ์เส้นไหมโคราชเป็นธุรกิจที่มีสินค้าลักษณะเหมือน ๆ กัน ธุรกิจอยู่ในบริบทเดียวกัน เช่น ตั้งอยู่ในเขตใกล้เคียงกัน มีวัฒนธรรมองค์กรซึ่งไม่แตกต่าง และอยู่ในสิ่งแวดล้อมคล้าย ๆ กัน ในขณะเดียวกันในปี พ.ศ. 2563 ทั่วโลกประสบปัญหาการระบาดของเชื้อโรคไวรัส 19 รวมถึงการเกิดอุทกภัยในจังหวัดนครราชสีมา ทำให้บริษัทผลิตเส้นไหมโคราชได้ผลกระทบเนื่องจากต้องหยุดบริษัท ประกอบกับต้องประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ ทำให้การผลิตต้องหยุดชะงัก ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจของธุรกิจหัตถ์โคราชไม่แตกต่างกัน เนื่องจากไม่สามารถผลิตสินค้าและขายสินค้าได้เหมือน ๆ กัน ดังที่สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม [7] ได้กล่าวถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมที่เป็นภาคการผลิตที่แท้จริง ล้วนที่จะประสบปัญหาการขาดสภาพคล่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้อำนาจซื้อของประชาชนลดน้อยลง เป็นผลให้ธุรกิจต้องชะลอและลดการผลิตการจำหน่าย หรือถึงขั้นปิดกิจการไปในที่สุด

6.3 แนวทางการพัฒนาธุรกิจหัตถ์โคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบดังนี้

1) แนวทางการพัฒนาด้านวัตถุดิบ พบว่า เส้นไหมโคราชถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัด และด้วยปัจจุบันความนิยมในเส้นไหมโคราชสูงขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีแหล่งผลิตข้าวจ้าวเพื่อผลิตเส้นไหมโดยเฉพาะเพื่อให้เส้นไหมที่ได้มีคุณภาพคงที่ไม่แตกหักง่าย และสามารถควบคุมราคาข้าวที่ใช้ในการผลิตได้ นอกจากนี้ควรพัฒนาเส้นไหมให้มีอายุการเก็บรักษายาวนานมากขึ้นไปอีก รวมถึงควรพัฒนาเส้นไหมให้มีรสชาติที่หลากหลาย ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจหัตถ์โคราชสามารถเพิ่มยอดขายได้สูงขึ้นในอนาคต ดังที่ภพพล [4] กล่าวว่า การพิจารณาศึกษากิจกรรมทางการผลิตที่จำเป็นและมีการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยที่นำมาศึกษา คือ วัตถุดิบของการผลิต

2) แนวทางการพัฒนาด้านการผลิต พบว่า ในปัจจุบันเส้นไหมโคราชมีสีสันหลากหลายมากยิ่งขึ้น แต่รูปแบบของเส้นไหมยังคงเหมือนเดิม คือ มีลักษณะเส้นตรง ดังนั้นผู้ประกอบการควรพัฒนารูปแบบเส้นไหมให้มีความหลากหลายและทันสมัยมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกของลูกค้า และสามารถเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ทำให้ธุรกิจเส้นไหมโคราชเติบโตมากยิ่งขึ้น ภพพล [4] ได้กล่าวถึงการผลิตเป็นการสร้างอรรถประโยชน์หรือประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับปัจจัยการผลิตชนิดต่าง ๆ เพื่อให้เกิดเป็นสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

3) แนวทางการพัฒนาด้านการตลาด พบว่า ผลิตภัณฑ์เส้นไหมโคราชมีคู่แข่งทางการตลาดที่สูงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการควรหาช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ ๆ เช่น การขายทางออนไลน์ รวมถึงมีการทำโปรโมชั่นประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักในวงกว้างขึ้น และสามารถขยายฐานตลาดได้มากขึ้น ซึ่งทิตติจิตตา [8] ได้กล่าวว่า ช่องทางการจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ หรือกิจกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม โดยผ่านพนักงานขาย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้าเป็นสำคัญ

4) แนวทางการพัฒนาด้านการเงิน พบว่า ผลิตภัณฑ์เส้นไหมสามารถเติบโตได้อีก ด้วยความต้องการของผู้บริโภคที่



บทควาณวิจัย

แนวทางการพัฒนาธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา

เพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจนี้เติบโตมากขึ้น ผู้ประกอบการควรหาแหล่งเงินทุนให้ดอกเบียดำ เพื่อใช้ในการพัฒนากิจการให้สามารถสู้คู่แข่งได้ ดังที่กิตติ [9] ได้กล่าวถึง การบริหารการเงิน หมายถึง เงิน หรือทรัพย์สินที่มีค่าเป็นเงินของระบบ ซึ่งนับเป็นหัวใจที่สำคัญอย่างหนึ่งของระบบเช่น เงินทุน เงินสด เงินหมุนเวียน เงินค่าใช้จ่าย หรือเงินรายรับรายจ่ายต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นต้น ถ้าการเงินของระบบไม่ดีพอแล้ว ระบบนั้นย่อมจะประสบกับความยุ่งยาก หรืออาจถึงแก่การหายนะได้ เพราะฉะนั้น ระบบธุรกิจทุกชนิดจะต้องมีความระมัดระวังในเรื่องของการเงินเป็นพิเศษ

5) แนวทางการพัฒนาด้านพนักงาน พบว่า เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เส้นหมีสามารถผลิตได้ในปริมาณที่เพียงพอและเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ผู้ประกอบการควรมีการจ้างงานหมุนเวียนในกลุ่มสมาชิก เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยขอนแก่น [5] ได้พบปัญหาด้านแรงงานที่ทำงานในวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมจะมีปัญหาการเข้าออกสูง กล่าวคือ เมื่อมีฝีมือและมีความชำนาญมากขึ้น ก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอและการพัฒนาไม่ต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพของสินค้า

6) แนวทางการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ พบว่าด้วยการบริหารงานของคนรุ่นเก่า บางครั้งการตัดสินใจอาจยึดติดกับสิ่งเดิม ๆ อาจส่งผลเสียต่อการดำเนินงานได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ออกาสคนรุ่นใหม่ ซึ่งมีวิสัยทัศน์กว้างไกลได้เข้ามาบริหารงาน โดยผู้บริหารรุ่นเก่าอาจคอยให้คำแนะนำให้คำปรึกษาอยู่ข้าง ๆ ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจเส้นหมีโคราชทันกับ ความเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่ขยายใหญ่และเติบโตขึ้นขององค์กรได้ ดังที่ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยขอนแก่น [5] ได้กล่าวถึงข้อจำกัดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมว่า มักขาดความรู้ในด้านการจัดการ หรือการบริหารงานที่มีระบบ ใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้โดยเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลัก อาศัยบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยงาน การบริหาร

ในลักษณะนี้แม้มีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึงหากธุรกิจไม่ใหญ่นัก แต่เมื่อกิจการเริ่มขยายตัวหากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็จะเกิดปัญหาขึ้นได้

ข้อเสนอแนะ

1) การวิจัยครั้งนี้พบว่า ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นเวลา 16 ปีขึ้นไป มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 10 คน และใช้กลยุทธ์แบบการขายด้วยพนักงานขาย เนื่องจากธุรกิจหมีโคราชส่วนใหญ่ผู้บริหารงานด้วยคนรุ่นเก่า ยังคงยึดติดสิ่งเดิม ๆ ไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ดังนั้น เพื่อให้ทันยุคสมัย และสามารถมีส่วนแบ่งทางการตลาดในธุรกิจนี้ต่อไป ผู้ประกอบการควรปรับเปลี่ยนการขายสินค้าให้ทันยุคสมัย เช่น การขายสินค้าทางออนไลน์ นอกเหนือจากการขายด้วยพนักงานอย่างเดียว ทั้งนี้ เพื่อให้สินค้าเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย และสามารถเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้นได้

2) การวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาด้านวัตถุดิบมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรจะแสวงหาสารสนเทศและสะสมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของตนเองเพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจไปสู่องค์กรสมัยใหม่ในการสร้างคุณค่าเพิ่มที่ต้องเร่งศึกษา การใช้วัตถุดิบที่มีความแตกต่างในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือแสวงหาเครือข่ายในการเตรียมวัตถุดิบสำหรับป้อนเข้าสู่การผลิตบนความต้องการของลูกค้า ควบคู่กับการบริหารจัดการคลังสินค้าเสมือนและมีการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ยากต่อการเลียนแบบ รวมถึงการรับฟังเสียงหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาจากการบริโภคสินค้าจากลูกค้า นอกจากนี้ยังต้องใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการดำเนินธุรกิจเพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าหรือผู้ผลิตต่อไป



เอกสารอ้างอิง

- [1] กองยุทธศาสตร์และแผนงาน. (2562). [ออนไลน์]. แผนยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ.2560-2564. [สืบค้นเมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2563]. จาก <http://www.industry.go.th/>
- [2] จังหวัดนครราชสีมา. (2559). [ออนไลน์]. แผนพัฒนาจังหวัดนครราชสีมาระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564). [สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2563]. จาก <http://www.nakhonratchasima.go.th/>
- [3] สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). [ออนไลน์]. ตัวชี้วัดการพัฒนาระดับจังหวัดและกลุ่มจังหวัด. [สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2563]. จาก <https://www.google.com>.
- [4] ปภพพล เต็มธีรกิจ. (2555). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการค้าเนืองงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษา อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- [5] สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2554). [ออนไลน์]. ปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม. [สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2563]. จาก <http://www.sara-dd.com/>
- [6] อังสนา ประสี. (2555). ปัญหาการดำเนินงานและความต้องการสนับสนุนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครสวรรค์. รายงานการวิจัย สาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- [7] สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2556). [ออนไลน์]. แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. [สืบค้นเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2563]. จาก <https://www.sme.go.th/>
- [8] ทิตจิตตา. (2560). รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของกิจการร้านอะไหล่รถพ่วงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม: กรณีศึกษา หจก.ชาติชัยไฮโดรลิค. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [9] กิตติกอบัวแก้ว. (2553). การบริหารการผลิต. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.