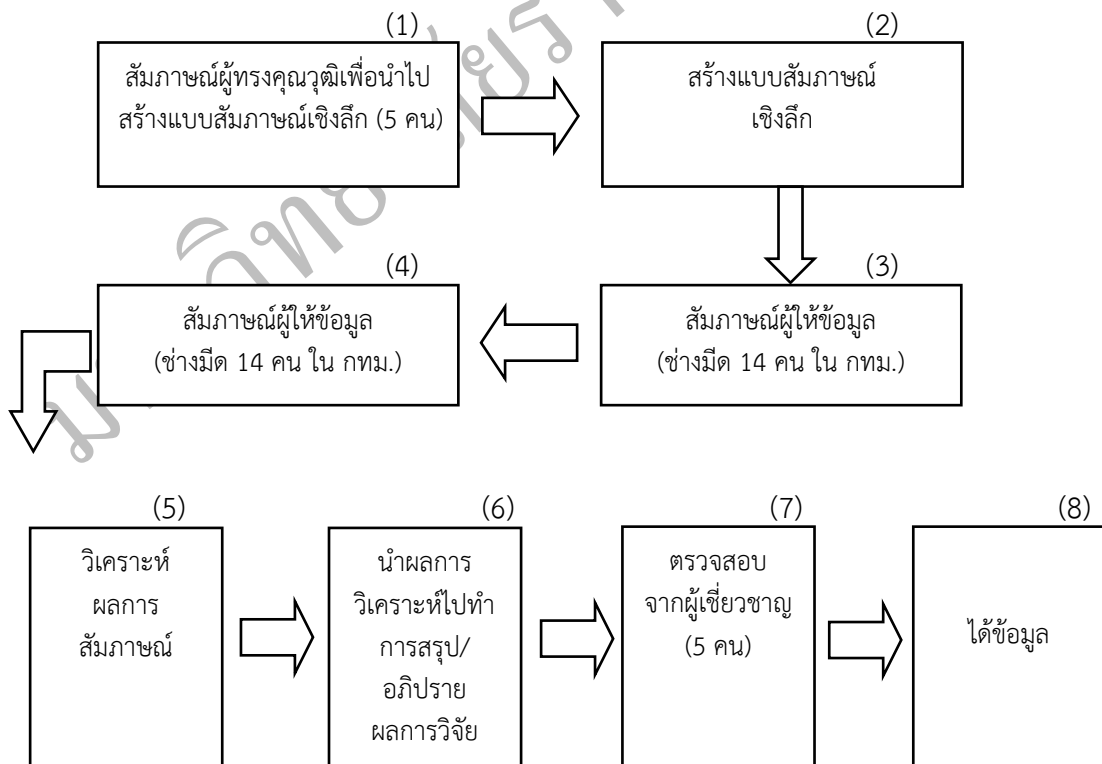


บทที่ 5

การสรุปผล การอภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพ กระบวนการผลิตมีดเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจในประเทศไทยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบรูปแบบ และแนวทางในการพัฒนาคุณภาพ กระบวนการผลิตมีด เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจในประเทศไทย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indept Interview) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในด้านวิศวกรรม ผู้ประกอบการธุรกิจมีด และผู้มีประสบการณ์ในการผลิตมีดมาไม่น้อยกว่า 10 ปี จากนั้นจึงนำผลการสัมภาษณ์ที่ได้ไปประยุกต์ใช้เงินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างของผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการเกี่ยวกับมีดในกรุงเทพฯ อีก 14 คน จาก 20 คน ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง จากผู้มีประสบการณ์มาไม่ต่ำกว่า 5 ปี แล้วนำมาสกัดข้อมูลด้วย

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตมีดและการจัดจำหน่ายเกี่ยวกับธุรกิจมีดที่มีประสบการณ์ไม่ต่ำกว่า 7 ปี จำนวนทั้งสิ้น 5 คน ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจงเป็นกลุ่มยืนยันผลการวิจัยด้วยการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)



สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้ตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์การวิจัย มีดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบของการพัฒนาคุณภาพกระบวนการผลิตมิดเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจในกรุงเทพฯ ประกอบด้วย

1.1 องค์ประกอบด้านความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของช่างในด้านต่างๆ คือ

1.1.1 ต้องมีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการผลิตมิดทุกขั้นตอนเป็นอย่างดี ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบที่จะมาเป็นส่วนประกอบต่างๆของมิด ตลอดจนฝัก ซอง หรือปลอกมิดและบรรจุภัณฑ์

1.1.2 ต้องมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นบุคลากร ลูกค้าหรือผู้สนใจได้อย่างเชี่ยวชาญถูกต้อง ทั้งในส่วนของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การใช้ทักษะในการผลิต การตรวจสอบ คุณภาพกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการด้านการผลิตและจัดจำหน่ายได้เป็นอย่างดี

1.1.3 ต้องมีคุณธรรมจริยธรรมจรรยาบรรณ ความรับผิดชอบความซื่อสัตย์ ตลอดจนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

1.1.4 ต้องมีความรู้ในด้านการบริหารจัดการเงินทุนและงบประมาณได้เป็นอย่างดี

1.1.5 ต้องมีความรู้เรื่องการจัดการสถานประกอบการ ทั้งการผลิตและการจัดจำหน่ายได้เป็นอย่างดี

1.1.6 มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ทั้งที่เป็นเครื่องมือการผลิตและเครื่องมือที่ช่วยในการค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต หรือนำมาพัฒนาคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ และการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.1.7 มีความสามารถนำวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมมาเป็นจุดขาย และการประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงความเป็นมา พัฒนาการ ของการผลิตมิด ตลอดจนแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์มีคุณค่าและคุณภาพ เป็นการสร้างความประทับใจ ความสนใจให้กับลูกค้าและเป็นการส่งเสริมการขายไปในตัว

1.1.8 มีประสบการณ์หรือได้รับรางวัลจากการเข้าร่วมแสดงสินค้า จะได้รับการยอมรับจากหน่วยงานที่มีมาตรฐาน เช่น OTOP งานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นตามจังหวัดต่างๆ โดยหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน

1.2 องค์ประกอบด้านความพร้อมด้านเงินทุนและงบประมาณ ซึ่งประกอบด้วย

1.2.1 มีเงินทุนและงบประมาณด้านการจัดซื้อวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต และสถานที่ในการผลิตและแสดงสินค้าอย่างเพียงพอ

1.2.2 มีเงินทุนและงบประมาณด้านการจ้างแรงงานที่มีฝีมือ คือ ช่างไม่มีฝีมือ คือ ลูกมือ การจ้างโรงงานผลิตบางชิ้นส่วนของมิดที่ผู้ประกอบการมีข้อจำกัดและการเช่าพื้นที่ในการสาธิต ผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างเพียงพอ

1.3 องค์ประกอบด้านความพร้อมวัสดุอุปกรณ์วิธีการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทั้งในส่วนของการค้นคว้าข้อมูลการผลิต การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่พร้อมใช้อยู่เสมอ ซึ่งประกอบด้วย

1.3.1 วัตถุดิบที่เป็นวัสดุที่ดีมีคุณภาพเหมาะสมในการผลิตมีด ทั้งใบมีด ด้ามมีด และส่วนประกอบต่างๆ และปลอก ฝัก ซองมีด ที่ไม่ทำให้มีดเกิดสนิม ตลอดจนบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงทนทาน สวยงาม สามารถป้องกันอันตรายให้กับผู้ผลิต ผู้สนใจ และลูกค้าได้เป็นอย่างดี และมีคุณภาพ

1.3.2 อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิตที่มีขีดความสามารถสูง ทนทาน สิ้นเปลืองน้อย บำรุงรักษาไม่ยาก และใช้ประโยชน์ได้เอนกประสงค์ในด้านต่างๆ เช่น การค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตจำหน่ายและพัฒนาการในวงการธุรกิจมีด การผลิตมีดที่มีคุณภาพและวิธีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจในรูปแบบต่างๆของธุรกิจมีด ตลอดจนสถานที่แสดงการสาธิตในการผลิตมีด และการถ่ายทอดทางอินเทอร์เน็ต สถานที่ผลิต และจัดแสดงสินค้าที่มีความชัดเจนเข้าถึงง่ายและมีที่มาที่ไป

1.4 องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการด้านการผลิตและการจัดจำหน่าย ซึ่งประกอบด้วย

1.4.1 มีการวางแผนดำเนินการอย่างถูกต้อง การตรวจสอบผล และการกำหนดเป็นแนวทางการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอน ถูกต้อง และบริหารจัดการด้านเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งทางด้านการดำเนินการ การควบคุม การตรวจสอบเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการผลิตอย่างมีคุณภาพ การกำหนดราคาอย่างเหมาะสม การจัดหาสถานที่ที่เหมาะสมในการผลิตจัดจำหน่าย และส่งเสริมการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งที่เป็นการวางสินค้าหน้าร้านและการแสดงสินค้าทางอินเทอร์เน็ต

1.4.2 มีเครือข่ายในการติดต่อประสานงานในกิจกรรมที่ใช้ เช่น เครื่องมือในการส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกัน ทั้งทางด้านการผลิตมีดที่มีคุณภาพและรูปแบบการส่งเสริมการจัดจำหน่ายที่แปลกใหม่น่าสนใจ ซึ่งสามารถจัดทำได้ในหลายรูปแบบ เช่น กลุ่ม ชมรม ศูนย์ฝึกอาชีพและสหกรณ์

1.4.3 มีความหลากหลายในการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มีดเพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้สนใจและลูกค้ามากขึ้น เช่น มีมีดทั้งกลุ่มเกษตรกรรม เช่น มีดตายหญ้า กลุ่มคุณภาพ เช่น มีดแล่ มีดหัน มีดสับกระดูก มีดกลุ่มอาวุธ เชิงอายุ เช่น อีเหน็บชายธง มีดซุ่ย มีดพร้าชนิดต่างๆ และมีดกลุ่มอื่นๆ เช่น มีดหมอ มีดตัดลูกนิมิต มีดดาบที่ใช้เป็นของที่ระลึกซึ่งจะสร้างความสนใจให้ลูกค้าที่เข้าชมร้านได้อย่างดี

2. รูปแบบของการพัฒนาคุณภาพกระบวนการผลิตมีดเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในกรุงเทพฯ ทุกองค์ประกอบส่งผลซึ่งกันและกันทุกองค์ประกอบ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ คือ

2.1 องค์ประกอบด้านศักยภาพ ความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของช่าง ส่งผลต่อองค์ประกอบด้านความพร้อมด้านเงินทุนและงบประมาณ ด้านความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ วิธีการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย และด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิตและจัดจำหน่าย

**องค์ประกอบการพัฒนาคุณภาพ
กระบวนการผลิตเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน
เชิงธุรกิจในกรุงเทพฯ**



2.2 องค์ประกอบด้านความพร้อมด้านเงินทุนและงบประมาณ ส่งผลต่อองค์ประกอบด้านศักยภาพ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของช่าง ด้านความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ วิธีการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย และด้านการบริหารจัดการด้านการผลิตและจัดจำหน่าย

2.3 องค์ประกอบด้านความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ วิธีการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ส่งผลต่อองค์ประกอบด้านศักยภาพ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของช่าง ด้านความพร้อม ด้านเงินทุนและงบประมาณและด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิตและจัดจำหน่าย

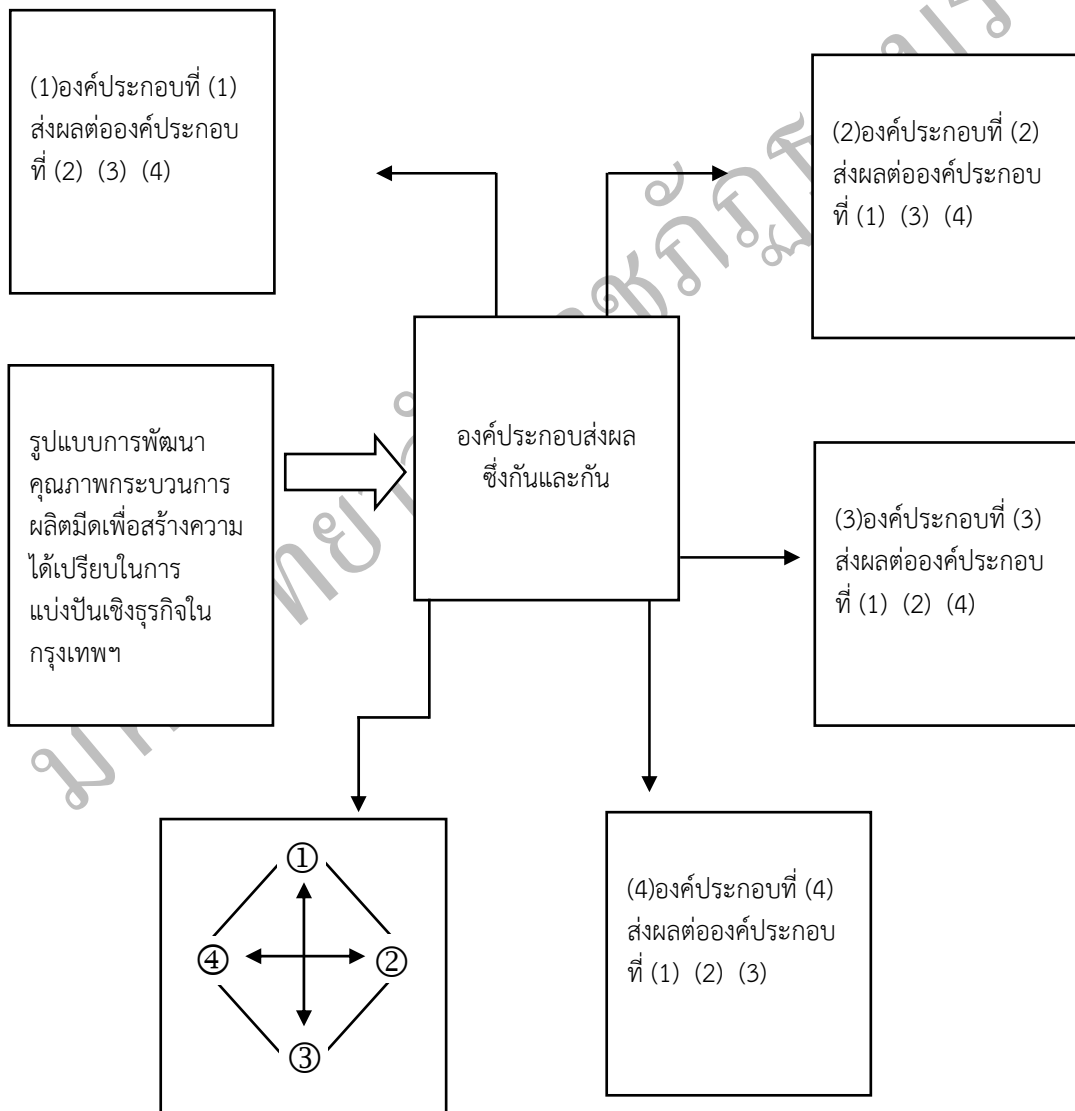
2.4 องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการด้านการผลิตและจัดจำหน่าย ส่งผลต่อองค์ประกอบในด้านศักยภาพ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของช่าง ด้านความพร้อมด้านเงินทุน และงบประมาณ และด้านความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ วิธีการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย

3. แนวทางในการพัฒนาคุณภาพกระบวนการผลิตมีดเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจในกรุงเทพฯ มีหัวข้อประเด็นสำคัญดังนี้ คือ

3.1 ในส่วนผู้ประกอบการหรือช่างมีด

3.2 ในส่วนของภาครัฐ

ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



3.1 ส่วนของผู้ประกอบการ/ช่างมีด

3.1.1 ควรเปิดรับข้อมูลใหม่ๆ เกี่ยวกับธุรกิจมีด ทั้งการผลิต และจัดจำหน่าย ตั้งแต่วัตถุดิบที่ใช้ กระบวนการผลิต ทั้งแบบงานร้อน (Forging Knives) และงานเย็น (Stock Remove Knives) เครื่องมือ วิธีการ อุปกรณ์ที่ทันสมัยใหม่ๆมาใช้ในการผลิตมีด เช่น เครื่อง CNC (Computer Numerical Control) เครื่องพ่นทราย และการใช้เลเซอร์ เทคนิควิธีการในการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการจัดจำหน่ายที่น่าสนใจอย่างครบวงจร

3.1.2 ควรพัฒนาทักษะในการผลิตอย่างสม่ำเสมอ ทั้งการผลิตมีดในแบบงานร้อน (Forging Knives) และงานเย็น (Stock Remove Knives) ตลอดจนพัฒนาความสามารถในการวัตถุดิบวัสดุอุปกรณ์ วิธีการ เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ ใช้ในการผลิตและจัดจำหน่ายอย่างมีคุณภาพและน่าสนใจ ตลอดจนสามารถถ่ายทอดความรู้ได้เป็นอย่างดี

3.1.3 ควรมีความรู้ความสามารถความเข้าใจในความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ในระดับที่สามารถนำไปใช้ในการแข่งขันเชิงธุรกิจได้เป็นอย่างดี

3.1.4 ควรมีวิธีในการนำเอากระบวนการผลิตมีดแบบโบราณ (Forging Knife) มาสร้างเป็นจุดขายในการยกระดับมีดจากอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ไปสู่งานศิลป์ อันเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าได้ด้วย

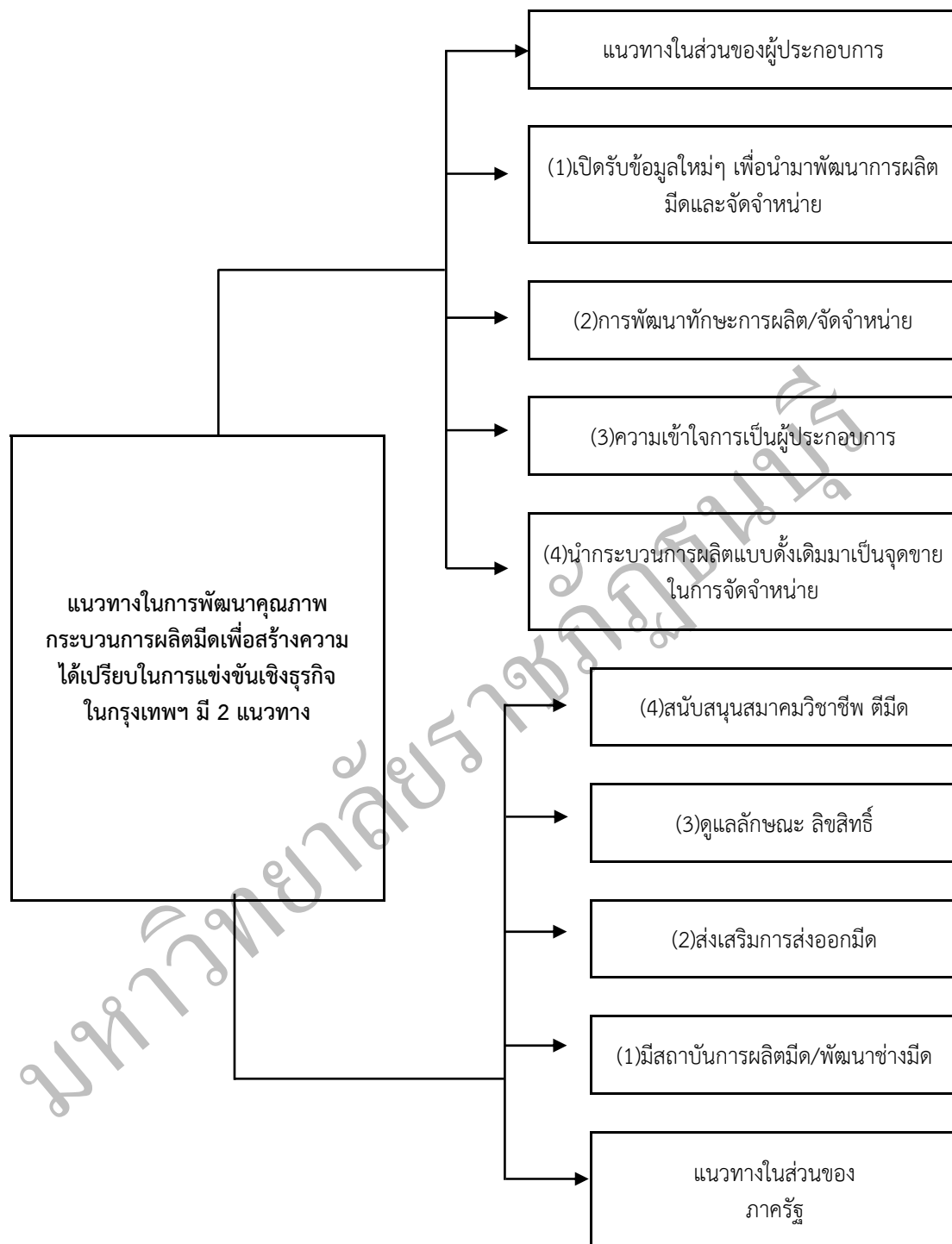
3.2 ในส่วนของภาครัฐ

3.2.1 ภาครัฐควรจัดให้มีสถาบันการผลิตและพัฒนาช่างมีดไทยและการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานรองรับเพื่อการผลิตมีดที่มีคุณภาพออกสู่การแบ่งปันระดับนานาชาติ

3.2.2 ภาครัฐควรส่งเสริมการส่งออกธุรกิจมีดไทยสู่ระดับนานาชาติ ในรูปแบบต่างๆ เช่น อุปกรณ์ และอะไหล่ทางการเกษตร มีดคหกรรมหรือมีดครัว มีดต่อสู้ โดยเฉพาะมีดที่แสดงความเป็นตัวตนประจำชาติของไทย ซึ่งครอบคลุมไปถึงพริก ดาบ ขวาน ทวน หอก ง้าว ปัก

3.2.3 ภาครัฐควรมีหน่วยงานคอยดูแลเรื่องลิขสิทธิ์ของมีดไทย โดยเฉพาะเพื่อมิให้ต่างชาตินำไปใช้แสวงหาผลประโยชน์ทางธุรกิจอย่างไม่เป็นธรรมและกีดกันทางการค้า

3.2.4 ภาครัฐควรจัดตั้งสมาคมวิชาชีพช่างมีดและผู้ประกอบการ ธุรกิจมีด ทั้งมีดนำเข้าและส่งออก เพื่อดูแลการประกอบวิชาชีพให้มีคุณภาพ มีเกียรติ ศักดิ์ศรี มีมาตรฐาน และมีคุณภาพเป็นที่เชื่อถือในระดับนานาชาติ



จากการสรุปผลของการวิจัยดังกล่าวข้างต้นของงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพกระบวนการผลิตมัตเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจในกรุงเทพฯ ซึ่งได้สรุปองค์ประกอบรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพกระบวนการผลิตมัตเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจไว้ว่า

1. องค์ประกอบมีทั้งหมด 4 องค์ประกอบ คือ
 - 1.1 ด้านศักยภาพ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของช่าง
 - 1.2 ด้านความพร้อมด้านเงินทุน และงบประมาณ
 - 1.3 ด้านความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์วิธีการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย
 - 1.4 ด้านการบริหารจัดการการผลิตและการจัดจำหน่าย
2. รูปแบบของการพัฒนาคุณภาพกระบวนการผลิตเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจในกรุงเทพฯ มีรูปแบบที่องค์ประกอบทุกองค์ประกอบส่งผลซึ่งกันและกันทั้งหมด คือ
 - 2.1 องค์ประกอบด้านศักยภาพความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของช่างส่งผลต่อองค์ประกอบด้านความพร้อมด้านเงินทุนและงบประมาณด้านความพร้อมของวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ วิธีการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย และด้านการบริหารจัดการ การผลิตและการจัดจำหน่าย
 - 2.2 องค์ประกอบด้านความพร้อม ด้านเงินทุน และงบประมาณ ส่งผลต่อองค์ประกอบด้านศักยภาพ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของช่าง ด้านความพร้อมของวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ วิธีการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย และด้านการบริหารจัดการ การผลิตและการจัดจำหน่าย
 - 2.3 องค์ประกอบด้านความพร้อมของวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ วิธีการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ส่งผลต่อองค์ประกอบด้านศักยภาพ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของช่าง ด้านความพร้อม ด้านเงินทุน และงบประมาณ และด้านการบริหารจัดการ การผลิตและการจัดจำหน่าย
 - 2.4 องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ การผลิตและการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อองค์ประกอบด้านศักยภาพความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของช่าง ด้านความพร้อมด้านเงินทุนและงบประมาณ และด้านความพร้อมของวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ วิธีการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่ได้ตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยได้อภิปรายผลดังนี้

1. องค์ประกอบของการพัฒนาคุณภาพกระบวนการผลิตเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจในกรุงเทพฯ ประกอบด้วย
 - 1.1 องค์ประกอบด้านศักยภาพ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของช่างในด้านต่างๆ คือ
 - 1.1.1 ต้องมีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในการผลิตมีดทุกขั้นตอนเป็นอย่างดี ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบที่จะมาเป็นส่วนประกอบต่างๆของมีดตลอดจนฝัก ซอง หรือปลอกมีด และบรรจุภัณฑ์

1.1.2 ต้องมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นผู้บุคลากร ลูกค้าหรือผู้สนใจได้อย่างเชี่ยวชาญ ถูกต้อง ทั้งในส่วนของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การใช้ทักษะในการผลิต การตรวจสอบคุณภาพกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ และการบริการวิชาการ จัดการด้านการผลิตและจัดจำหน่ายได้เป็นอย่างดี

1.1.3 ต้องมีคุณธรรมจริยธรรมจรรยาบรรณ ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ ตลอดจนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

1.1.4 ต้องมีความรู้ ในด้านการบริหารจัดการ เงินทุนและงบประมาณได้เป็นอย่างดี

1.1.5 ต้องมีความรู้เรื่องการจัดการ สถานประกอบการ ทั้งการผลิตและการจัดจำหน่ายได้เป็นอย่างดี

1.1.6 มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ทั้งที่เป็นเครื่องมือการผลิต และเครื่องมือที่ช่วยในการค้นคว้าข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตหรือนำมาพัฒนาคุณภาพ ผลิตภัณฑ์และการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.1.7 มีความสามารถนำวิธีการ ผลิตแบบดั้งเดิมมาเป็นจุดขาย และการประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงความเป็นมา พัฒนาการของการผลิตมีดี ตลอดจนแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์มีคุณค่าและคุณภาพเป็นการสร้างความประทับใจ ความสนใจให้กับลูกค้าและเป็นการส่งเสริมการขายไปในตัว

1.1.8 มีประสบการณ์หรือได้รับรางวัลจากการเข้าร่วมแสดงสินค้า จนได้รับการยอมรับจากหน่วยงานที่มีมาตรฐาน เช่น OTOP งานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นตามจังหวัดต่างๆ โดยหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน

จากการสรุปผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

คุณสมบัติของผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย หรือเป็นทั้งผู้ผลิตและจัดจำหน่ายด้วยนั้น จะต้องมีความรู้ ความสามารถในหลากหลายด้าน ซึ่งครอบคลุมทั้งการผลิตและการจัดจำหน่ายในธุรกิจที่ตนเองสนใจ และมีความสามารถซึ่งครอบคลุมในด้านการผลิต การถ่ายทอดข้อมูลให้ทั้งบุคลากรของตนเอง เช่น การสอนงาน การให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและน่าสนใจต่อลูกค้า การมีจรรยาบรรณวิชาชีพ ความพร้อมด้านเงินทุน การจัดการสถานประกอบการ การให้เทคโนโลยีในการผลิตสมัยใหม่ เพื่อเพิ่มคุณภาพ วัน เวลา และความเหนื่อยล้าในการทำงาน ตลอดจนมีความสามารถที่จะใช้วิธีการผลิตแบบโบราณดั้งเดิมมาสร้างเป็นจุดขาย ยกกระตือรือร้นสินค้า จากการเป็นเพียงเครื่องมือชนิดหนึ่งสู่ระดับความเป็นศิลปะ และการได้รับการรับรอง รางวัล ล้วนแล้วแต่เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ประกอบการทั้งสิ้น และเมื่อเกิดความน่าเชื่อถือก็จะสามารถสร้างความสนใจให้กับลูกค้า โอกาสที่จะได้ลูกค้าเพิ่มขึ้นก็จะสูงขึ้นอีกด้วย ซึ่งหากผู้ประกอบการมีคุณสมบัติดังกล่าวก็น่าจะสามารถสร้างความได้เปรียบในการทำธุรกิจได้ไม่ยากนัก เพราะนี่เป็นการรวมทั้งศาสตร์และศิลป์ไว้ในตัวของผู้ประกอบการ สอดคล้องกับ สมคิด บางโม จากหนังสือการเป็นผู้ประกอบการเรื่อง โอกาสในการประกอบอาชีพทางธุรกิจ

สมคิด บางโม การเป็นผู้ประกอบการ Enterpreneurship พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์เอส เค บั๊ค 2559 หน้า 4-5 ซึ่งได้กล่าวว่า การประกอบธุรกิจเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ นั้น

คือ การประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในหลักธุรกิจ และสามารถนำความรู้นั้นไปใช้อย่างมีศิลปะ มีความเชี่ยวชาญ เกิดความพึงพอใจแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ซึ่งในปัจจุบันต้องอาศัยความชำนาญเฉพาะด้าน เพราะผลผลิตจะได้ออกมาอย่างมีคุณภาพ ผู้อยู่ในแรงงานด้านธุรกิจจะต้องมีหน้าที่เกี่ยวกับแขนงใดแขนงหนึ่งดังต่อไปนี้ คือ การผลิต การตลาด การเงิน การบัญชี และการจัดการงานบุคคล

คุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ดี มี 7 ประการ ดังนี้คือ

1. มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความเป็นผู้นำ ความรักอิสระ ไม่อยากเป็นลูกจ้างใคร แม้จะล้มเหลวก็ไม่ย่อท้อ แก้ไขแล้วสู้ต่อไปไม่ละทิ้ง
2. กล้าตัดสินใจ กล้าเสี่ยง
3. พร้อมทำงานหนัก อดทน ขยัน เพราะการทำธุรกิจต้องเอาใจใส่ตลอดเวลา
4. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี อธิบายคดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ สนใจบุคคลทั่วไปโดยเฉพาะลูกค้า
5. มีความรู้เกี่ยวกับกิจการที่ตนประกอบการ และหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อปรับปรุงกิจการของตน
6. ต้องมีทุนอยู่จำนวนหนึ่งในการประกอบการ ไม่ใช่กู้จากสถาบันการเงินทั้งหมด
7. มีความรับผิดชอบและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ผู้เกี่ยวข้องและสังคมจึงจะเจริญรุ่งเรืองและยั่งยืน

1.2 องค์ประกอบด้านความพร้อมด้านเงินทุนและงบประมาณในการทำธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย

1.2.1 มีเงินทุนและงบประมาณด้านการจัดซื้อวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร ที่ใช้ในการผลิต และสถานที่ในการผลิตและแสดงสินค้าอย่างเพียงพอ

1.2.2 มีเงินทุนและงบประมาณด้านการจ้างแรงงานที่มีฝีมือ คือ ช่าง ไม่มีฝีมือ คือ ลูกมือ การจ้างโรงงานผลิตบางชิ้นส่วนของมีดที่ผู้ประกอบการมีข้อจำกัดและการเข้าพื้นที่ในการสาธิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างเพียงพอ

จากการสรุปผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายได้ดังนี้

ในการทำธุรกิจแทบทุกประเภทจำเป็นต้องใช้เงินทุนเพื่อนำมาคำนวณการจัดทำงบประมาณค่าใช้จ่าย กำไร ขาดทุน นอกจากนี้เงินทุนยังเป็นดัชนีบ่งชี้ความมั่นคงในการประกอบธุรกิจอีกด้วย ซึ่งแหล่งเงินทุนโดยคร่าวๆ ก็มี 2 ที่มาหลัก คือ เงินส่วนตัว และเงินกู้

ในการทำธุรกิจเกี่ยวกับมีดก็เช่นกัน เงินทุน และงบประมาณ ก็มีความสำคัญอย่างน้อยๆ หากรู้จำนวนเงินทุนคร่าวๆก็จะทำให้การจัดการแบ่งปันส่วน งบประมาณ ก็จะทำได้อย่างมีทิศทางมากขึ้น และมีความรอบคอบมากขึ้น ทั้งรายรับและรายจ่าย ขาดทุนคummุนและกำไร ก็จะสามารถบริหารจัดการได้ง่ายขึ้น

เงินทุนในการทำธุรกิจมีดนั้น สามารถแบ่งได้ 3 กลุ่ม คือ เงินทุนของผู้ประกอบการทั้งหมด เงินกู้ทั้งหมด หรือเงินทุนประเดิม ส่วนหนึ่งผสมกับเงินกู้ ซึ่งจำเป็นที่จะต้องบริหารจัดการอย่างรอบคอบ ต้องกำหนดความชัดเจนของงบประมาณที่จะใช้จ่ายให้ชัดเจนว่าส่วนใดเป็นเรื่องการ

จัดซื้อจำนวนเท่าไร ซื้ออะไรบ้าง ส่วนไหนเป็นการจัดจ้างใครมาทำอะไรให้และจำนวนเท่าไร ในการทำธุรกิจก็จะแบ่งเป็นงบประมาณที่จะใช้ในการจัดซื้อและการจ้างเช่นกัน

ในการซื้อก็จะมีการกำหนดไว้คร่าวๆว่า จะซื้ออะไร เอามาทำอะไร จำนวนเท่าไร มีงบประมาณเท่าไร เช่น ซื้อวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือช่าง เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต สถานที่ในการผลิต และการแสดง การโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า ฯลฯ ในการจัดจ้างก็จะกำหนดงบประมาณในด้านการจ้างช่างซึ่งเป็นแรงงานมีฝีมือ การจ้างลูกมือซึ่งเป็นแรงงานไม่มีฝีมือ หรือการจ้างโรงงานผลิตชิ้นส่วนบางชิ้นที่ผู้ประกอบการมีข้อจำกัดไม่สามารถดำเนินการเองได้

สิ่งเหล่านี้ต้องอาศัยเงินทุนและงบประมาณที่ชัดเจนเรื่องค่าใช้จ่ายเพื่อจะได้วางแผนธุรกิจได้ถูกต้อง และไม่สิ้นเปลืองโดยใช้เหตุผลตลอดจนช่วยให้สามารถวางแผนการตลาดได้โดยมีความเสี่ยงต่ำ สอดคล้องกับ กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ ซึ่งได้แสดงความคิดเห็นไว้ใน กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ : การจัดหาเงินทุนของธุรกิจ SMEs 2561 หน้า 1-6 โดยจัดหาเงินทุนของธุรกิจ SMEs ซึ่งได้กล่าวว่า

การกำหนดความต้องการทางการเงิน

การกำหนดความต้องการทางการเงินของ SMEs ที่กำลังจะเปิดดำเนินการหรือ SMEs ที่เปิดดำเนินการอยู่แล้วจะต้องยึดหลักสำคัญเพื่อให้เกิดการบริหารการเงินที่มีประสิทธิภาพโดยการระบุค่าใช้จ่ายดำเนินงานและการประเมินข้อผูกพันทางการเงินส่วนบุคคลที่มีอยู่

ความต้องการทางการเงินของ SMEs จะวนเวียนอยู่รอบๆ ความต้องการที่สัมพันธ์ซึ่งกันและกันสามประเภท คือ เงินทุนในการจัดตั้งธุรกิจ เงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ และเงินทุนในการดำเนินงาน ความต้องการสองประเภทแรกมุ่งที่ระยะเวลาก่อนการเริ่มต้นดำเนินงาน ในขณะที่เงินทุนในการดำเนินงานอาจจะเป็นที่ต้องการ ณ จุดใดๆ ก็ได้ในระหว่างช่วงชีวิตของธุรกิจ

ความต้องการเงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ

นอกเหนือจากความต้องการเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจแล้ว เงินทุนที่ธุรกิจต้องการอีกประเภทหนึ่ง คือ ความต้องการเงินทุนเพื่อทำธุรกิจเริ่มต้นได้ แรงงาน การส่งเสริมการขาย วัสดุสำนักงาน เครื่องใช้ที่ต้องตกแต่งใหม่ และรายการอื่นๆ ที่แตกต่างกันซึ่งจะต้องจัดซื้อ ค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้นธุรกิจเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในทันทีทันใดก่อนการเปิดกิจการ ลักษณะที่เด่นชัดของค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้นธุรกิจ คือ ค่าใช้จ่ายที่มักจะเกิดขึ้นเฉพาะเมื่อเริ่มต้นธุรกิจและจะไม่เกิดขึ้นอีกในปีต่อไป

ความสำคัญของค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้นธุรกิจจะขยายขอบเขตออกไปมากขึ้นเนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่าทั้งรายรับและรายจ่ายมักจะเปลี่ยนแปลงได้มากในระหว่างช่วงเวลาที่เริ่มต้นธุรกิจ ลักษณะและขอบเขตของความต้องการสินค้าและบริการของธุรกิจ จังหวะเวลาการขาย และระดับของรายจ่ายที่เหมาะสม ในระหว่างระยะของการทดลองดูนี้มักจะปรากฏรายจ่ายสูงกว่ารายรับและการหมุนเวียนของเงินสดจะเป็นปัญหา ดังนั้น เงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจอาจจะเป็นที่ต้องการเพื่อให้คุ้มค่าใช้จ่ายเหล่านี้และช่วยให้ธุรกิจดำเนินงานได้ตลอดระยะเวลาสามถึงหกเดือนแรก

ความต้องการเงินทุนในการดำเนินงาน

ตลอดชีวิตของธุรกิจจะมีความต้องการการจัดหาเงินทุนเป็นบางโอกาส ผู้ประกอบการอาจจะต้องการที่จะรักษาเสถียรภาพของเงินสดรับและเงินสดจ่าย ขยายการดำเนินงาน หรือช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้ตลอดเวลาที่เกิดความยุ่งยาก

ในขณะที่ผู้ประกอบการผ่านขั้นตอนการจัดตั้งและการเริ่มต้นธุรกิจโดยตลอดได้ค่อนข้างรวดเร็ว ความต้องการเงินทุนในการดำเนินงานสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดชีวิตของธุรกิจ

การใช้เงินทุนในการดำเนินงานที่ปกติธรรมดาที่สุด คือ เพื่อที่จะเอาชนะปัญหาการหมุนเวียนของเงินสด เพื่อช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดในช่วงที่เผชิญกับความตกต่ำ และเพื่อการขยายตัวทางการเงิน ธุรกิจเกือบทุกแห่งจะต้องเคยประสบกับปัญหาการหมุนเวียนของเงินสดในบางเวลาไม่ช้าก็เร็ว เงินสดรับไม่เพียงพอกับเงินสดจ่ายและธุรกิจจะต้องอาศัยเงินสดสำรองหรือการจัดหาเงินจากภายนอก เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างเงินสดรับกับเงินสดจ่าย ในกรณีที่ลักษณะเช่นนี้กลายเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นบ่อยๆ แล้วก็อาจจะจำเป็นต้องปรับปรุงโครงสร้างเงินทุนของธุรกิจเสียใหม่ นั่นคือความสมดุลระหว่างการก่อหนี้กับการลงทุนของเจ้าของธุรกิจ

ความต้องการเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน เช่น เพื่อที่จะเอาชนะความตกต่ำของธุรกิจ การถดถอยของเศรษฐกิจ การสูญเสียลูกค้ารายสำคัญไป ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจ ธุรกิจอาจจะต้องการเงินทุนเพื่อช่วยให้การดำเนินงานต่อเนื่องไปได้ หรือเพื่อที่จะวางตำแหน่งของธุรกิจขึ้นใหม่ในตลาด

สรุปประเด็น

การกำหนดความต้องการทางการเงินของ SMEs ที่กำลังจะเปิดดำเนินการหรือ SMEs ที่เปิดดำเนินการอยู่แล้วจะต้องยึดหลักสำคัญเพื่อให้เกิดการบริหารการเงินที่มีประสิทธิภาพโดยการระบุนำค่าใช้จ่ายดำเนินงานและการประเมินข้อผูกพันทางการเงินส่วนบุคคลที่มีอยู่

ความต้องการทางการเงินของ SMEs จะวนเวียนอยู่รอบๆ ความต้องการที่สัมพันธ์ซึ่งกันและกันสามประเภท คือ เงินทุนในการจัดตั้งธุรกิจ เงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ และเงินทุนในการดำเนินงาน ความต้องการสองประเภทแรกมุ่งที่ระยะเวลาก่อนการเริ่มต้นดำเนินงาน ในขณะที่เงินทุนในการดำเนินงานอาจจะเป็นที่ต้องการ ณ จุดใด ก็ได้ในระหว่างช่วงชีวิตของธุรกิจ

เมื่อมีการตัดสินใจเกี่ยวกับความต้องการเงินทุนแล้ว ผู้ประกอบการจะต้องระบุแหล่งเงินทุนที่อาจจะเป็นไปได้ การจัดหาเงินเป็นเรื่องยากที่จะได้รับและมีประเภทเงินทุนที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด โดยขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจ สถานการณ์ทางการเงินปัจจุบัน จำนวนของเงินทุนที่ต้องการ และตัวแปรอื่นๆ และสิ่งที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน คือ เงินทุนแต่ละประเภทจะเสนอค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์ที่มีลักษณะเฉพาะซึ่งอาจจะเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมกับธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง ความเข้าใจแหล่งเงินทุนแหล่งต่างๆ และความเชื่อถือได้สำหรับธุรกิจเป็นกุญแจนำไปสู่การก่อให้เกิดเงินทุนและการบริหารการเงินที่ประสบความสำเร็จการจัดหาเงินทุนที่สำคัญสองประเภท คือ การจัดหาเงินโดยการก่อหนี้และการจัดหาเงินจากส่วนของเจ้าของ

หทัยรัตน์ เส็งนา ได้กล่าวว่า การจัดหาเงินทุน องค์การธุรกิจสามารถจัดหาทุนเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินการตามระยะเวลาได้ 2 ประเภท คือ

เงินทุนระยะสั้น (Short Term Financing) หมายถึง เงินทุนที่องค์การธุรกิจจัดหาเพื่อใช้ดำเนินงานมีกำหนดระยะเวลาจ่ายคืนไม่เกิน 1 ปี ได้แก่ การจัดหาทรัพย์สินหมุนเวียน จ่ายเงินเดือนพนักงาน ซื้อวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตแหล่งในการจัดหาเงินทุนระยะสั้น ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ การจัดหาเงินทุนระยะสั้นจากธนาคารพาณิชย์ขององค์การ การเบิกเงินเกินบัญชีธนาคาร คือ องค์การธุรกิจมีบัญชีเงินฝากธนาคารประเภทกระแสรายวัน เมื่อองค์การธุรกิจมีความต้องการเงินทุนระยะสั้นสามารถทำข้อตกลงกับธนาคารขอเบิกเงิน

1.3 องค์ประกอบด้านความพร้อมของวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ วิธีการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทั้งในส่วนของการค้นคว้าข้อมูลการผลิต การจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ที่พร้อมใ้ใช้อยู่เสมอ ซึ่งประกอบด้วย

1.3.1 วัตถุดิบที่เป็นวัสดุที่ดีมีคุณภาพ เหมาะสมในการผลิตมีด ทั้งใบมีด ด้ามมีด และส่วนประกอบต่างๆ และปลอก ฝัก ซองมีด ที่ไม่ทำให้ใบมีดเกิดสนิม ตลอดจนบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงทนทาน สวยงาม สามารถป้องกันอันตรายให้กับทั้งผู้ผลิต ผู้สนใจ และลูกค้าได้เป็นอย่างดี และมีคุณภาพ

1.3.2 อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ ในการผลิตที่มีขีดความสามารถสูง ทนทาน สิ้นเปลืองน้อย บำรุงรักษาไม่ยาก และใช้ประโยชน์ได้เอนกประสงค์ ในด้านต่างๆ เช่น การค้นคว้า ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิต จำหน่าย และพัฒนาการในวงการธุรกิจมีด การผลิตมีดที่มีคุณภาพ และวิธีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจในรูปแบบต่างๆของธุรกิจมีด ตลอดจนสถานที่แสดงการสาธิตในการผลิตมีด และจัดแสดงสินค้าที่มีความชัดเจน เข้าถึงง่าย และมีที่มาที่ไป

จากสรุปผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การประกอบการธุรกิจมีดจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ วัสดุอุปกรณ์ วิธีการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ตลอดจนสถานที่ในการทำธุรกิจ ทั้งทางด้านการผลิตและการจัดจำหน่าย ตลอดจนใช้ในการศึกษาค้นคว้าข้อมูลใหม่ๆ ความเคลื่อนไหว วิวัฒนาการความเปลี่ยนแปลงในธุรกิจมีด ซึ่งเกิดขึ้นตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการค้นพบการใช้วัตถุดิบหรือวัสดุใหม่ๆ ในการผลิต การใช้วิธีการเทคโนโลยีต่างๆที่น่าสนใจในการจัดจำหน่าย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ผู้ประกอบการต้องเอาใจใส่อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่วัสดุ อุปกรณ์ เทคโนโลยี เครื่องจักร เครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ผลิตมีด บรรจุภัณฑ์ เครื่องมือช่างชนิดต่างๆ เช่น เครื่อง เจาะ ตัด ชัด เจียร ตลอดจนช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ วิธีการใหม่ๆ ที่น่าสนใจ ซึ่งมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ก็เพื่อให้ได้สินค้าดีมีคุณภาพ ราคายอมรับได้ เป็นที่ต้องการของลูกค้า และผู้ประกอบการสามารถอยู่ได้ ซึ่งหากมุ่งไปที่การผลิตซึ่งต้องให้ความสำคัญตั้งแต่สถานที่ เนื่องจากการผลิตมีดมีทั้งเสียงดัง ฝุ่น ไอ สารเคมี แสงไฟจากอุปกรณ์เตาเผาเหล็ก จึงจำเป็นต้องมีความพร้อมด้านนี้ รวมถึงวัสดุอุปกรณ์ เทคโนโลยีอื่นๆ ที่ช่วยเพิ่มคุณภาพ ความงาม และจำนวน ไปพร้อมๆ กันกับการลด ความผิดพลาด ความเหนียวเหนียว และลดของเสียจากการผลิต หากจะกล่าวถึง บทบาทขององค์ประกอบนี้ก็การจัดจำหน่ายก็สามารถกล่าวได้ว่า ปัจจุบันเทคโนโลยีสำคัญที่นำมาใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ น่าสนใจมากขึ้น ทำให้ลูกค้าเข้าถึงมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นยูทูป แอปพลิเคชัน Line Facebook อินทราแกรม ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องตาม

ให้ทัน และใช้ประโยชน์ให้ได้ จึงจะถึงให้ได้เปรียบในการทำการแข่งขันเชิงธุรกิจได้ไม่ยาก นอกจากนี้เทคโนโลยีบางตัวยังสามารถใช้หาข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์และน่าสนใจน่าติดตามได้เป็นอย่างดีอีกด้วย เช่น ยูทูบ เป็นต้น และในส่วนของโรงงานผลิตมีดนั้นหากสามารถทำให้ลูกค้าเข้าถึงก็ควรจะต้องมีรางวัลที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ติดตัวหรือข้างฝาไว้เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการใช้บริการหรือซื้อได้อย่างมั่นใจ

ประโยชน์ของอุปกรณ์สำนักงาน เครื่องใช้สำนักงานให้ประโยชน์แก่หน่วยงานสำนักงานเป็นอย่างมาก พอจะสรุปได้ดังนี้

1. ช่วยให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย งานที่ผลิตได้นั้นจะดูแลเป็นระเบียบ อ่านง่าย ชัดเจน มีประสิทธิภาพ
2. ช่วยลดต้นทุน และค่าใช้จ่าย งานเอกสารที่ทำได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ จะทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย และลดต้นทุนในการผลิตลง
3. ช่วยให้เกิดความสวยงาม งานที่ผลิตด้วยเครื่องใช้สำนักงาน ย่อมแลดูดีกว่างานที่ผลิตด้วยมือ มีความสม่ำเสมอ และจัดได้อย่างมีระเบียบ
4. ช่วยลดความเบื่อหน่ายและเมื่อยล้า งานบางอย่างนั้นต้องทำซ้ำๆ จำเจ ทำให้เกิดการเบื่อหน่าย และความเมื่อยล้าได้ หากได้นำเอาเครื่องใช้สำนักงานมาช่วยแบ่งเบาภาระได้จะทำให้ลดความเมื่อยล้าได้
5. ช่วยในการควบคุมและตรวจทาน งานบางอย่างอาจลดการตรวจทานลงไปได้ เช่น การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการคำนวณ การพิมพ์เช็คให้ลูกค้า จะเสียเวลาในการตรวจทานครั้งแรกเพียงครั้งเดียว

ความสำคัญของเทคโนโลยี เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสิ่งที่จำเป็นและเป็นที่ยอมรับในยุคปัจจุบัน และเป็นยุคที่หน่วยงานต่างๆ เห็นความจำเป็นและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในกาบริหารงาน การบริหารงานและการตัดสินใจ ซึ่งในหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งในวงการธุรกิจ อุตสาหกรรม และการศึกษา ต้องมีข้อมูลสารสนเทศที่ดีโดยมีกระบวนการจัดการผ่านคอมพิวเตอร์ การจัดเก็บ การประมวลผล การเรียกใช้และการสื่อสารสารสนเทศ รวมทั้งการแลกเปลี่ยนและการใช้ทรัพยากรสารสนเทศร่วมกันให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ ซึ่งความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศมีนักการศึกษาได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศไว้ดังนี้ สุริยา นทีศิริกุล (2546 : 17) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศสรุปได้ดังนี้

- ช่วยในการจัดระบบข่าวสารจำนวนมหาศาลของแต่ละวัน
- ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสารสนเทศ เช่น การคำนวณตัวเลขที่ยุ่งยาก ซับซ้อน การจัดเรียงลำดับ สารสนเทศ ฯลฯ
- ช่วยให้ผู้สามารถเก็บสารสนเทศไว้ในรูปที่สามารถเรียกใช้ได้ทุกครั้งอย่างสะดวก
- ช่วยให้ผู้สามารถจัดระบบอัตโนมัติ เพื่อการจัดเก็บประมวลผลและเรียกใช้สารสนเทศ
- ช่วยในการเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพมากขึ้น

- ช่วยในการสื่อสารระหว่างกันได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ลดอุปสรรคเกี่ยวกับเวลา และระยะทาง โดยการใช้ระบบโทรศัพท์และอื่นๆ

จ่านง ภูมิพันธ์ (2533 : 47) ได้กล่าวถึงความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ สรุปได้ ดังนี้

1. สารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อความสำเร็จของกิจกรรมหลายประเภท จำเป็นต้องมีวิธีการจัดการที่มีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับการจัดการทรัพยากรอื่นๆ

2. เทคโนโลยีสารสนเทศมีผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินงานขององค์กรเป็นอย่างมาก จึงต้องมีวิธีการที่เหมาะสมสำหรับการจัดหาระบบสารสนเทศและการใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง

3. เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

4. ผู้บริหารควรมีความรู้ ความเข้าใจเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อจะได้มีส่วนร่วมและสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้ได้ประโยชน์

5. ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทำให้มีทางเลือกหลายทาง จำเป็นต้องมีการศึกษานโยบาย วัตถุประสงค์และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานและองค์การเพื่อช่วยในการตัดสินใจ

6. เทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันถือเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งขององค์การ ซึ่งมีผลกระทบต่อการจัดองค์กร

วิดีโอ YouTube เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ

(<https://sites.google.com/site/ghotsass4/home/khwam-sakhay-khxng-thekhnoloyi>)

1.4 องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ การผลิตและการจัดจำหน่าย ซึ่งประกอบด้วย

1.4.1 มีการวางแผนดำเนินการอย่างถูกต้อง การตรวจสอบผลและการกำหนดเป็นแนวทางการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอน ถูกต้อง และบริหารจัดการด้านเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งทางด้านดำเนินการ การควบคุม การตรวจสอบเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการผลิตอย่างมีคุณภาพ การกำหนดราคาอย่างเหมาะสม การจัดหาสถานที่ที่เหมาะสมในการผลิตจัดจำหน่าย และส่งเสริมการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งที่เป็นการวางสินค้าหน้าร้าน และการแสดงสินค้าทางอินเทอร์เน็ต

1.4.2 มีเครือข่ายในการติดต่อประสานงานในกิจกรรมที่ใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกัน ทั้งทางด้านการผลิตที่มีคุณภาพและรูปแบบการส่งเสริมการจัดจำหน่ายที่แปลกใหม่ น่าสนใจ ซึ่งสามารถจัดทำได้ในหลายรูปแบบ เช่น กลุ่ม ชมรม ศูนย์ฝึกอาชีพและสหกรณ์

1.4.3 มีความหลากหลายในการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มีดีเพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้สนใจและลูกค้ามากขึ้น เช่น มีมีดีทั้งกลุ่มเกษตรกร เช่น มีดีตายหญ้า กลุ่มคหกรรม เช่น มีดีแล้ มีหั่น มีดีสับกระดุก มีดีกลุ่มอาวุธ เชิงอาวุธ เช่น อีเหน็บ ซายธง มีดีชุย มีดีพริ้ว ชนิดต่างๆ

และมีดกลุ่มอื่นๆ เช่น มีดหมอ มีดตัดลูกนิมิต มีดดาบ ที่ใช้เป็นของที่ระลึกซึ่งจะสร้างความสนใจให้ลูกค้าที่เข้าชมร้านได้อย่างดี

จากสรุปผลงานวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

สิ่งหนึ่งที่จะทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันได้คือ การบริหาร ซึ่งในธุรกิจมีดการบริหารด้านการผลิตที่ดีจะช่วยให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพ ราคาควบคุมได้ เป็นที่ต้องการของลูกค้า และง่ายต่อการดำเนินการผลิต ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยทำให้ประหยัดต้นทุน ได้สินค้าที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการ งานเสร็จทันเวลา ความปลอดภัยสูง และน่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกันกับ สมคิด บางโม (สมคิด บางโม : การเป็นผู้ประกอบการ Entrepreneurship พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์ SK book 2559 หน้า 89-100) ได้กล่าวไว้ดังนี้

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มีองค์ประกอบที่ต้องคำนึงถึง ดังนี้

1. รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้ เช่น ลักษณะ รูปแบบ สี สัน บรรจุหีบห่อ ตราสินค้า เป็นต้น
 2. คุณสมบัติที่คาดหวัง หมายถึง กลุ่มคุณสมบัติหรือเงื่อนไขที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะได้รับและใช้เป็นข้อตัดสินใจในการซื้อ เช่น อาหารต้องสะอาด สด อร่อย เป็นต้น
 3. ประโยชน์พลอยได้ หมายถึง ประโยชน์เพิ่มเติม หรือบริการที่ผู้ซื้อจะได้ควบคู่ไปกับการซื้อ เช่น ส่งถึงบ้าน การรับประกัน การติดตั้ง (เช่น เครื่องปรับอากาศ) หรือบริการอื่นๆ เป็นต้น
 4. ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ส่วนของผลิตภัณฑ์มีการพัฒนาไป หรือเปลี่ยนแปลงไปเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้าในอนาคต เช่น หม้อหุงข้าวไม่ล้น หุงข้าวเหนียวได้ โทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้ติดต่อ ดูรายการโทรทัศน์ ถ่ายรูป และมี Option อื่นๆ อีกหลายอย่าง เป็นต้น
- ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตสินค้า จะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวข้างต้นด้วย

การบริหารการผลิต

การบริหารการผลิตสินค้ามีขั้นตอนที่สำคัญ ดังนี้

1. การวางแผนการผลิต
2. ระบบการผลิต
3. การควบคุมการผลิต
4. การเพิ่มผลผลิต
5. การควบคุมสินค้าคงเหลือ

การวางแผนการผลิต

การวางแผนการผลิต หมายถึงการจัดกำหนดการทำงานไว้ล่วงหน้าของหน่วยงานต่างๆ เครื่องมือ เครื่องจักร และระบบการผลิต เพื่อทำการผลิตสินค้าและบริการ การวางแผนการผลิตจะต้องมีกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

1. การพัฒนาแนวคิดของสินค้าและบริการ
2. การวิเคราะห์ตลาดเบื้องต้น
3. การออกแบบสินค้าและบริการ
4. การออกแบบการผลิตและบริการ
5. การวางแผนระบบการผลิต
6. การผลิตสินค้าและบริการออกสู่ตลาด

บทสรุป

ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ผู้ประกอบการจะผลิตขึ้นจำหน่ายนั้นจะต้องมีคุณภาพตามที่ผู้บริโภคต้องการ ดังนั้นต้องทราบองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ การศึกษาวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์จะช่วยให้ตัดสินใจได้ถูกต้อง ตลอดจนหลักการผลิตสินค้าใหม่ควรทำอย่างไร การผลิตที่ดีให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและต้นทุนต่ำจำเป็นจะต้องอาศัยความรู้ในทางการบริหารการผลิตด้วย องค์ความรู้ต่างๆ เหล่านี้ผู้ประกอบการการผลิตจะต้องสนใจศึกษาด้วย จะอาศัยแต่ความคิดเดิมๆ ของตนย่อมไม่เพียงพอ การสร้างความเชื่อถือแก่ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญในปัจจุบัน เพราะผู้บริโภครุ่นใหม่สนใจเรื่องนี้เป็นพิเศษ ใช้เป็นเครื่องมือตัดสินใจในการซื้อ

ในส่วนของการจัดจำหน่ายนั้นก็ต้องอาศัยช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความน่าสนใจหลากหลาย และน่าเชื่อถือซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในสินค้าที่เราจะขาย ผู้ประกอบการเองจึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาข้อมูลด้านการตลาด และการจัดจำหน่ายให้เข้าใจเพื่อจะได้นำมาใช้ในการแข่งขันเชิงธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในตลาดปัจจุบัน และแนวโน้มของตลาดในอนาคต เพื่อเป็นแนวทางในการทำธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพต่อไปซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อความมั่นคงของธุรกิจโดยรวมอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสมคิด บางโม (สมคิด บางโม : การเป็นผู้ประกอบการพัฒนาคุณภาพกระบวนการผลิตมีดีเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจ ในกรุงเทพฯ, หน้า 113-134) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า

แนวความคิดทางการตลาด

ในสมัยแรกๆ การดำเนินการทางธุรกิจจะเน้นเฉพาะการผลิต โดยมุ่งผลิตสินค้าให้มากที่สุดเพราะตลาดไม่จำกัดและการแข่งขันยังมีน้อย ต่อมาการประกอบธุรกิจมีการขยายตัวมากขึ้น ความสามารถทางการผลิตมีสูงมาก ทำให้การขายไม่ทันต่อการผลิตจึงจำเป็นต้องใช้การโฆษณาเข้ามาช่วย เพิ่มพนักงานขายให้มากขึ้น มีการจำหน่ายให้กว้างขวาง ดังนั้นความสนใจด้านการตลาดจึงเพิ่มมากขึ้นและสำคัญขึ้นเป็นลำดับแนวความคิดเกี่ยวกับการตลาดมีส่วนประกอบสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

1) ความสำคัญของลูกค้า ความต้องการของลูกค้าจะเป็นตัวกำหนดผลิตภัณฑ์ว่าผู้ผลิตควรผลิตอะไร มีคุณภาพอย่างไร ปัจจุบันนี้ถือว่าลูกค้าเป็นบุคคลสำคัญที่สุด บางครั้งถึงกับกล่าวว่าลูกค้าคือพระราชา (Consumer is the king)

2) ความสำคัญของกำไร จุดมุ่งหมายประการสำคัญของธุรกิจคือกำไรสูงสุด แต่ธุรกิจจะต้องอยู่ได้ตลอด ไปด้วย มิใช่กำไรสูงสุดในระยะสั้นๆ แล้วเลิกกิจการไป นอกจากนี้กำไรยังต้องสอดคล้องกับความต้องการของสังคมด้วย โดยจัดหาสินค้าที่มีคุณภาพดีมาบริการ

3) การประสานงานทางการตลาด ได้แก่ การนำเอาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การโฆษณา และการขายมาประกอบพร้อมกัน ประสานกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเป็นวงจร แนวความคิดทางการตลาดจะเน้นสิ่งสำคัญคือ พนักงานทางการตลาดซึ่งจะเป็นจุดเริ่มต้นของวงจรการผลิต ฝ่ายการตลาดจะต้องศึกษาให้รู้ว่าลูกค้าต้องการอะไรเพื่อฝ่ายผลิตจะได้ผลิตให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

บทสรุป

การตลาดเป็นระบบกิจกรรมที่จะทำให้สินค้าและบริการไปถึงผู้บริโภค การตลาดที่มีประสิทธิภาพจะต้องประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ คือ การวิจัยตลาด เพื่อทราบความต้องการของผู้บริโภค การวางแผนการตลาด เพื่อผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และจำหน่ายได้จำนวนมากและรวดเร็ว การส่งเสริมการขาย เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักในตลาดและการกระตุ้นให้ผู้บริโภคต้องตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่ายเป็นขั้นตอนที่จัดให้สินค้าไปถึงผู้บริโภคในเวลาและสถานที่ที่ต้องการ ขั้นตอนสุดท้ายคือการติดตามรวบรวมข้อมูลทางการตลาดว่าสินค้าที่จำหน่ายออกไปนั้นเป็นที่พอใจของลูกค้าหรือไม่ การดำเนินการทางการตลาดได้ผลเพียงใด เพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานทางการตลาดต่อไป

ตลาดตามแนวคิดสมัยใหม่ ไม่ใช่สถานที่ผู้ขายและผู้ซื้อมาพบกัน แต่ตลาดมีอยู่ทั่วไปทุกหนทุกแห่ง ตลาดคือความต้องการของผู้บริโภค ผู้ประกอบการสามารถสร้างความต้องการซื้อของผู้บริโภคให้เกิดขึ้นได้ โดยใช้รูปลักษณ์ของสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม การโฆษณาที่ชาญฉลาด คุณภาพของสินค้า เป็นต้น

แนวความคิดทางการตลาดได้มีการพัฒนามาเรื่อยๆ แนวความคิดใหม่คือการให้ความสำคัญต่อลูกค้า การแสวงหากำไรสูงสุดแต่เพียงอย่างเดียว แต่ต้องเพื่อให้ธุรกิจนั้นอยู่ได้ตลอดไป เพราะการแข่งขันในตลาดเป็นไปอย่างเข้มข้น

สมคิด บางโม ยังได้กล่าวว่า การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความจำเป็นสำหรับการประกอบการธุรกิจทุกประเภทในสภาพการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน ไม่ว่าธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ต้องโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าของตน มิฉะนั้นสินค้าของตนคงไม่มีคนรู้จักและจำหน่ายไม่ได้ ธุรกิจจะตกต่ำจนต้องออกไปจากตลาด

การโฆษณา หมายถึง การนำเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้าและบริการเพื่อสร้างให้ผู้บริโภครู้จักการโฆษณาจะมีลักษณะมุ่งที่ผู้บริโภค โดยใช้สื่อต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้าและบริการ

หลักการโฆษณา

การตัดสินใจโฆษณาจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์ในการโฆษณา
2. จะโฆษณาไปยังใคร
3. ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการโฆษณา
4. ข่าวสารที่จะโฆษณา
5. สื่อที่ใช้ในการโฆษณา
6. ช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการโฆษณา
7. วิธีการประเมินผลการโฆษณา

ในส่วนของงบประมาณในการโฆษณา

การพิจารณางบประมาณการโฆษณา ทำได้หลายวิธี ดังนี้

1. ตามความสามารถของบริษัทที่จะจ่ายได้
2. กำหนดเป็นเปอร์เซ็นต์ของยอดขาย
3. กำหนดตามคู่แข่ง
4. กำหนดตามวัตถุประสงค์และงานที่โฆษณา

ปัจจัยที่ใช้ใช้ในการพิจารณากำหนดงบประมาณการโฆษณา มีดังนี้

1. ขั้นตอนวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ขึ้นแนะนำต้องใช้งบมากกว่าขั้นอื่นๆ
2. ส่วนครองตลาดและจำนวนลูกค้า
3. การแข่งขัน ถ้ามีการแข่งขันรุนแรงต้องใช้งบประมาณมาก
4. การกระจายของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
5. ความถี่ของการโฆษณาและสื่อการโฆษณา
6. ความสามารถในการทดแทนกันได้ของผลิตภัณฑ์ ถ้าใช้ทดแทนกันได้มากต้อง

ใช้งบประมาณมาก

การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนเกี่ยวกับกิจการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมของบริษัทเป็นการเสริมความรู้ ความเชื่อถือต่อบริษัทอันจะส่งผลต่อการกระตุ้นให้ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัททางอ้อม สร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้า

กิจกรรมของสถานประกอบการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ทำได้มากมาย อาทิเช่น

1. การให้ทุนต่างๆ เช่น ทุนการศึกษา ทุนสนับสนุนการกีฬา ทุนสนับสนุนการออกค่ายอาสา ทุนสนับสนุนทางวัฒนธรรม เป็นต้น
2. การบริจาคช่วยเหลือเมื่อเกิดภัยพิบัติต่างๆ เช่น บริจาคเงินช่วยไฟไหม้ น้ำท่วม พายุ แจกผ้าห่มแก่ผู้ยากไร้ในฤดูหนาว เป็นต้น
3. การจัดแถลงข่าวที่สำคัญเชิญสื่อมวลชนมารู้
4. การจัดประชุม สัมมนา จัดนิทรรศการ ต่างๆ

5. จัดโครงการต่างๆ เช่น โครงการถนนสีขาว โครงการปลูกป่า โครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่างๆ โครงการกวาดวิชาเข้ามหาวิทยาลัย เช่น ของแบรนด์ เป็นต้น

6. เป็นเจ้าภาพหรือร่วมเป็นเจ้าภาพในการจัดงานกุศลต่างๆ

7. ผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

8. ส่งบุคลากรเข้าร่วมงานกุศลต่าง ๆ สนับสนุนหรือเข้าร่วมกิจกรรมสังคม

นอกจากนี้ ได้ให้ความเห็นว่า การส่งเสริมการขายหรือการสื่อสารถึงผู้บริโภค คือ กระบวนการต่างๆ ที่ทำให้ขายสินค้าได้มากๆ เช่น การโฆษณา การใช้พนักงานขาย การให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เป็นต้น เพื่อจูงใจให้ลูกค้าสนใจซื้อมากขึ้น

กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายทำได้หลายวิธี ดังนี้

1. การโฆษณา มีความจำเป็นมาก เพราะทำให้ผู้บริโภครับรู้ว่ามีสินค้าอะไร มีคุณภาพอย่างไร มีขายที่ไหน แม้สินค้าจะมีคุณภาพดีเพียงใด หากผู้บริโภคไม่รู้ว่าสินค้าชนิดนั้นและไม่ว่าจำหน่ายอยู่ที่ไหน ย่อมจะขายสินค้าไม่ได้แน่ๆ กิจกรรมย่อมตั้งอยู่ไม่ได้ต้องออกจากตลาดไป

2. การกระตุ้นผู้ซื้อโดยตรง กลยุทธ์นี้เป็นการให้ประโยชน์เพิ่มพิเศษแก่ผู้ซื้อเล็กๆ น้อยๆ ได้แก่ การลด แลก แจก แถม ชิงโชค สะสมคูปอง หรือแถมปี ลดราคาเป็นครั้งคราว ราคาถูกตลอดปี ขายสินค้าเป็นชุดหลายชิ้น (แพค) ในราคาถูกกว่ารายชิ้น แจกคูปองลดราคาเมื่อซื้อชิ้นแรก สำหรับนำไปซื้อสินค้าชิ้นใหม่ ฯลฯ

3. การสาธิตสินค้า หรือการแสดงสินค้า (Event) อาจสาธิต ณ จุดขาย หรือสาธิตกลางแจ้ง สาธิตในห้างสรรพสินค้า นิยมใช้กับสินค้าใหม่ เช่น เครื่องดื่มออกใหม่ เครื่องสำอาง เป็นต้น จัดแสดงและนิทรรศการสินค้าในงานที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราว หรือจัดแสดงในห้างสรรพสินค้าเป็นครั้งคราว

4. การจำตัวอย่างให้ทดลองใช้ นิยมทำผลิตภัณฑ์ เป็นขนาดพิเศษเล็กกว่าของจริง นิยมใช้กับสินค้าออกใหม่ ประเภทเครื่องสำอาง กาแฟ ยา เป็นต้น ตัวอย่างสินค้าต้องมีคุณภาพดี แจกกลุ่มเป้าหมายให้ทั่วถึง

5. การจูงใจพนักงานขาย การให้รางวัลพิเศษแก่พนักงานขายเมื่อทำยอดขายสูง เป้า ให้อัตราค่าคอมมิชชั่นเพิ่มขึ้นตามยอดขายที่สูงขึ้นเป็นการกระตุ้นให้พนักงานขายหรือร้านค้าใช้ความพยายามในการขายเพิ่มขึ้น

6. สื่อสารกับลูกค้าสม่ำเสมอ ควรทำฐานข้อมูลของลูกค้าไว้จะได้ส่งข่าวสารไปถึงลูกค้าเป็นระยะๆ โดยใช้จดหมาย แผ่นพับ “ไปรษณียบัตร หรือรายการสินค้า (แค็ตตาล็อก) ตามความเหมาะสม เป็นการเตือนลูกค้า และกระตุ้นความต้องการของลูกค้า

7. การพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานขาย เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการขายให้มากขึ้น สร้างความกระตือรือร้นให้แก่พนักงานขาย ทำได้โดยการสอนงาน การฝึกอบรม สัมมนาการให้ไปดูงาน การแจกเอกสารคู่มือให้ศึกษา การประชุมประเมินผลการขายและแนะนำอย่างสม่ำเสมอ เป็นรายสัปดาห์หรือรายเดือน

8. การสร้างแบรนด์ แบรนด์หรือตราสัญลักษณ์แสดงความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งในตลาด ทำให้ผู้บริโภคจดจำเมื่อจะซื้อซ้ำและเป็นเครื่องประกันคุณภาพของ

ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเป็นเครื่องหมายทางการค้าด้วย สร้างความภาคภูมิใจให้ผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์ ตรา ยี่ห้ออื่นๆ เช่น การตัดสินใจซื้อรถยนต์ เบนซ์” สร้างความภูมิใจให้แก่ผู้ขับขี่ เป็นต้น

กลยุทธ์การสร้างแบรนด์มี 2 วิธี ดังนี้

1. ตรารวม (Family Brand) ใช้ตรา ยี่ห้อเพียงตราเดียวสำหรับผลิตภัณฑ์ ทุกชนิดของบริษัท นิยมใช้กันมาก เช่น บริษัทเจียวกั๊กใช้ตรา ซีพี (CP) กับผลิตภัณฑ์ทุกชนิด ของบริษัท เป็นต้น ข้อดี คือ สร้างความรับรู้ และจดจำง่าย สามารถที่ผลิตภัณฑ์ได้สะดวก

2. ตราเฉพาะ (Individual Brand) ใช้ตราเฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละ ชนิด แม้จะผลิตจากบริษัทเดียวกัน ข้อดีคือ ควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดได้ดี และสามารถถอนผลิตภัณฑ์ที่ไม่ประสบความสำเร็จทางการตลาดออกจากตลาดได้โดยไม่กระทบกระเทือน ต่อผลิตภัณฑ์ตัวอื่นๆ ของบริษัท

9. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือ Product Position คือ ตำแหน่งที่อยู่ในใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายไม่ใช่ตำแหน่ง หรืออันดับในการขายในตลาด เช่น รถยนต์ “เบนซ์” และ “บีเอ็มดับเบิลยู” วางตำแหน่งไว้ในระดับสูง เป็นรถชั้นเลิศราคาแพง สร้างความ ภูมิใจแก่ผู้ใช้ แต่รถยนต์ “โตโยต้า” วางตำแหน่งไว้ระดับกลางล่าง ราคาประหยัด เป็นต้น

เมื่อกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์แล้ว ต้องให้ความละเอียดอ่อนกับความพึงพอใจ ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอโดยวิจัยผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายบ่อยๆ แล้วนำผลการวิจัยมา พัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการที่จะทำให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเกิดความพึงพอใจยิ่งขึ้น

นอกจากนี้การส่งเสริมการขาย จะต้องสร้างสิ่งต่อไปนี้ให้เกิดขึ้นในผู้บริโภคเพื่อ กระตุ้นการซื้อ ดังนี้

1. สร้างความต้องการให้มากขึ้นเช่น ราคาดึงดูดใจให้อยากซื้อจำนวนมากขึ้น รูปแบบและบรรจุภัณฑ์สวยงามดึงดูดใจ เป็นต้น

2. สร้างการใช้ในปริมาณที่สูงขึ้น เช่น ทำปากขวดให้ใหญ่ขึ้น ทำให้เสียเร็ว โดยผู้ใช้ไม่รู้สึกร เป็นต้น

3. สร้างความต้องการเกินความจำเป็น เช่น โทรศัพท์มือถือที่ถ่ายรูปได้ ต่อ อินเทอร์เน็ตได้ เปลี่ยนรุ่นบ่อยๆ เป็นต้น

บทสรุป

การโฆษณา เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภคโดยมุ่งสร้างความต้องการซื้อ สินค้าให้เกิดขึ้นแก่ผู้บริโภคและตัดสินใจซื้อในที่สุด การโฆษณาเป็นการเพิ่มยอดขายโดยตรง ส่วนการ ประชาสัมพันธ์เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภคเพื่อสร้างความรู้สึที่ดีๆ ต่อสินค้าหรือต่อบริษัท เป็นการสร้างความศรัทธาต่อบริษัทและกระตุ้นยอดขายโดยทางอ้อม ดังนั้นเนื้อหาสาระของข่าวสารที่ใช้ และกิจกรรมที่ใช้จึงแตกต่างกันต้องเลือกให้เหมาะสมต่อธุรกิจและต้นทุนของบริษัท ธุรกิจขนาดเล็ก ไม่มีความจำเป็นต้องโฆษณา ใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก แต่ธุรกิจขนาดใหญ่ จำเป็นต้องใช้มาก

การกำหนดความต้องการทางการเงิน

การกำหนดความต้องการทางการเงินของ SMEs ที่กำลังจะเปิดดำเนินการหรือ SMEs ที่เปิดดำเนินการอยู่แล้วจะต้องยึดหลักสำคัญเพื่อให้เกิดการบริหารการเงินที่มีประสิทธิภาพ โดยการระบุค่าใช้จ่ายดำเนินงานและการประเมินข้อผูกพันทางการเงินส่วนบุคคลที่มีอยู่

ความต้องการเงินทุนในการเริ่มต้นทุน

นอกเหนือจากความต้องการเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจแล้ว เงินทุนที่ธุรกิจต้องการอีกประเภทหนึ่ง คือ ความต้องการเงินทุนเพื่อทำให้ธุรกิจเริ่มต้นได้ แรงงาน การส่งเสริมการขาย วัสดุสำนักงาน เครื่องใช้ที่ต้องตกแต่งใหม่ และรายการอื่นๆ ที่แตกต่างกันซึ่งจะต้องจัดหามา ค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้นธุรกิจเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในทันทีทันใดก่อนการเปิดกิจการ ลักษณะที่เด่นชัดของค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้นธุรกิจ คือ ค่าใช้จ่ายที่มักจะเกิดขึ้นเฉพาะเมื่อเริ่มต้นธุรกิจและจะไม่เกิดขึ้นอีกในปีต่อไป

ความสำคัญของค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้นธุรกิจจะขยายขอบเขตออกไปมากขึ้นเนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่าทั้งรายรับและรายจ่ายมักจะเปลี่ยนแปลงได้มากในระหว่างช่วงเวลาที่เริ่มต้นธุรกิจ ลักษณะและขอบเขตของความต้องการสินค้าและบริการของธุรกิจ จังหวะเวลาการขาย และระดับของรายจ่ายที่เหมาะสม ในระหว่างระยะของการลองผิดลองถูกนี้มักจะปรากฏว่ารายจ่ายสูงกว่ารายรับและการหมุนเวียนของเงินสดจะเป็นปัญหา ดังนั้น เงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจอาจจะเป็นที่ต้องการเพื่อให้คุ้มค่าใช้จ่ายเหล่านี้และช่วยให้ธุรกิจดำเนินงานได้ตลอดระยะเวลาสามถึงหกเดือนแรก

ความต้องการเงินทุนในการดำเนินงาน

ตลอดชีวิตของธุรกิจจะมีความต้องการการจัดหาเงินทุนเป็นบางโอกาส ผู้ประกอบการอาจต้องการที่จะรักษาเสถียรภาพของเงินสดรับและเงินสดจ่าย ขยายการดำเนินงานหรือช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้ตลอดเวลาที่เกิดความยุ่งยาก

ในขณะที่ผู้ประกอบการผ่านขั้นตอนการจัดตั้งและการเริ่มต้นธุรกิจโดยตลอดได้ค่อนข้างรวดเร็ว ความต้องการเงินทุนในการดำเนินงานสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดชีวิตของธุรกิจ

การใช้เงินทุนในการดำเนินงานที่ปกติธรรมดาที่สุด คือ เพื่อที่จะเอาชนะปัญหาการหมุนเวียนของเงินสด เพื่อช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดในช่วงที่เผชิญกับความตกต่ำ และเพื่อการขยายตัวทางการเงิน ธุรกิจเกือบทุกแห่งจะต้องเคยประสบกับปัญหาการหมุนเวียนของเงินสดในบางเวลาไม่ช้าก็เร็ว เงินสดรับไม่เพียงพอกับเงินสดจ่ายและธุรกิจจะต้องอาศัยเงินสดสำรองหรือการจัดหาเงินจากภายนอกเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างเงินสดรับกับเงินสดจ่าย ในกรณีที่ลักษณะเช่นนี้กลายเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นบ่อยๆ แล้วก็จะจำเป็นต้องปรับปรุงโครงสร้างเงินทุนของธุรกิจเสียใหม่ นั่นคือ ความสมดุลระหว่างการก่อหนี้กับการลงทุนของเจ้าของธุรกิจ

ความต้องการเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน เช่น เพื่อที่จะเอาชนะความตกต่ำของธุรกิจ การถดถอยของเศรษฐกิจ การสูญเสียลูกค้ารายสำคัญไป ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจ ธุรกิจอาจจะต้องการเงินทุนเพื่อช่วยให้การดำเนินงานต่อเนื่องไปได้ หรือเพื่อที่จะวางตำแหน่งของธุรกิจขึ้นใหม่ในตลาด

สรุปประเด็น

การกำหนดความต้องการทางการเงินของ SMEs ที่กำลังจะเปิดดำเนินการหรือ SMEs ที่เปิดดำเนินการอยู่แล้วจะต้องยึดหลักความสำคัญเพื่อให้เกิดการบริหารการเงินที่มีประสิทธิภาพในการระบุดำเนินงานและการประเมินข้อผูกพันทางการเงินส่วนบุคคลที่มีอยู่

ความต้องการทางการเงินของ SMEs จะวนเวียนอยู่รอบๆ ความต้องการที่สัมพันธ์ซึ่งกันและกันสามประเภทคือ เงินทุนในการจัดตั้งธุรกิจ เงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ และเงินทุนในการดำเนินงาน ความต้องการสองประเภทแรกมุ่งที่ระยะเวลาก่อนการเริ่มต้นดำเนินงาน ในขณะที่เงินทุนในการดำเนินงานอาจจะเป็นที่ต้องการ ณ จุดใดๆ ก็ได้ในระหว่างช่วงชีวิตของธุรกิจ

เมื่อมีการตัดสินใจเกี่ยวกับความต้องการเงินทุนแล้ว ผู้ประกอบการจะต้องระบุแหล่งเงินทุนที่อาจจะเป็นไปได้ การจัดหาเงินเป็นเรื่องยากที่จะได้รับและมีประเภทเงินทุนที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดโดยขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจ สถานการณ์ทางการเงินปัจจุบัน จำนวนของเงินทุนที่ต้องการ และตัวแปรอื่นๆ และสิ่งที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน คือ เงินทุนแต่ละประเภทจะเสนอค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์ที่มีลักษณะเฉพาะซึ่งอาจจะเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมกับธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง ความเข้าใจแหล่งเงินทุนแหล่งต่างๆ และความเชื่อถือได้สำหรับธุรกิจเป็นกุญแจนำไปสู่การก่อให้เกิดเงินทุนและการบริหารการเงินที่ประสบความสำเร็จ การจัดหาเงินทุนที่สำคัญสองประเภทคือ การจัดหาเงินโดยการก่อหนี้และการจัดหาเงินจากส่วนของเจ้าของ

2. รูปแบบของการพัฒนาคุณภาพ กระบวนการผลิตมีดีเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในกรุงเทพฯทุกองค์ประกอบ ส่งผลซึ่งกันและกันทุกองค์ประกอบ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ คือ

2.1 องค์ประกอบด้านศักยภาพ ความรู้ความสามารถความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของช่าง ส่งผลต่อองค์ประกอบด้านความพร้อมด้านเงินทุนและงบประมาณ ด้านความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ วิธีการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย และด้านการบริหารจัดการ

จากผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

ในการทำธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตและจำหน่ายมีดี หากผู้ประกอบการมีความรู้ความสามารถ ศักยภาพต่างๆ ทั้งทางด้านการผลิตและจัดจำหน่ายจะทำให้สามารถกำหนดค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลในการทำธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้ช่วยในการลดต้นทุนการผลิตได้ อันจะส่งผลต่อการกำหนดราคาได้อย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นประเด็นหนึ่งที่จะทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันได้ และยังสามารถกำหนดชนิดจำนวนและประเภทของวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือช่าง เทคโนโลยี และวิธีการที่ทันสมัยมาใช้ทั้งด้านการผลิตและการจัดจำหน่าย ในช่องทางที่หลากหลายได้เป็นอย่างดี และใช้ประโยชน์ในสิ่งที่มีอย่างคุ้มค่าที่สำคัญคือ เลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ได้อย่างเหมาะสมในการผลิตทำให้มีดีที่มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับและเชื่อถือจากลูกค้าในที่สุด และส่งผลต่อคุณภาพผลิตและจัดจำหน่ายโดยตรง ให้สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจได้ เช่น ด้านคุณภาพ ความสวยงาม ความทนทาน และราคาของมีดีก็จะสามารถแข่งขันกับผู้ค้ารายอื่นได้เป็นอย่างดี

ซึ่งสอดคล้องกับสติเฟ้นรื้อบบิ้น และแมรี โคลเตอร์ (อั้งไนวิรัช สงวนวงค์วาน : การจัดการและพฤติกรรมองค์การ Management : การจัดการและองค์การ เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 2561 หน้า 1-4) ได้กล่าวไว้ว่า “ผู้บริหาร คือ ผู้ที่ทำงาน

ร่วมกับผู้อื่น โดยทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงาน และดูแลรวมถึงประสานงานกับบุคคลหรือแผนกงาน หรือองค์การภายนอกด้วย เพื่อให้เป้าหมายของหน่วยงานหรือองค์การบรรลุผลสำเร็จ โดยมีหน้าที่ ดำเนินการในด้านการวางแผน การจัดองค์การ การนำ การควบคุม และเฮนรี มินส์เบอก ได้กล่าวว่า ผู้บริหารมีบทบาทดังนี้ คือ บทบาทด้านความสัมพันธ์ของบุคคล ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านการตัดสินใจ

2.2 องค์ประกอบด้านความพร้อมด้านเงินทุนและงบประมาณส่งผลต่อ องค์ประกอบด้านศักยภาพ ความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของช่าง ด้าน ความพร้อมของวัสดุ อุปกรณ์ วิธีการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย และด้านการบริหารจัดการ ด้านการ ผลิตและจัดจำหน่าย

จากผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้คือ

เงินทุนและงบประมาณจัดเป็นทรัพยากรทางการบริหารที่สำคัญ ในปัจจุบันเงินถูกใช้ เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ซึ่งในส่วนของ การประกอบธุรกิจมีดี มีความจำเป็นที่ จะต้องมีความพร้อมทางด้านนี้ในหลายๆสาเหตุ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความวางใจที่จะทำธุรกิจของ ผู้ประกอบการ หากมีความพร้อมด้านเงินทุน ทำให้ผู้ประกอบการหรือช่างผลิตมีดี มีขวัญกำลังใจที่จะ ผลิตมีดีอย่างประณีต มีคุณภาพ อีกทั้งยังมีอำนาจในการซื้อวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ เทคโนโลยีที่ ทันสมัยมาใช้ในการเพิ่มคุณภาพ การเลือกใช้แต่วัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพ เครื่องจักร เครื่องที่มีคุณภาพ เพื่อการผลิตที่เชื่อถือได้ ลดต้นทุน ลดความผิดพลาด ลดของเสีย เพื่อทั้งปริมาณและคุณภาพ ตลอดจนความสวยงามทนทานให้กับผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ซึ่งสามารถทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจได้ไม่มาก ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ทุนและงบประมาณยังสามารถนำไปใช้ ในการบริหารจัดการการผลิตและการจัดจำหน่ายได้ เช่น การจ้างและการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถที่ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อรองรับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วเป็นอย่างดี และ เมื่อการบริหารการผลิตและการจัดจำหน่ายมีประสิทธิภาพก็จะทำให้เกิดความเชื่อถือขึ้นกับลูกค้า และสามารถประชาสัมพันธ์สินค้าได้หลากหลายช่องทาง อันจะทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน เชิงธุรกิจได้เช่น ซึ่งสอดคล้องกับ สรีเฟ่น รอบบิ้น และเมรีโคลเตอร์ (เรื่องเดียวกัน : หน้า 111-115) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า เทคนิคการจัดสรรทรัพยากรขององค์กรมี 4 วิธี คือ การทำงานประมาณเกี่ยวกับ รายได้รายจ่าย การกำหนดกิจกรรมและเงื่อนไขเวลา การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ซึ่งจะต้องทราบราคาขาย สินค้าต้นทุนผันแปรต่อหน่วย และต้นทุนคงที่รวมและเทคนิคทางคณิตศาสตร์ที่เรียกว่า โปรแกรมเชิง เส้นตรง

2.3 องค์ประกอบด้านความพร้อมของวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ วิธีการและเทคโนโลยี ที่ทันสมัย ส่งผลต่อองค์ประกอบด้านศักยภาพ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และ ประสบการณ์ของช่าง ด้านความพร้อม เงินทุนและงบประมาณ และด้านการบริหารจัดการด้านการ ผลิตและจัดจำหน่าย

จากผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

วัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือช่างเทคโนโลยี และวิธีการที่ทันสมัย นับเป็น ทรัพยากรที่สำคัญหนึ่งใน 4Ms ซึ่งรวมถึงสถานที่ตั้งของสถานประกอบการด้วย เนื่องจากส่งผลต่อ ผู้ประกอบการและช่างช่วยให้ก้าวข้ามข้อจำกัดต่างๆ ทางกายภาพได้หลายประการ ไม่ว่าจะเป็นความ เหนื่อยล้าจากการทำงาน การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ การค้นคว้าข้อมูลด้านต่างๆ ในธุรกิจมีดี

เป็นต้น และหากคู่มือเงินองค์ประกอบด้านนี้อาจทำให้เพิ่มต้นทุนในการจัดมาไว้ แต่หากพิจารณาดีๆ สิ่งเหล่านี้จะเพิ่มปริมาณและคุณภาพการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าได้เป็นอย่างดีด้วยการนำมาใช้อย่างถูกวิธีและเหมาะสม ซึ่งสามารถจะช่วยให้ลดต้นทุนและมีกำไรเพิ่มมากขึ้น อันจะส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้ยังช่วยให้ง่ายต่อการวางระบบบริหารการผลิตและจัดจำหน่ายได้สะดวกขึ้น โดยใช้โปรแกรมเทคโนโลยีสำเร็จรูป เชื่อมโยงกันเครื่องมือช่างที่ทันสมัย เช่น อุปกรณ์ CNC และใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เป็นต้น สอดคล้องกับ www.seekun.net/agri3-4doex : ประโยชน์เครื่องและเครื่องทุ่นแรง ศุกร์ 28 มิ.ย. 62 14.00 น. ซึ่งได้ให้ข้อมูลไว้ว่า ประโยชน์ของเครื่องมือและเครื่องทุ่นแรงช่วยในเรื่อง ช่วยประหยัดแรง เวลา ค่าใช้จ่าย ทำงานได้มาก และรวดเร็วขึ้น ในแทนแรงงานคนได้ดีกว่า ([http://air balancer.blogspot.com/2009/12/blog-post_16.html](http://airbalancer.blogspot.com/2009/12/blog-post_16.html) 28 มิ.ย.2562 14.30) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า ประโยชน์ของเครื่องทุ่นแรงมี 4 ประการ คือ 1) ใช้ง่าย 2) เพิ่มผลผลิต และประสิทธิภาพที่เหนือกว่า 3) ลดอุปสรรค ความเหนื่อย และเพิ่มความปลอดภัย และ 4) ไม่จำกัดประเภทงาน

2.4 องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการด้านการผลิตและจัดจำหน่าย ส่งผลต่อองค์ประกอบในด้านศักยภาพ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของช่าง ด้านความพร้อมด้านเงินทุนและงบประมาณ และด้านความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ วิธีการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย

จากผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ในส่วนของการบริหารจัดการนั้น จัดเป็นวิธีการที่จะทำให้การปฏิบัติการกิจนั้นๆ สามารถใช้ทรัพยากรทางการบริหารได้อย่างคุ้มค่า ทั้งในประเด็นการบริหารภารกิจ และการบริหารบุคลากร ซึ่งครอบคลุมทั้งการผลิตและการจัดจำหน่าย ซึ่งหากมีการบริหารจัดการที่ดีก็จะช่วยให้ผู้ประกอบการหรือช่างสามารถขับเคลื่อนธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่อง ความผิดพลาดต่ำ การใช้คนวัตถุดิบ เครื่องจักร ก็จะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูง ส่งผลให้ความผิดพลาดต่ำ ใช้นเวลาน้อยลง ความสิ้นเปลืองต่ำ ซึ่งจะทำให้มีต้นทุนต่ำไปด้วย เช่น การวางระบบการผลิตที่ดี ซึ่งเริ่มจากการกำหนดวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เทคโนโลยีที่มีคุณภาพ การวางแผนขั้นตอนการผลิตมีความชัดเจน ควบคุมเวลาและผลได้ตามต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่ออกมาก็จะมีคุณภาพเช่นที่ต้องการของลูกค้าและจะทำให้ง่ายต่อการประชาสัมพันธ์สินค้า และส่งเสริมการขาย และจัดจำหน่ายได้ง่ายขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันได้ไม่ยาก สอดคล้องกับ Ektwangm301.blogspot.com (<http://ektaway.301blogspot.com/23> มิ.ย.2561 : เวลา 14.00 น.) ได้ให้ข้อมูลไว้ว่า ในปัจจุบันวิธีการสร้างความมั่งคั่งและมั่นคงให้องค์กรที่ดีที่สุด คือ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (competitive advantage) ซึ่งเป็นหัวใจของการวางแผนกลยุทธ์ ความได้เปรียบในการแข่งขันหรือ competitive advantage คือ สิ่งที่เป็นความสามารถพิเศษขององค์กรที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ หรือคู่แข่งต้องใช้เวลาในการปรับตัวเองมาก่อนที่เลียนแบบความสามารถของเราได้เช่น นวัตกรรม ระบบการจัดการภายในองค์กร ระบบการบริหารองค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นต้น ปัจจัยที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญมากที่สุดในการทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ก็คือ ความรู้ (knowledge) ที่องค์กรต้องพยายามสร้างขึ้นมา ด้วยการเรียนรู้ (Learning) และพัฒนามาเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ได้ให้ จากนั้นผู้บริหารต้องดึงเอาความรู้ต่างๆ ที่บุคลากรมี

มาสร้างนวัตกรรม (Innovation) ให้กับองค์กรต่อไป ความได้เปรียบทางการแข่งขันจะขึ้นอยู่กับความสามารถที่เป็นเลิศขององค์กรทั้ง 3 ด้าน คือ ขายสินค้าและให้บริการที่ดีกว่า ขายสินค้าที่ถูกกว่า และตอบสนองต่อลูกค้าได้เร็วกว่าคู่แข่ง คำว่าสินค้าและให้บริการที่ดีเรียกว่า “ขายสินค้าหรือให้บริการที่แตกต่าง (differentiation)” การขายสินค้าที่ถูกกว่าจะต้องผลิตด้วยต้นทุนต่ำกว่า เรียกว่า “cost leadership” และตอบสนองต่อลูกค้าได้เร็วกว่าก็คือ “quick response” คำว่าสินค้าและให้บริการที่แตกต่างไปจากองค์กรอื่นหรือ differentiation นั้น หมายถึง สินค้าและบริการขององค์กรที่พิเศษไปจากสินค้าและบริการขององค์กรอื่นไปทางใดทางหนึ่ง หรือหลายๆทาง และความแตกต่างนี้ทำให้ผู้ซื้ออยากใช้สินค้านั้นและยินดีจะจ่ายซื้อสินค้านั้นในราคาที่สูงกว่าอื่น

3. แนวทางในการพัฒนาคุณภาพกระบวนการผลิตมีดีเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจในกรุงเทพฯ ประกอบด้วยสองแนวทางหลัก คือ

3.1 แนวทางในส่วนของผู้ประกอบการหรือช่างมีดี ซึ่งมีประเด็นหลักที่สำคัญอยู่ 4 ประเด็น คือ

3.1.1 ด้านการเปิดรับข้อมูลใหม่ๆ

3.1.2 ด้านการพัฒนาทักษะการผลิต

3.1.3 ด้านการเป็นผู้ประกอบการ

3.1.4 ด้านการสร้างจุดขายด้วยการนำเสนอวิธีการผลิตแบบโบราณ

ซึ่งทั้งในส่วนขององค์กรประกอบ รูปแบบและแนวทางในการผลิตมีดีเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจในกรุงเทพฯ ผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลไว้ดังนี้ คือ แนวทางในการพัฒนาคุณภาพ กระบวนการผลิต มีดีเพื่อสร้างได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจในกรุงเทพฯ นั้น ควรประกอบด้วยการดำเนินการ 2 แนวทางไปด้วยกัน คือ แนวทางของผู้ประกอบการหรือช่างมีดี และในส่วนของภาครัฐ ซึ่งในส่วนของผู้ประกอบการหรือช่างมีดีนั้นจะต้องมีการดำเนินการวางแผนทางในเรื่องวางรับข้อมูลข่าวสารใหม่เพื่อนำมาพัฒนาการผลิต และการจัดจำหน่ายการพัฒนาทักษะการผลิตและการจัดจำหน่าย ความเข้าใจในการเป็นผู้ประกอบการและความสามารถในการนำกระบวนการผลิตมีดีแบบดั้งเดิมมาเป็นจุดขายในการจัดจำหน่ายในส่วนของภาครัฐที่ควรสนับสนุนธุรกิจที่ดีมีดีขายให้สามารถแข่งขันได้ในระดับประเทศ ถึงนานาชาตก็ควรสนับสนุนเรื่องการสนับสนุนให้มีสถาบันผลิตและพัฒนาช่างมีดี ส่งเสริมการส่งออกมีดี ดูแลเรื่องลิขสิทธิ์ช่างและผลิตภัณฑ์มีดี ไทยและสนับสนุนให้มีสมาคมวิชาชีพ ช่างมีดี ซึ่งสอดคล้องกันกับสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานในการพัฒนาศักยภาพแรงงานไทยตามมาตรฐานสากล (<https://www.sumipd.com/knowledge/พัฒนาศักยภาพแรงงานไทย/4> มิ.ย.61 08.30) ซึ่งได้ให้ข้อมูลไว้ว่า การแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงานฝีมือจะประสบความสำเร็จต้องเกิดจากความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชน ทั้งในการผลิตแรงงานใหม่ให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน และพัฒนาแรงงานที่ทำงานอยู่แล้วโดยการยกระดับทักษะฝีมือให้สูงขึ้น มี Multi-Skills มีสมรรถนะสูงปรับตัวรองรับเทคโนโลยีได้ ทั้งนี้รัฐต้องส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการอบรมลูกจ้างของตนเอง โดยรัฐเป็นผู้สนับสนุนให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ซึ่งกรมพัฒนาฝีมือแรงงานเป็นหน่วยงานที่ดูแลให้สถานประกอบการนำหลักสูตรฝึกอบรมและนำค่าใช้จ่ายไปลดหย่อนภาษีได้ 2 เท่า หรือ 200% ซึ่งส่งผลให้มีการอบรมแรงงานในระบบการจ้างงานปีละประมาณ 4,000,000 คน นอกจากนั้นกรมพัฒนาฝีมือแรงงานมีสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน

ภาค 12 แห่ง และศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดอีก 65 แห่งให้บริการฝึกอบรมฝีมือแรงงานให้เยาวชนที่จบการศึกษาระดับต่างๆ ที่เป็นแรงงานใหม่ ในหลักสูตรเตรียมเข้าทำงานหรือฝึกปฏิบัติต่อยอดเข้มข้นให้ผู้จบ ปวช. และ ปวส. หรือทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติให้ก่อนเข้าทำงาน และมีโครงการพัฒนาแรงงานใหม่และยกระดับฝีมือลูกจ้างร่วมกับสถานประกอบการ เช่น ฝึกแรงงานใหม่ที่กำลังจะจบ ปวช. หรือ ปวส. ในสาขาช่างยนต์ ช่างซ่อมตัวถังรถยนต์ และช่างสีรถยนต์สำหรับศูนย์บริการกับบริษัท โตโยต้ามอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด โดยใช้สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาค 7 จังหวัดอุบลราชธานี เป็นหลัก ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี และจะขยายไปยังสถาบันภาคอื่นๆ ต่อไป การฝึกพนักงานโรงแรมแผนกต่างๆ ร่วมกับโรงแรมในเครือเซ็นทารา หรือการฝึกยกระดับช่างที่ทำงานอยู่แล้วกับบริษัทสยามไดกิน เพื่อให้มีฝีมือรองรับเทคโนโลยีใหม่ที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปและซับซ้อนมากขึ้น เป็นต้น สำหรับการขาดแคลนแรงงานระดับอาชีวศึกษา ซึ่งขณะนี้กระทรวงศึกษาได้จัดการศึกษาระบบทวิภาคีร่วมกับสถานประกอบการเพื่อให้ได้เรียนรู้เทคโนโลยีและการปฏิบัติงานจริงนั้น กรมพัฒนาฝีมือแรงงานมีมาตรการสนับสนุนเรื่องนี้โดยสถานประกอบการก็สามารถนำมาขอใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี หักค่าใช้จ่ายได้ 200% ตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ.2545 ได้เช่นเดียวกัน โดยต้องมีการจัดทำหลักสูตรแยกเรื่องการพัฒนาฝีมือและระยะเวลาฝึกให้ชัดเจน มีการอบรมครูในสถานประกอบการเพื่อรองรับการฝึกงานด้วย โดยหน้าที่หลักของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน คือ การพัฒนาศักยภาพกำลังแรงงานไทยให้มีทักษะได้มาตรฐานสากล “Workforce with World-class Competency” ในปี 2558 นอกเหนือจากแผนงานปกติในการฝึกเตรียมเข้าทำงานให้กับแรงงานใหม่ ฝึกยกระดับให้กับแรงงานที่ทำงานอยู่แล้ว การทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ และการรับรองหลักสูตรและค่าใช้จ่ายเพื่อใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแล้ว กรมพัฒนาฝีมือแรงงานเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน 3 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 การพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs มีการจัดทำโครงการเพิ่มผลิตภาพแรงงานตามความต้องการสถานประกอบการเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้สถานประกอบการ เน้นการปรับตัวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต โดยการลดขั้นตอนและต้นทุนในกระบวนการต่างๆ เน้นการฝึกแรงงานให้มี Multi-Skills ทำงานที่หลากหลายซับซ้อน มีความสามารถในการวางแผนและการจัดการมากขึ้น โดยมีทีมที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญ ให้คำปรึกษาเชิงลึกแก่ SMEs จำนวน 260 แห่งทั่วประเทศ อบรมทักษะให้ลูกจ้าง 10,000 คน เมื่อสิ้นสุดโครงการแล้ว นายจ้าง ลูกจ้างนำแนวทางไปปฏิบัติต่อเนื่องได้อย่างยั่งยืนต่อไป บางสถานประกอบการนอกจากลดความสูญเสีย ลดต้นทุน ลดคนลงได้แล้ว ลูกจ้างได้ค่าจ้างสูงขึ้นอีกด้วย และเพื่อเป็นการขยายผล กรมพัฒนาฝีมือแรงงานได้เตรียมจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาการเพิ่มผลิตภาพแรงงานในทุกจังหวัด

ด้านที่ 2 การพัฒนามาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ แบบอิงสมรรถนะตามตำแหน่งงานในอุตสาหกรรมและบริการ โดยร่วมกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สมาคมองค์กรวิชาชีพ ฯลฯ จัดทำมาตรฐานให้ตรงกับการจ้างงานซึ่งเน้นให้แรงงานมีทักษะความสามารถตามการจ้างงานของภาคอุตสาหกรรมรองรับประชาคมอาเซียน จำนวน 96 สาขาอาชีพ การจัดทำมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ เป็นการจำแนกระดับฝีมือแรงงาน ตามความรู้ความสามารถและทัศนคติในการทำงานของสาขาอาชีพต่างๆ ตามลักษณะงานที่ควรรู้และสามารถทำได้ ในขั้นตอนตามลำดับความยากง่ายของงาน กำหนดไว้ 3 ระดับ คือ ระดับ 1 (ระดับกึ่งฝีมือ) ระดับ 2 (ระดับฝีมือ) ระดับ 3

(ระดับเทคนิค) สำหรับการทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานเป็นการทดสอบภาคความรู้ ความสามารถ และทัศนคติในการทำงานของผู้ประกอบอาชีพ ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในแต่ละระดับ ซึ่งใช้วิธีการทดสอบ ทั้งภาคความรู้ความสามารถ (ส่วนใหญ่สัดส่วนระหว่างภาคปฏิบัติและภาคทฤษฎีจะอยู่ที่ 70-30) ให้ผู้ทดสอบหางานได้ง่ายขึ้นมีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมตามฝีมือ ปัจจุบันมีการกำหนดอัตราค่าจ้างตามมาตรฐานฝีมือแล้ว 35 สาขาอาชีพ แบ่งเป็น 6 กลุ่มสาขาอาชีพหลัก ได้แก่ 1.ช่างอุตสาหกรรม 2.ช่างอุตสาหกรรมศิลป์ 3.ช่างก่อสร้าง 4.ช่างเครื่องกล 5.ภาคบริการ 6.ช่างไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ ดังนั้นผู้ที่ผ่านการทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติในสาขาดังกล่าวก็จะได้รับค่าจ้างตามอัตรานั้นๆ ด้วย ปัจจุบันกรมพัฒนาฝีมือแรงงานมีมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้ว จำนวน 210 สาขาอาชีพ (จัดทำโดยกรมพัฒนาฝีมือแรงงานเองจำนวน 114 สาขาอาชีพ อยู่ในระหว่างการจัดทำวิธีทดสอบฯ 17 สาขาอาชีพ จัดทำร่วมกับสภาอุตสาหกรรมฯ จำนวน 88 สาขาอาชีพ อยู่ในระหว่างการจัดทำวิธีทดสอบฯ 44 สาขาอาชีพ จัดทำร่วมกับสมาพันธ์โลจิสติกส์ จำนวน 8 สาขาอาชีพ อยู่ในระหว่างการจัดทำวิธีทดสอบ 4 สาขาอาชีพ นอกจากนี้เรายังมีประกาศเพิ่มในราชกิจจานุเบกษาอีก 2 สาขา คือ สาขาช่างสอบเทียบเครื่องมือวัด (มิติ) ขณะนี้อยู่ในระหว่างการจัดทำวิธีการทดสอบมาตรฐานฯ โดยสำนักพัฒนามาตรฐานและทดสอบฝีมือแรงงาน (ได้รับความอนุเคราะห์จากบริษัทสุมิพล คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นหนึ่งในคณะอนุกรรมการ) และสาขาช่างเทคนิคปั๊มขึ้นรูปโลหะ ซึ่งอยู่ระหว่างการดำเนินการจัดทำ วิธีการทดสอบมาตรฐานฯเช่นกัน ซึ่งสำหรับสาขานี้เป็นความร่วมมือร่วมกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ไฮไลท์หรือเรื่องสำคัญในขณะนี้คือ ตาม พ.ร.บ.ส่งเสริมพัฒนาฝีมือแรงงาน ฉบับที่ 2 พ.ศ.2557 กำหนดเรื่องวิชาชีพควบคุมให้ผู้ที่ทำงานที่อาจเป็นอันตรายต่อสาธารณะ ต้องมีหนังสือรับรองความรู้ความสามารถ (License) ซึ่งจะเริ่มกับช่างไฟฟ้า 3 สาขา คือ ช่างไฟฟ้าภายในอาคาร ช่างไฟฟ้าภายนอกอาคาร และช่างไฟฟ้าอุตสาหกรรม ซึ่งมีบทเฉพาะกาลภายในหนึ่งปี ผู้ที่ประกอบการอาชีพต้องมีหนังสือรับรองความรู้ความสามารถ โดยจะบังคับใช้กับการทำงานในอาคารสาธารณะ 5 ประเภท คือ 1.สถานที่ราชการ 2.โรงพยาบาล 3.สถานศึกษา 4.ห้างสรรพสินค้า 5.สถานบริการ ทั้งนี้มีบทลงโทษกรณีฝ่าฝืน ปรับนายจ้าง 30,000 บาท และลูกจ้าง 5,000 บาท อธิบดีกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ย้ำว่ากฎหมายนี้มีวัตถุประสงค์คุ้มครองความปลอดภัยสาธารณะจากการทำงานพัฒนาและยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบอาชีพ ซึ่งจะเกิดประโยชน์กับทุกฝ่าย ดังนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรและบทบาทของสมาคมองค์กรวิชาชีพ กรมพัฒนาฝีมือแรงงานจะร่วมกับสมาคมช่างเหมาไฟฟ้า ดำเนินการทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานเพื่อผลิตช่างไฟฟ้าที่มีความรู้ความสามารถโดยเร็วต่อไป

ด้านที่ 3 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในการพัฒนาศักยภาพแรงงานรายอุตสาหกรรม โดยเริ่มต้นที่อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์เป็นอันดับแรก ทั้งนี้จากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของภาคอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน รัฐบาลตั้งเป้าให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์ของอาเซียน หรือเป็นแนวหน้าในระดับเอเชีย ซึ่งปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อน คือ กำลังแรงงานที่มีทักษะฝีมือ แต่ในขณะนี้ประเทศกำลังประสบปัญหาขาดแคลนแรงงาน ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพกระทรวงแรงงาน โดยกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ได้ร่วมกับ

หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจัดตั้ง “สถาบันพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน” (Automotive Human Resource Development Academy : AHRDA) ขึ้นในสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาค 1 สมุทรปราการ เพื่อให้เป็นสถาบันหลักในการผลิตกำลังแรงงานในสาขานี้ ในช่วง 5 ปีนี้ (ตั้งแต่ปี 2558-2562) พบว่า ตลาดมีความต้องการแรงงานในกลุ่มผู้ประกอบการยานยนต์ 63,025 คน กลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์ 200,000 คน และเมื่อถึงปี 2563 ไทยจะขยายการผลิตรถยนต์ได้ไม่ต่ำกว่า 3 ล้านคัน เพิ่มขึ้นจากปัจจุบันราว 5 แสนคัน จึงต้องการกำลังแรงงานฝีมือประมาณ 2 แสนคน ทั้งในระดับปฏิบัติการและวิศวกร พร้อมทั้งลดการพึ่งพาแรงงานเพื่อนบ้าน ซึ่งในขณะนี้อยู่ในสายการผลิตถึงประมาณ 120,000 คน จากทั้งหมด 700,000 คน ส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานระดับล่างหรือไร้ฝีมือ เป็นปัญหาในด้านการผลิตที่ล่าช้าและคุณภาพสินค้าต่ำกว่ามาตรฐาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงานจึงตอบสนองความต้องการดังกล่าวด้วยการวางแผนพัฒนากำลังแรงงานในสาขานี้ โดยในปีแรกจะเน้นการพัฒนาครูฝึกและบุคลากรในสถานประกอบการ ครูฝึกของกรมพัฒนาฝีมือแรงงานจำนวน 1,000 คน และจะขยายผลไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักศึกษาในระดับ ปวช. และ ปวส. ด้านยานยนต์ พนักงานในสถานประกอบการ โดยวิทยากรในสาขาที่เกี่ยวข้อง อาทิ งานกลึงซีเอ็นซี งานกัดซีเอ็นซี การเชื่อมแมกซ์ระบบไฮดรอลิกส์ รวมถึงมีการจัดทำมาตรฐานฝีมือแรงงานประมาณ 36 มาตรฐาน เช่น มาตรฐานงานกลึง งานไฮดรอลิกส์ และการเชื่อมคาดว่าจะแล้วเสร็จครบทุกสาขาในปี 2560

ข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะในสองส่วน คือ ข้อเสนอแนะทั่วไป และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรศึกษาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพกระบวนการบริหารเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการทางธุรกิจ
2. ควรศึกษารูปแบบของการจัดการบริหารจัดการวิทยาลัยการอาชีพในแต่ละภูมิภาค
3. ควรศึกษาแนวทางในการกำหนดทิศทางของมหาวิทยาลัยเอกชนเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงธุรกิจ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การพัฒนากระบวนการผลิตมีดตามแนวทางของการควบคุมคุณภาพตามขั้นตอน PDCA
2. การพัฒนาบุคลากรด้านการผลิตมีดด้วยการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ