

ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา
อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

สุชาตรี บุญปกครอง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สิงหาคม 2553

ยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา
อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

สุชาตรี บุญปกครอง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สิงหาคม 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

DEVELOPMENT STRATEGIES FOR THE MANAGEMENT OF DANKWIAN CERAMICS
PRODUCTS, PAK CHONG DISTRICT, NAKHON RATCHASIMA PROVINCE

SUCHATREE BOONPOKKRONG

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement for the
Master of Arts Program in Development Strategy
Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

August 2010

สุชาติ บุญปกครอง. (2553). ยุทธศาสตร์การพัฒนาการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน
อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระ ศศ.ม. (ยุทธศาสตร์การพัฒนา).
พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. อาจารย์ที่ปรึกษา :
รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริณา จิตต์จรัส

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา
ด่านเกวียน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาและ 2) เสนอยุทธศาสตร์การจัดการผลิตภัณฑ์
เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา การค้นคว้าอิสระครั้งนี้ได้เก็บ
รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา และผู้ซื้อสินค้าเครื่องปั้นดินเผา โดย
ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 115 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์
กลุ่มผู้ประกอบการและลูกค้าธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา จำนวน 15 คน และใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้
ซื้อสินค้าเครื่องปั้นดินเผา จำนวน 100 คน ทำการวิเคราะห์ผลของข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่
ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

1. การจัดการผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจและลูกค้าธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา
ในด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์
จะต้องคำนึงถึงคุณภาพเป็นสำคัญ อันได้แก่ ลวดลาย ความสวยงาม และความคงทน โดยต้องมีการ
คัดเลือกประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาจำหน่ายเป็นเบื้องต้น ด้านการจัดจำหน่ายนั้นต้องคำนึงถึง
ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีที่จอดรถที่สะดวก การจัดตกแต่งร้านค้าให้สวยงาม ด้านการส่งเสริมการตลาด
ใช้ การประชาสัมพันธ์โดยการแจกใบปลิว และมีการคิดป้ายประกาศที่รถประจำทาง ส่วนด้าน
ราคาร้านจะต้องกำหนดราคาขายที่เหมาะสมไม่แพงเกินไป เมื่อพิจารณาถึงกลุ่มผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผา
มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้าน
ผลิตภัณฑ์และด้านราคา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน ส่วนด้านการจัดจำหน่ายและด้าน
การส่งเสริมการตลาดผู้ซื้อมีความพึงพอใจเพียงระดับปานกลาง

2. ยุทธศาสตร์การจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน อำเภอปากช่อง จังหวัด
นครราชสีมา มี 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์ ยุทธศาสตร์ด้านการจัดจำหน่าย
ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาด และยุทธศาสตร์ด้านราคา โดยกำหนดเป้าประสงค์ได้
ทั้งหมด 13 เป้าประสงค์ และ 13 กิจกรรม

Suchatree Boonpokkrong. (2010). **Development Strategies for the Management of Dankwian Ceramics Products, Pak Chong District, Nakhon Ratchasima Province.**

An Independent Study for Master of Arts (Development Strategy). Phranakhon Si Ayutthaya : Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisor : Associate Professor Dr. Sirina Jitcharat.

ABSTRACT

The purposes of this research were to 1) study the management of Dankwian ceramics products as merchandise; and 2) propose strategies for developing the management of Dankwian ceramics products as merchandise. The sample groups were consisted of 100 customers, and 15 shopkeepers and shop assistants selected purposively. The research instruments were questionnaires which were responded by 100 customers, and interviews with 15 shopkeepers and shop assistants. The data were analyzed using F-test, percentage, mean and standard deviation.

The findings revealed as follows:

1. In managing Dankwian ceramics products for sale, the shopkeepers and shop assistants recognized these important aspects. 1) The products should be in good quality. They should be selected according to 'good quality' with beauty and durability as the most important. 2) The shop should be situated on the appropriate location with convenient parking space. 3) The shop should be attractively designed and decorated. 4) Brochures and banners should be used to promote the products as one important marketing strategy. 5) Reasonable prices should be set. As for the customers, they expressed a high level of satisfaction of the products, especially the quality and the prices. Their satisfaction of sales and distribution, including marketing promotion was at the medium level.
2. Four strategies for the development of the Dankwian products for sale were proposed, namely product quality, sales and distribution, marketing promotion, and prices.

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณา และความช่วยเหลือเป็นอย่างดียิ่งจากบิดา มารดา อาจารย์ และกลุ่มผู้ร่วมงาน ผู้ประกอบการจากร้านค้าทุกร้าน รวมทั้งหน่วยงานต่างๆ ที่เสียสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษาแนะนำ ให้กำลังใจ และให้ความร่วมมือในการจัดเก็บข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริณา จิตต์จรัส อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้เสียสละเวลา กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ และให้ข้อคิดเห็นตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ถูกต้องและแนวคิดอันเป็นประโยชน์สูงสุด ซึ่งเป็นแนวทางที่มีคุณค่าอย่างยิ่ง ช่วยตรวจสอบข้อบกพร่องให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ตลอดจนเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยตลอดมา ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.เกษม บำรุงเวช รองศาสตราจารย์จิตติมา อัครจิตพิงษ์ อาจารย์วัชรวิกรม หิรัญพลาว์สภ และคุณอรนันต์ พงษ์เนตร ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและความเหมาะสมของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย กรุณาให้คำแนะนำ คำปรึกษาและให้ข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ตลอดจนเจ้าหน้าที่บัณฑิตศึกษา ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือด้วยดีตลอดมา

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.ลัดดาวัลย์ แจ่มฤกษ์แจ่ม และอาจารย์สำเนียง เพชรจอมประธาน และคณะกรรมการคุมสอบการค้นคว้าอิสระ คณาจารย์ทุกท่านที่กรุณาตรวจสอบ และแนะนำเนื้อหาอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ พร้อมทั้งให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ประโยชน์อันเกิดจากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแก่ บิดา มารดา ณ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ครอบครัวบุญปกครอง ครอบครัวพงษ์เนตร ครอบครัวโชสูงเนิน ครอบครัวก่อมขุนทด ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้การสนับสนุน เป็นกำลังใจ และแรงบันดาลใจตลอดระยะเวลาทำการค้นคว้าอิสระจนประสบความสำเร็จ ตลอดจนคณาจารย์ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันมีค่ายิ่ง และหวังว่าคงจะเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นได้บ้างตามสมควร

สุชาตรี บุญปกครอง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ	ซ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพประกอบ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของปัญหา.....	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผา	8
การบริหารจัดการคุณภาพเครื่องปั้นดินเผา	21
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดย่อม.....	24
แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	27
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารเชิงกลยุทธ์	30
การจัดการเชิงยุทธศาสตร์.....	37
พื้นที่ในการศึกษา	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	วิธีดำเนินการวิจัย..... 47 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 47 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย..... 48 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 48 การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลข้อมูล 49 สถิติที่ใช้ในการวิจัย..... 50 ขั้นตอนการดำเนินการสร้างแผนยุทธศาสตร์..... 50
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 51 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ 53 ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม 69 ตอนที่ 3 แนวทางการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ 79
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 93 สรุปผลการวิจัย..... 93 อภิปรายผล 96 ข้อเสนอแนะ..... 100
	บรรณานุกรม 101
	ภาคผนวก..... 107 ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 108 ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบ..... 110 ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์ในการวิจัยและแบบสอบถาม 114 ภาคผนวก ง ภาพประกอบเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน..... 125
	ประวัติย่อผู้วิจัย 132

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงภาพรวมของการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการและลูกค้า	53
2	แสดงผลสรุปเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาของผู้ประกอบการ	58
3	แสดงสรุปเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาของลูกค้า	62
4	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูล จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ซื้อ เครื่องปั้นดินเผา	70
5	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพรวมความพึงพอใจของผู้ซื้อ เครื่องปั้นดินเผาด้านต่างๆ.....	73
6	แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	74
7	แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย	75
8	แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด..	76
9	แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านราคา	77
10	แสดงข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด้านเกี่ยว	79
11	แสดงการวิเคราะห์ TOWS ด้วยตาราง Matrix เพื่อการสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสม องค์กร	81
12	แสดงสิ่งต้องปรับปรุงยุทธศาสตร์ และเป้าประสงค์ของแต่ละด้าน	83
13	แสดงสิ่งเป้าประสงค์กิจกรรม/โครงการ และผู้รับผิดชอบตามยุทธศาสตร์ การจัดการเครื่องปั้นดินเผาด้านผลิตภัณฑ์.....	84
14	แสดงสิ่งเป้าประสงค์กิจกรรม/โครงการ และผู้รับผิดชอบตามยุทธศาสตร์ การจัดการเครื่องปั้นดินเผาด้านการจัดจำหน่าย	85
15	แสดงสิ่งเป้าประสงค์กิจกรรม/โครงการ และผู้รับผิดชอบตามยุทธศาสตร์ การจัดการเครื่องปั้นดินเผาด้านการส่งเสริมการตลาด	86
16	แสดงสิ่งเป้าประสงค์กิจกรรม/โครงการ และผู้รับผิดชอบตามยุทธศาสตร์ การจัดการเครื่องปั้นดินเผาด้านราคา	86
17	แสดงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด้านเกี่ยว เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจ	88

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2 สรุปการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาผ่านเกวียน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา.....	92