แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ*

Guidelines for Developing Mham Product Business of Small Entrepreneurs in Chaiyaphum Province

[1]ปรัชญาภรณ์ ม่วงศิลป์, ชญาภัทร์ กี่อาริโย และ เชาวลิต อุปฐาก
[1]Pradchayaporn Muangsin, Chayapat Kee-ariyo and Chaowalit Auppathak
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Thailand.
[1]Corresponding Author's Email: Pradchayapornmuangsin@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ 2) ระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ 3) เปรียบเทียบระดับปัญหา ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ และ 4) นำเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณนำ และการวิจัยเชิงคุณภาพสนับสนุน กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการรายย่อยที่ผลิตและจำหน่ายหม่ำในจังหวัดชัยภูมิ จำนวน 50 ราย โดยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ และเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ คุณภาพเครื่องมือจากการประเมินความตรงเชิงเนื้อหา พบว่า เนื้อหาสอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์ และเหมาะสมมากที่สุด สถิติที่ใช้ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ มีดังนี้ ประเภทของผลิตภัณฑ์หม่ำที่ผลิตและจำหน่ายคือ หม่ำข้อ ประเภทหม่ำเนื้อวัว และหม่ำพก ประเภทหม่ำเนื้อหมู มีปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์หม่ำต่อเดือนไม่เกิน 1,000 ชิ้น ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จัดจำหน่ายการตลาดทางตรง (ขายหน้าร้าน) มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หม่ำต่อเดือน 30,001-40,000 บาท และส่วนใหญ่ธุรกิจตั้งอยู่ที่อำเภอคอนสวรรค์ 2) ผู้ประกอบการรายย่อยมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการผลิต รองลงมาคือ ด้านวัตถุดิบ และน้อยที่สุดคือ ด้านการบริหารจัดการ 3) ผลการเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ช่องทางการจัดจำหน่าย รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หม่ำต่อเดือน และทำเลที่ตั้งของร้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ คือ ผู้ประกอบการควรร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อปรับปรุงวัตถุดิบและราคา พัฒนาผลิตภัณฑ์ตามกระแสนิยม หาแหล่งเงินทุนจากรัฐบาลอย่างคุ้มค่า และอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มทักษะและประสิทธิภาพ รวมถึงพัฒนาทักษะการวางแผนเชิงกลยุทธ์

*Received February 7, 2025; Revised February 26, 2025; Accepted March 4, 2025

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา; ผลิตภัณฑ์หม่ำ; ผู้ประกอบการรายย่อย

Abstract

This research article aims to study: (1) the business operations of Mham product entrepreneurs in Chaiyaphum Province, (2) the level of problems in operating Mham product businesses, (3) a comparison of the problems in Mham product business operations, and (4) guidelines for developing Mham product businesses. This study employs a quantitative research approach supported by qualitative research. The sample group consists of 50 small-scale entrepreneurs producing and selling Mham in Chaiyaphum Province, selected through stratified and purposive sampling. The research instruments used are questionnaires and interviews. The content validity assessment indicates that the instruments align with the research objectives and are highly appropriate. The statistical methods used for data analysis include frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA, and content analysis.

The research findings indicate that: (1) The business operations of Mham product entrepreneurs in Chaiyaphum Province include the following: the types of Mham products produced and sold are " Mham khor" (beef tendon Mham), " Mham nua" (beef Mham), and " Mham pok" (pork Mham). The monthly production volume does not exceed 1,000 pieces. Most businesses have been operating for over 15 years and rely primarily on direct marketing (in-store sales). The monthly revenue from Mham product sales ranges between 30,001–40,000 baht, with the majority of businesses located in Khon Sawan District. (2) Small entrepreneurs face significant business operation problems, with production issues being the most prominent, followed by raw material issues, while management issues are the least significant. (3) When comparing the levels of operational problems among small-scale Mham product entrepreneurs, most factors show no significant differences, except for business operation duration, distribution channels, monthly sales revenue, and business location, which show statistically significant differences at the 0.05 level. (4) The suggested business development guidelines include collaborating with government agencies to improve raw materials and pricing, adapting products to market trends, seeking government funding efficiently, training employees to enhance skills and efficiency, and developing strategic planning skills.

Keywords: Business Development Guidelines; Mham Products; Small-Scale Entrepreneurs

บทนำ

ธุรกิจรายย่อยเป็นธุรกิจที่ช่วยในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากธุรกิจรายย่อย ช่วยให้เกิดการกระจายรายได้จากกลุ่มผู้ประกอบธุรกิจ ไปสู่กลุ่มคนต่าง ๆ ทำให้เกิดการจ้างงานและประชาชนมีรายได้ ซึ่งเป็นตัวช่วยให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมดีขึ้น อีกทั้งยังเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจขนาดใหญ่

เพราะความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจรายย่อยทำให้ธุรกิจมั่นคงมียอดการผลิตที่สูงขึ้น และมีการนำเทคโนโลยี ที่สูงขึ้นมาใช้ในการผลิต ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นฐานไปสู่ธุรกิจขนาดใหญ่ขึ้น ดังนั้นการพัฒนาธุรกิจรายย่อย ต้องดำเนินการอย่างรอบด้านทั้งด้านการผลิต การบริหารจัดการ การบริหารทรัพยากรบุคคล การเงิน การตลาด และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งทั้งหมดนี้ต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน (Office of the National Economic and Social Development Board, 2021) โดยนโยบายที่วางไว้ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ.2560-2564 เน้นย้ำการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างต่อเนื่อง (Office of the National Economic and Social Development Board, 2018) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ.2566-2570 เน้นย้ำว่าประเทศไทยจะมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีศักยภาพสูงและสามารถแข่งขันได้ (Office of the National Economic and Social Development Board, 2023) ซึ่งรวมถึงการพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน ช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของไทยสามารถเชื่อมโยงในเครือข่ายห่วงโซ่คุณค่าระดับโลกได้โดยง่าย

ปัจจุบันจังหวัดชัยภูมิได้ขับเคลื่อน Roadmap ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์หม่ำชัยภูมิ ปี 2567-2570 อย่างต่อเนื่องให้บรรลุเป้าหมายการยกระดับภูมิปัญญาพื้นบ้าน Soft Power ด้านอาหาร ของฝากประจำจังหวัดชัยภูมิสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง (High Value Produce) โดยจังหวัดชัยภูมิร่วมกับ องค์การบริหารส่วนจังหวัดชัยภูมิ องค์การบริหารส่วนตำบลช่องสามหมอ อำเภอคอนสวรรค์ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดงาน “เทศกาลหม่ำโลก ครั้งที่ 1 จังหวัดชัยภูมิ” ณ ตลาดหม่ำ ช่องสามหมอ ระหว่างวันที่ 31 พฤษภาคม 2567-3 มิถุนายน 2567 เพื่อส่งเสริมสร้างกระแส ด้านการประชาสัมพันธ์ สร้างมูลค่าเพิ่มและขยายฐานการตลาด “หม่ำ” ผลิตภัณฑ์สินค้าโอทอปให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างและเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีผู้มาเที่ยวชมงาน มากกว่า 5,000 คน โดยร้อยละ 82 เป็นคนในพื้นที่ชัยภูมิ อีกร้อยละ 18 เป็นคนนอกพื้นที่ ยอดจำหน่ายสินค้า/ ผลิตภัณฑ์หม่ำในงานฯ และที่ตลาดหม่ำช่องสามหมอ มูลค่า 1.06 ล้านบาท โดยรวมแล้วมีเงินหมุนเวียนระบบเศรษฐกิจ ทั้งการจ้างงาน การจำหน่ายสินค้า อาหาร/เครื่องดื่ม และอื่นๆ กว่า 2.5 ล้านบาท ความพึงพอใจ ของผู้มาเที่ยวชมงานมีความพึงพอใจการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หม่ำมากที่สุด (Chaiyaphum Provincial Office, 2022)

หม่ำ หรือ หม้ำ คือ ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ชนิดหนึ่ง ที่ผลิตจากเนื้อวัว/ เนื้อหมู ผสมกับตับ/ปอด/ม้าม ตามความชอบของแต่ละท้องถิ่น กระเทียม เกลือ ข้าวเหนียวคั่ว ดินประสิวเล็กน้อย คลุกให้เข้ากัน บรรจุในไส้หรือกระเพาะ ผึ่งลมให้เกิดการหมัก และจะทำให้มีรสเปรี้ยวเล็กน้อย ซึ่งการถนอมอาหารประเภทนี้เห็นได้จากอาหารท้องถิ่นของจังหวัดชัยภูมิที่เรียกว่า “หม่ำ” และเนื่องจากเป็นการแปรรูปอาหารจากภูมิปัญญาที่เก็บไว้ได้นาน จึงเป็นที่นิยมบริโภคมากที่สุดทั้งใน และต่างจังหวัด โดยเฉพาะภาคอีสานและนิยมซื้อเป็นของกินของฝาก (Klinjandang, and Dabphet, 2020)

แม้ว่าธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำซึ่งเป็นอาหารท้องถิ่นของจังหวัดชัยภูมิจะเป็นที่นิยมบริโภคมาก ทั้งในและต่างจังหวัด แต่ก็พบว่าปริมาณยอดขายน้อยรายได้ในท้องถิ่นอาจจะตอบสนองธุรกิจขนาดใหญ่ไม่ได้ และผู้ประกอบการรายย่อยมีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำ เนื่องจากใช้แรงงานของสมาชิกในครอบครัวที่สามารถให้ผลผลิตมากกว่า อีกทั้งยังมีข้อจำกัดในด้านการบริหารจัดการ การเข้าถึงการช่วยเหลือของรัฐบาล การได้รับข้อมูลข่าวสารและการเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ จากเหตุที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัย จึงมีความสนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินธุรกิจ ศึกษาระดับปัญหา เปรียบเทียบระดับปัญหา และเพื่อนำเสนอแนวทางการธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจาก

ผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยที่ผลิตและจำหน่ายหม่ำ ในจังหวัดชัยภูมิ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลและแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อย ในการพัฒนาศักยภาพ ในการดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองลูกค้า และสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น รวมทั้งพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการโดยมีเป้าหมายเพื่อความเป็นมืออาชีพ เพื่อสามารถบริหารจัดการธุรกิจ ให้ประสบความสำเร็จต่อไปได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ
2. เพื่อศึกษาระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ
4. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี โดยใช้วิธีการเชิงปริมาณนำและวิธีการเชิงคุณภาพสนับสนุน ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนวิจัยออกเป็น 6 ขั้นตอน เพื่อดำเนินการวิจัยให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาด้านเนื้อหา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี

ผู้วิจัยทำการศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎีเอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับ ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการรายย่อย แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หม่ำ และข้อมูลทั่วไปของจังหวัดชัยภูมิ เพื่อนำมาสร้างเครื่องมือวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาในภาคสนาม

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำรายย่อย ที่ผลิตและจำหน่ายหม่ำ อำเภอคอนสวรรค์ อำเภอเกษตรสมบูรณ์ อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ ในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ.2567 จำนวน 50 ราย

ขั้นตอนที่ 3 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำรายย่อย ที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หม่ำ ดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) ในอำเภอคอนสวรรค์ อำเภอ เกษตรสมบูรณ์ และอำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 50 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 70 จากอำเภอที่มีผู้ประกอบการรายย่อยที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หม่ำมากที่สุด 3 อันดับแรก และนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สามารถนำเสนอได้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ลำดับที่	อำเภอ	ประชากร (จำนวนผู้ประกอบการรายย่อย)	กลุ่มตัวอย่าง
1	อำเภอคอนสวรรค์	30	21
2	อำเภอเกษตรสมบูรณ์	25	18
3	อำเภอเมืองชัยภูมิ	15	11
	รวม	**70**	**50**

ขั้นตอนที่ 4 เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์

1. แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สภาพในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อยในจังหวัดชัยภูมิ

ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อยในจังหวัดชัยภูมิ โดยใช้องค์ประกอบ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านวัตถุดิบ ด้านการผลิต ด้านการขาย ด้านการเงิน ด้านพนักงาน และด้านการบริหารจัดการ ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช่มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่คะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุดคือ 5

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเพิ่มเติม และข้อเสนอแนะ การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 7 คน

ในการประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ด้วยการประเมินหาค่า IOC (Index of item objective congruence) ซึ่งมีค่าระหว่าง 0.71 - 1.00 อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

จากนั้นนำแบบสอบถามไปขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิ 7 คนเพื่อประเมินความเหมาะสมของแบบสอบถาม ด้วยแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับคือ แบบทดสอบมีความเหมาะสมมากที่สุด เหมาะสมมาก เหมาะสมปานกลาง เหมาะสมน้อย และเหมาะสมน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.80 อยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด จึงนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

2. แบบสัมภาษณ์ ซึ่งแบ่งแบบสัมภาษณ์ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการรายย่อยที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หม่ำ ในจังหวัดชัยภูมิ

ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเพิ่มเติม และข้อเสนอแนะ

ขั้นตอนที่ 5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล จากคณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการจัดเก็บข้อมูล จากผู้ประกอบการรายย่อยที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หม่ำในจังหวัดชัยภูมิ

2. จัดเตรียมแบบสอบถามในรูปแบบกระดาษ และรูปแบบออนไลน์ (Google Form)

3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการลงพื้นที่ในอำเภอคอนสวรรค์ อำเภอเกษตรสมบูรณ์ และอำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ จนครบตามจำนวน

4. ผู้วิจัยดำเนินการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหามาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

5. ทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และอภิปรายผล

6. สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลทั้งหมดมาแปลผล จากนั้นประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และทำตามวัตถุประสงค์การวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ข้อมูล เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำรายย่อย ผลิตหม่ำข้อ ประเภทหม่ำเนื้อวัว คิดเป็นร้อยละ 94 และผลิตหม่ำพก ประเภทหม่ำเนื้อหมู คิดเป็นร้อยละ 94 ซึ่งมีปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์หม่ำต่อเดือน ไม่เกิน 1,000 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 42.00 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 50.00 โดยจัดจำหน่ายการตลาดทางตรง (ขายหน้าร้าน) คิดเป็นร้อยละ 72.00 มีรายได้ จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หม่ำต่อเดือน 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.00 และมีทำเลที่ตั้ง ของร้านอยู่ในอำเภอคอนสวรรค์ คิดเป็นร้อยละ 42.00

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ สามารถนำเสนอได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญของปัญหา
ด้านวัตถุดิบ	4.28	0.31	มาก
ด้านการผลิต	4.37	0.42	มาก
ด้านการขาย	4.05	0.57	มาก
ด้านการเงิน	4.07	0.44	มาก
ด้านพนักงาน	3.93	0.54	มาก
ด้านการบริหารจัดการ	3.77	0.44	มาก
รวม	**4.07**	**0.28**	**มาก**

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการ รายย่อย จังหวัดชัยภูมิ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.07, S.D. = 0.28) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการผลิต ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = 0.42) ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ประกอบการ ขาดการถ่ายทอด

กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์หม่ำให้ผู้ปฏิบัติงานจึงส่งผลต่อกระบวนการผลิต รองลงมาคือ ด้านวัตถุดิบ ($\overline{X}$ = 4.28, S.D. = 0.31) และน้อยที่สุดคือ ด้านการบริหารจัดการ ($\overline{X}$ = 3.77, S.D. = 0.44)

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการ รายย่อย จังหวัดชัยภูมิ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นระยะเวลา ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ช่องทางการจัดจำหน่าย รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หม่ำต่อเดือน และทำเลที่ตั้งของร้านมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ด้านวัตถุดิบ และด้านการผลิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถนำเสนอได้ดังตารางที่ 3 - 6

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ด้านวัตถุดิบ และด้านการผลิต จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านวัตถุดิบ	ระหว่างกลุ่ม	1.63	3	.54	8.00*	.00
	ภายในกลุ่ม	3.12	46	.07		
	รวม	4.75	49			
ด้านการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	4.73	3	1.58	17.70*	.00
	ภายในกลุ่ม	4.10	46	.09		
	รวม	8.83	49			

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำด้านวัตถุดิบ และด้านการผลิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ด้านวัตถุดิบ และด้านการผลิต จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านวัตถุดิบ	ระหว่างกลุ่ม	.95	3	.32	3.82*	.02
	ภายในกลุ่ม	3.81	46	.08		
	รวม	4.75	49			
ด้านการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	3.72	3	1.24	11.14*	.001
	ภายในกลุ่ม	5.11	46	.11		
	รวม	8.83	49			

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ด้านวัตถุดิบ และด้านการผลิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ด้านวัตถุดิบ และด้านการผลิต จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หม่ำต่อเดือน

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านวัตถุดิบ	ระหว่างกลุ่ม	2.03	3	.68	11.40*	.00
	ภายในกลุ่ม	2.73	46	.06		
	รวม	4.75	49			
ด้านการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	3.95	3	1.32	12.43*	.00
	ภายในกลุ่ม	4.88	46	.11		
	รวม	8.83	49			

จากตารางที่ 5 ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หม่ำต่อเดือนต่างกัน มีปัญหา ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ด้านวัตถุดิบ และด้านการผลิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ด้านวัตถุดิบ และด้านการผลิต จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้าน

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านวัตถุดิบ	ระหว่างกลุ่ม	.83	2	.42	4.98*	.01
	ภายในกลุ่ม	3.92	47	.08		
	รวม	4.75	49			
ด้านการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	2.54	2	1.27	9.51*	.00
	ภายในกลุ่ม	6.29	47	.13		
	รวม	8.83	49			

จากตารางที่ 6 ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งของร้านต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ด้านวัตถุดิบ และด้านการผลิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า

1. ด้านวัตถุดิบ เพื่อรับมือต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น ผู้ประกอบการควรร่วมมือกับภาครัฐในการปรับปรุงรูปแบบและราคาวัตถุดิบ พร้อมพัฒนาวิธีการเก็บรักษาให้มีอายุการใช้งานยาวนานขึ้น เพื่อรักษาราสชาติ และลดต้นทุนการจัดซื้อวัตถุดิบ

2. ด้านการผลิต ผู้ประกอบการควรวางแผนการผลิตล่วงหน้าสำหรับช่วงเทศกาล โดยเตรียมวัตถุดิบและแรงงานให้เพียงพอ รวมทั้งให้ความรู้และฝึกอบรมพนักงานในการใช้เครื่องมือเพื่อรองรับการผลิตที่เพิ่มขึ้นตามความต้องการตลาดในช่วงเทศกาล

3. ด้านการขาย ผู้ประกอบการควรพัฒนาผลิตภัณฑ์หม่ำให้ทันสมัยและสะดวกต่อการบริโภค โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดอบรมเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของคนรุ่นใหม่ เพื่อเพิ่มยอดขาย

4. ด้านการเงิน ผู้ประกอบการควรค้นหาแหล่งเงินทุนเพิ่มเติมจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี หรือสถาบันการเงิน โดยต้องพิจารณาความคุ้มค่าก่อนตัดสินใจกู้ยืม

5. ด้านพนักงาน ผู้ประกอบการควรจัดอบรมพัฒนาพนักงานมุ่งเพิ่มทักษะและประสิทธิภาพ โดยให้คำแนะนำด้านการขายหน้าร้านและจัดตำแหน่งงานตามคุณสมบัติพนักงาน เช่น มอบหมายงานขาย ให้พนักงานที่มีทักษะการสื่อสารดี และงานผลิตให้พนักงานที่ขยันและทุ่มเท

6. ด้านการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการควรพัฒนาทักษะการวางแผนและการคิดเชิงกลยุทธ์ เพื่อการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ศึกษากฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเพื่อปฏิบัติตามกฎ เข้าร่วมอบรมและติดตามข่าวสารจากหน่วยงานรัฐอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง ในยุคดิจิทัล โดยใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์ในการดึงดูดลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ ผู้วิจัยสามารถสรุปองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1. ด้านวัตถุดิบ ผู้ประกอบการควรร่วมมือกับภาครัฐเพื่อปรับปรุงวัตถุดิบและราคา

2. ด้านการผลิต ผู้ประกอบการควรวางแผนการผลิตและเตรียมความพร้อมล่วงหน้าสำหรับ ช่วงเทศกาล

3. ด้านการขาย ผู้ประกอบการควรมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์หม่ำให้สอดรับกระแสนิยม ของตลาดเพิ่มมากขึ้น

4. ด้านการเงิน ผู้ประกอบการควรเสาะหาแหล่งเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐ โดยพิจารณา ความคุ้มค่าก่อนตัดสินใจกู้ยืม

5. ด้านพนักงาน ผู้ประกอบการควรจัดอบรมพัฒนาพนักงานมุ่งเพิ่มทักษะและประสิทธิภาพ

6. ด้านการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการควรพัฒนาทักษะการวางแผนและการคิดเชิงกลยุทธ์ เพื่อการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ



Picture 1: Guidelines for Developing the Mham Product Business of Small-Scale Entrepreneurs in Chaiyaphum Province

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า สภาพการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ มีดังนี้ ประเภทของผลิตภัณฑ์หม่ำที่ผลิตและจำหน่ายคือ หม่ำข้อ ประเภทหม่ำเนื้อวัว และหม่ำพก ประเภทหม่ำเนื้อหมู สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sukbua, Phuchongchai, and Chaipugdee (2020) กล่าวว่า หม่ำ คือ วิธีการเก็บรักษาเนื้อสัตว์ไม่ให้เน่าเสีย โดยมีเนื้อวัว หรือเนื้อหมู ผสมกับตับ ในอัตราส่วนที่พอเหมาะ ซึ่งมีปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์หม่ำต่อเดือนไม่เกิน 1,000 ชิ้น สอดคล้องกับ Samerjai, Meemak, and Pitiruek (2009) กล่าวว่า ความพร้อมของทรัพยากรการผลิต ต้องรู้จักศักยภาพของตนเอง และบริหารให้สามารถใช้ศักยภาพนั้นได้อย่างเต็มที่ไม่ให้เกิดความล่าช้าในสายการผลิต ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป สอดคล้องกับ Mathuros (2020) กล่าวว่า ผู้ประกอบการในรูปแบบเจ้าของคนเดียว ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการก่อตั้งสถานประกอบการมาแล้ว 8 ปี จัดจำหน่ายการตลาดทางตรง (ขายหน้าร้าน) มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หม่ำต่อเดือน 30,001-40,000 บาท และส่วนใหญ่ธุรกิจตั้งอยู่ที่อำเภอคอนสวรรค์ สอดคล้องกับ Samerjai, Meemak, and Pitiruek (2009) กล่าวว่า การค้าปลีกเป็นธุรกิจกลางและขนาดย่อมที่นิยมทำกันเนื่องจากความสะดวก ต่อการจัดตั้ง การพยากรณ์ยอดขายดูจากฐานยอดขายเดิม และประมาณการจากแนวโน้มของตลาดที่อาจเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์แวดล้อม

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการผลิต รองลงมาคือ ด้านวัตถุดิบ และน้อยที่สุดคือ ด้านการบริหารจัดการ ทั้งนี้เป็นเพราะเครื่องมือและเครื่องจักร ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์หม่ำมีราคาสูง ราคาเนื้อสัตว์ขึ้นอยู่กับต้นทุนการผลิต ส่งผลให้สินค้ามีต้นทุนที่สูง และผู้ประกอบการยังขาดความรู้ในการจัดการที่เป็นระบบ สอดคล้องกับ Samerjai, Meemak, and Pitiruek (2009) กล่าวว่า ธุรกิจขนาดเล็กจะมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรในการดำเนินงานเมื่อเปรียบเทียบ กับธุรกิจขนาดใหญ่ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Aphiprachayasakul (2014) กล่าวว่า การผลิตเป็นกระบวนการ

ที่เปลี่ยนปัจจัยนำเข้าเป็นผลลัพธ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งปัจจัยนำเข้า ประกอบด้วยปัจจัย 5M's คือ ทรัพยากรมนุษย์ เครื่องจักร อุปกรณ์รวมถึงสาธารณูปโภคพื้นฐาน วัตถุดิบ เงินลงทุน และการบริหาร การผลิต เพื่อให้ได้ผลิตผลเป็นผลิตภัณฑ์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ช่องทาง การจัดจำหน่าย รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หม่ำต่อเดือน และทำเลที่ตั้งของร้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงแต่ละด้านดังนี้

จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ พบว่า ผู้ประกอบการรายย่อยธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ จังหวัดชัยภูมิ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำแตกต่างกัน มีปัญหา ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ด้านวัตถุดิบ และด้านการผลิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลานานย่อมมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจได้ดีกว่า สอดคล้องกับแนวคิด ของ Chunhaphantarak (1998) กล่าวว่า การพิจารณาศึกษากิจกรรมทางการผลิตที่จำเป็น ได้แก่ วัตถุดิบของการผลิต การควบคุมการผลิตและคุณภาพการผลิต มีผลต่อการก่อให้เกิดการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ

จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ประกอบการรายย่อยธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ จังหวัดชัยภูมิ ที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายต่างกันมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ด้านวัตถุดิบ และด้านการผลิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ทั้งนี้เป็นเพราะการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการเลือกวัตถุดิบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chum-un et al. (2020) กล่าวว่า การผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าอาจส่งผล ให้เกิดต้นทุนที่ไม่จำเป็นเพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากการผลิตที่เร่งรีบ รวมถึงการจ่ายค่าล่วงเวลาด้วย นอกจากนี้หากวัตถุดิบขาดแคลนก็อาจทำให้ค่าขนส่งเพิ่มขึ้นสำหรับการส่งมอบเร่งด่วนได้

จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หม่ำต่อเดือน พบว่า ผู้ประกอบการรายย่อย ธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ จังหวัดชัยภูมิ ที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หม่ำต่อเดือนต่างกันมีปัญหา ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ด้านวัตถุดิบ และด้านการผลิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เป็นเพราะการเลือกใช้วัตถุดิบ ที่มีคุณภาพและการบริหารจัดการการผลิตให้มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อรายได้ ของผู้ประกอบการ และความพึงพอใจของผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chum-un et al. (2020) กล่าวว่า การวางแผนการผลิตที่ไม่เพียงพออาจนำไปสู่ปัญหาต่าง ๆ ซึ่งส่งผลให้เกิดต้นทุนที่ไม่สร้างรายได้ และค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้าน พบว่า ผู้ประกอบการรายย่อยธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ จังหวัดชัยภูมิ ที่มีทำเลที่ตั้งของร้านต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ด้านวัตถุดิบ และด้านการผลิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ทั้งนี้เป็นเพราะทำเลที่ตั้งของร้านมีอิทธิพลต่อการหาปัจจัยการผลิต ทำให้ผู้ประกอบการ สามารถพยากรณ์ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง ส่งผลให้มีข้อมูลในการใช้พยากรณ์การผลิตได้อย่างถูกต้องด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sukbua, Phuchongchai, and Chaipugdee (2020) กล่าวว่า กระบวนการผลิตและวิธีการทำหม่ำด้วยภูมิปัญญา แบบดั้งเดิมมีการเตรียมวัตถุดิบและอุปกรณ์ ที่หาได้ในท้องถิ่น และสอดคล้องกับแนวคิดของ Samerjai, Meemak, and Pitiruek (2009) กล่าวว่า การพยากรณ์ยอดขายต้องดูจากฐานยอดขายเดิม และประมาณการจากแนวโน้มของตลาดที่อาจเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์แวดล้อม

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 4 แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ สามารถอภิปรายผลในแต่ละด้าน ดังนี้

แนวทางการพัฒนาด้านวัตถุดิบ พบว่า เพื่อรับมือต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น ผู้ประกอบการควรร่วมมือ กับภาครัฐในการปรับปรุงรูปแบบและราคาวัตถุดิบ พร้อมพัฒนาวิธีการเก็บรักษาให้มีอายุการใช้งานยาวนานขึ้น เพื่อรักษารสชาติและลดต้นทุนการจัดซื้อวัตถุดิบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sukbua, Phuchongchai, and Chaipugdee (2020) ได้กล่าวไว้ว่า แนวทางการส่งเสริมกระบวนการเตรียมวัตถุดิบ และขั้นตอน การทำผลิตภัณฑ์หม่ำที่สะอาดถูกสุขลักษณะ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สาธารณสุขอำเภอ และพัฒนาชุมชน เป็นต้น ควรให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการขอรับรองอาหารปลอดภัยจากสำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา (อย.)

แนวทางการพัฒนาด้านการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการควรวางแผนการผลิตล่วงหน้าสำหรับ ช่วงเทศกาล โดยเตรียมวัตถุดิบและแรงงานให้เพียงพอ รวมทั้งให้ความรู้และฝึกอบรมพนักงาน ในการใช้เครื่องมือ เพื่อรองรับการผลิตที่เพิ่มขึ้นตามความต้องการตลาดในช่วงเทศกาล สอดคล้องกับแนวคิดของ Samerjai, Meemak, and Pitiruek (2009) กล่าวว่า การพยากรณ์ยอดขาย ดูจากฐานยอดขายเดิมและประมาณการจากแนวโน้มของตลาด ที่อาจเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์แวดล้อม และการคำนวณระดับสินค้าคงคลังที่ถูกต้องเชื่อถือได้จะช่วยให้ทราบถึงปริมาณและเวลาที่ควรทำการผลิต

แนวทางการพัฒนาด้านการขาย พบว่า ผู้ประกอบการควรพัฒนาผลิตภัณฑ์หม่ำให้ทันสมัยและสะดวกต่อการบริโภค โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดอบรมเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการ ของคนรุ่นใหม่เพื่อเพิ่มยอดขาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Polsri, Kasamauk, and Saelee (2020) ได้กล่าวไว้ว่า ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์และออกแบบผลิตภัณฑ์ควบคู่กันไป โดยค้นหา สร้างสรรค์สิ่งใหม่ หาวิธีแก้ไขหรือคำตอบใหม่สำหรับปัญหาต่าง ๆ และอาศัยกรรมวิธีการผลิตด้วยวิทยาการที่ก้าวหน้า ทำความเข้าใจการวิเคราะห์ปัญหา สู่การคิดออกแบบสร้างสรรค์ และการปรับปรุงผลิตภัณฑ์

แนวทางการพัฒนาด้านการเงิน พบว่า ผู้ประกอบการควรค้นหาแหล่งเงินทุนเพิ่มเติมจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี หรือสถาบันการเงิน โดยต้องพิจารณาความคุ้มค่าก่อนตัดสินใจกู้ยืม สอดคล้องกับ งานวิจัยของ Sonpanao, and Kee-ariyo (2022) กล่าวว่า เพื่อให้ธุรกิจเติบโตมากขึ้น ผู้ประกอบการควรหาแหล่งเงินกู้ที่ให้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อใช้ในการพัฒนากิจการให้สามารถสู้คู่แข่งได้

แนวทางการพัฒนาด้านพนักงาน พบว่า ผู้ประกอบการควรจัดอบรมพัฒนาพนักงานมุ่งเพิ่มทักษะและประสิทธิภาพ โดยให้คำแนะนำด้านการขายหน้าร้านและจัดตำแหน่งงานตามคุณสมบัติพนักงาน เช่น มอบหมายงานขายให้พนักงานที่มีทักษะการสื่อสารดี และงานผลิตให้พนักงานที่ขยันและทุ่มเท สอดคล้องกับงานวิจัยของ Butkrut, and Kee-ariyo (2021) ได้กล่าวไว้ว่า การส่งเสริมพนักงานให้มีความเป็นมืออาชีพ สามารถสร้างและรักษาคุณค่าของธุรกิจของตนเองไว้ได้อย่างเหนียวแน่น

แนวทางการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ พบว่า ผู้ประกอบการควรพัฒนาทักษะการวางแผน และการคิดเชิงกลยุทธ์ เพื่อการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ศึกษากฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เพื่อปฏิบัติตามกฎ เข้าร่วมอบรมและติดตามข่าวสารจากหน่วยงานรัฐอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนอง ต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล โดยใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์ในการดึงดูดลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของ Samerjai, Meemak, and Pitiruek (2009) กล่าวว่า การที่มีผู้ที่รู้จักสามารถชี้แนะ และช่วยติดต่อกับบุคคลหรือช่องทางที่ถูกต้องจะช่วยร่นระยะเวลาในการคลำหาเส้นทางที่ถูกต้องด้วยตนเอง ได้อย่างมาก

สรุป

สภาพการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำของผู้ประกอบการรายย่อย จังหวัดชัยภูมิ มีดังนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ผลิตและจำหน่ายหม่ำข้อ ประเภทหม่ำเนื้อวัว และหม่ำพก ประเภทหม่ำเนื้อหมู ซึ่งมีปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์หม่ำต่อเดือน ไม่เกิน 1,000 ชิ้น มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์หม่ำ ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป โดยจัดจำหน่ายการตลาดทางตรง (ขายหน้าร้าน) มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หม่ำต่อเดือน 30,001-40,000 บาท และมีทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ในอำเภอคอนสวรรค์ ผู้ประกอบการมีปัญหาเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย รวมถึงไม่สามารถควบคุมราคาเนื้อสัตว์ได้ เนื่องจากต้นทุนการผลิต การถ่ายโอนกระบวนการผลิตไปยังผู้ประกอบการไม่เพียงพอ ขณะที่ปัญหาด้านการขาย เกิดจากการขาดประสบการณ์ในการสำรวจตลาดใหม่และกิจกรรมส่งเสริมการขายที่จำกัด ด้านการเงินมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงและไม่มีเงินสำรองเป็นปัญหาสำคัญ นอกจากนี้ปัญหาพฤติกรรมของพนักงานที่ไม่เหมาะสม อัตราการลาออกที่สูงส่งผลเสียต่อประสิทธิภาพการผลิต และด้านการบริหารจัดการมีการขาดแคลนความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ ซึ่งส่งผลต่อการบริหารจัดการภายในร้าน ผู้ประกอบการ จึงควรร่วมมือกับภาครัฐในการปรับปรุงรูปแบบและราคาวัตถุดิบ วางแผนการผลิตล่วงหน้า สำหรับช่วงเทศกาล โดยเตรียมวัตถุดิบและแรงงานให้เพียงพอ พัฒนาผลิตภัณฑ์หม่ำให้ทันสมัยและสะดวก ต่อการบริโภค ค้นหาแหล่งเงินทุนเพิ่มเติมจากหน่วยงานภาครัฐ โดยต้องพิจารณาความคุ้มค่าก่อนตัดสินใจกู้ยืม จัดอบรมพัฒนาพนักงานมุ่งเพิ่มทักษะและประสิทธิภาพ และพัฒนาทักษะการวางแผนและการคิดเชิงกลยุทธ์ เพื่อการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ผลิตภัณฑ์หม่ำเป็นอาหารยอดนิยมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยขั้นตอนการผลิต แตกต่างกันตามพื้นที่และมีการถ่ายทอดกระบวนการทำผ่านภูมิปัญญาของคนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ควรเลือกใช้วัตถุดิบสดใหม่จากท้องถิ่น ขณะที่หน่วยงานราชการควรวางแผนเพื่อยกระดับคุณภาพ และเสถียรภาพราคาวัตถุดิบ

1.2 ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการวางแผนการผลิตและเตรียมความพร้อมล่วงหน้า โดยต้องจัดเตรียมวัตถุดิบและแรงงานให้เพียงพอต่อความต้องการที่อาจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะต้องพิจารณา จากยอดขายในอดีตและการประมาณการตามแนวโน้มของตลาดที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์แวดล้อมต่าง ๆ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาแนวโน้มตลาดและการมองหาตลาดรองรับผลิตภัณฑ์หม่ำ เพื่อรักษาอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นต่อไป

2.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับพัฒนารูปแบบการผลิตผลิตภัณฑ์หม่ำให้มีรูปแบบที่ทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน

2.3 ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์หม่ำเพื่อให้มีอายุการเก็บรักษานานขึ้น โดยการสำรวจและทดลองใช้เทคนิคต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถผลิตผลิตภัณฑ์หม่ำ ได้มากขึ้นและสามารถจำหน่ายได้ในระยะเวลาที่นานขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มรายได้และความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

References

Aphiprachayasakul, K. (2014). *Production Management.* (2nd ed.). Bangkok: Focus Media and Publishing.

Butkrut, J., & Kee-ariyo, C. (2021). Guidelines for the Development of Traditional Cake Products Business of Entrepreneurs in Trang Province. *Journal of Technical Education Development*, 35(127), 29-38.

Chaiyaphum Provincial Office. (2022). *Chaiyaphum Provincial Development Plan B.E. 2566-2570* [A.D. 2023-2027]. Retrieved June 6, 2024, from https://www.chaiyaphum.go.th/page_other/Plan_cyp2561-2564.php

Chum-un, M. et al. (2020). Supply Chain Management for Value Creation of Economic Plants in Muang District, Mae Hongson Province. *Journal of Accountancy and* Management, 12(3), 49-62.

Chunhaphantarak, C. (1998). *Small Business Management.* Bangkok: Suan Dusit Rajabhat Institute.

Klinjandang, K., & Dabphet, S. (2020). The Development of Gastronomy Tourism Destination with the Uniqueness of Local Food. *NRRU Community Research Journal*, 15(3), 144-157.

Mathuros, S. (2020). *The Key Success Factors of Small and Medium Business Entrepreneurs in Central Region of Thailand. (Doctoral Dissertation).* Rangsit University. Bangkok.

Office of the National Economic and Social Development Board. (2021). *National Strategy 20 Years*. Retrieved June 6, 2024, from http://nscr.nesdb.go.th

Office of the National Economic and Social Development Board. (2018). *National Economic and Social Development Plan B.E.2561-2564 [A.D. 2018-2021].* Retrieved June 6, 2024, from https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422

Office of the National Economic and Social Development Board. (2023). *National Economic and Social Development Plan B.E.2566-2570 [A.D. 2023-2027].* Retrieved June 6, 2024, from https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2565/E/258/T_0001.PDF

Polsri, C., Kasamauk, S., & Saelee., R. (2020). Potential Development to Increase Productivity for Food Processing Community-Based Enterprise by a Case Study of Crap Fish Farming, Ban Khamkornta, Sai Moon District, Yasothon Province. *Graduate School Journal Chiang Rai Rajabhat University*, 13(2), 87-98.

Rojjanaprapayon, R. et al. (2019). Promotion Policy on Small and Medium Enterprises according to the National Economic and Social Development *Plan. Journal of Academic for Public and Private Management*, 1(2), 89-105.

Samerjai, C., Meemak, T., & Pitiruek., K. (2009). *Small Business Management.* Bangkok: Se-Education.

Sonpanao, R., & Kee-ariyo, C. (2022). Guidelines for Korat Mee Business of Small Entrepreneurial in Nakhon Ratchasima. *Journal of Technical Education Development*, 35(124), 82-91.

Sukbua, K., Phuchongchai, T., & Chaipugdee, D. (2020). Promotion of “Mum” Production Wisdom. *NRRU Community Research Journal*, 14(1), 44-56.