



แนวทางดำเนินธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่มุกริมถนนเอเชีย
อำเภอไทโย จังหวัดสุราษฎร์ธานี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

แนวทางดำเนินธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย
อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

BUSINESS PRACTICES, PROBLEMS AND DIFFICULTIES OF THE SALTED EGG
ENTREPRENEURS AT ASIA ROAD SIDE, DISTRICT OF CHAIYA, SURATHANEE.



ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Program of Entrepreneurship

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2010

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “แนวทางดำเนินธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่มุกริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี” เสนอโดย นายเอกกมล ทับเวช เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัทสนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์)

...../...../.....

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภนที หอมสุด)

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

...../...../.....



51602750 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : แนวทางดำเนินธุรกิจ/ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนน

เอกภมล ทับเวช : แนวทางดำเนินธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผศ. ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์. 96 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงแนวทางดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี และเพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36 - 45 ปี มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา เริ่มดำเนินธุรกิจเมื่อ 4-10 ปีที่ผ่านมา เริ่มก่อตั้งร้านไข่ในรูปแบบธุรกิจครัวเรือน ลักษณะของสินค้าทำการผลิตและบรรจุเรือพร้อมจำหน่ายในรูปแบบแพ็คเกจ และกล่อง เงินลงทุนเริ่มแรกในธุรกิจ 10,000 - 50,000 บาท ลักษณะการดำเนินธุรกิจเจ้าของคนเดียว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท รายได้หลังหักต้นทุนเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 15,000 บาท การวางแผนการขายผ่านร้านริมถนน ร้านสะดวกซื้อ ตลาดสด และขายส่ง การตั้งการด้วยเจ้าของกิจการ การผลิตเองในครัวเรือน เทคโนโลยีคือการนำความรู้และประสบการณ์ การเงินมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย บัญชีลูกหนี้-เจ้าหนี้ ประมาณการขาย การผลิต ขนาดของธุรกิจเป็นกิจการขนาดเล็ก ความเติบโตก้าวหน้าในช่วงที่ผ่านมา เริ่มตั้งแต่ปี 2545 จนถึงปัจจุบันและได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐในการจัดงานเทศกาลสินค้า โอท็อป การวางแผนธุรกิจสำหรับอนาคตโดยเพิ่มช่องทางการขาย รวมกลุ่มเพื่อให้มีอำนาจต่อรอง มีโอกาสและกลยุทธ์ สามารถเติบโตในตลาดค่อนข้างสูง ปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ การขาย การผลิต หรือการวางจำหน่าย คือ ด้านเงินทุน ด้านวัตถุดิบ ด้านไข่หวัดนก ด้านทักษะความรู้ในการบริหารจัดการ ปัญหาในด้านการขายมีการลอกเลียนแบบ ปัญหาในด้านการผลิตราคาไข่ที่เพิ่มสูงขึ้นจากภาวะน้ำมัน ปัญหาด้านทักษะการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ปัญหาในการวางจำหน่าย การจัดวางสินค้าไม่โดดเด่น ผู้ประกอบการขาดทักษะความรู้ทางการตลาด ผลกระทบในการดำเนินธุรกิจ ด้านต้นทุนสินค้าที่นำมาผลิต ด้านยอดขาย ด้านค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ด้านเงินลงทุน วิธีการแก้ไขด้วยการ ศึกษาหาความรู้ด้วยตนเองเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจให้ถูกต้อง ด้านการขายและการวางจำหน่าย ร่วมออกร้านกับงานเทศกาลประจำอำเภอ จัดลดราคาสินค้า ด้านการผลิต รวมกลุ่มกันซื้อไข่เป็ด ไข่ไก่ ไข่ไก่ ไข่ไก่ ในจำนวนมากเพื่อให้ได้มีอำนาจต่อรอง ด้านการส่งเสริมการขายของ ใช้ชะลอมในการบรรจุไข่เค็ม

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

51602750 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS : GUIDELINES BUSINESS / PROBLEMS AND BARRIERS TO ENTREPRENEURS SALTED STREET SHOPS.

EAKKAMOL THUBVECH: BUSINESS PRACTICES, PROBLEMS AND DIFFICULTIES OF THE SALTED EGG ENTREPRENEURS AT ASIA ROAD SIDE, DISTRICT OF CHAIYA, SURATHANEE. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASST. PROF. PITAK SIRIWONG, Ph.D. 96 pp.

The research was aimed to study the ways of the business street of shops salted Asia Chaiya, Surat Thani Province. And to study the problems and obstacles in the street of shops salted Asia Chaiya, Surat Thani Province. This study used random sampling from a specified number of 20 samples used in this study consists of interview, observation and participation.

The results showed that Entrepreneurs, mainly women aged between 36 to 45 years of high school education. When business started 4-10 years ago started Khai in a family business. Description of goods production and packaging already available for purchase in a box, pack a bag and the initial investment in the business, from 10,000 to 50,000 U.S. style business owner alone. Average expenditure per month from 5,001 to 10,000 baht income after deducting the average cost per month from 5,001 to 15,000 U.S. sales through the store planning on the street. Convenience stores and wholesale markets, directing a business owner. Own production activities. Technology is the knowledge and experience. Preparation of financial accounting revenue - expenditure Accounts Receivable - Amounts estimated size of the manufacturing business as a small business. Progressive growth in the past. From 2545 until the present year and has been supporting the government in the festival OTOP products.

Business planning for the future by increasing its sales channels. Group to have bargaining power Opportunities and strategies. Can grow in the market is quite high. Problems or obstacles in the business of manufacture or sale of the availability of capital is the raw material of bird flu. Skills, knowledge of management. Problems in selling a copy. Problems in manufacturing, the price of eggs increased from state oil Problems in product development, design skills and packaging. Problems in availability. Product placement is not unique. The lack of knowledge of marketing. Impact on business. The cost of goods used to produce the sales of transportation costs. The investment How to edit with. Learn about how to manually operate correctly. Sales and availability. Joint exhibition with the district festival. Arrange discounting of production group buy duck eggs in the bag label box to get a lot of bargaining power. The promotion of Caoeam used for packing salted to reduce the cost of packaging beautiful.

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2010

Student's signature

Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยการได้รับความช่วยเหลือและความอนุเคราะห์จากบุคคลเหล่านี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภนันทน์ หอมสุต เป็นผู้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิจัย รวมทั้งให้ความเอาใจใส่ติดตาม ตรวจสอบผลงานอย่างใกล้ชิด

ขอขอบพระคุณ ผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้ง 20 ท่าน ที่สละเวลาให้สัมภาษณ์ ที่ให้คำสัมภาษณ์ในแนวทางการทำวิจัย

สุดท้ายผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้มีพระคุณทุกท่าน มารดา ครอบครัว ขอบคุณเพื่อน ที่ให้ความรักความห่วงใย เป็นกำลังใจส่งเสริมในทุก ๆ ด้าน ตั้งแต่เริ่มต้นงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดี



ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การศึกษา.....	4
ขอบเขตการวิจัย	4
ประโยชน์ที่ได้รับ	5
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
ข้อมูลพื้นฐานของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	6
ความเป็นมาของไข่เค็ม.....	12
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับกลุ่มและกลุ่มอาชีพ.....	18
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน.....	27
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด.....	29
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการผลิต.....	34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	43
ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	43
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	44
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44
การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล.....	45
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	46
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ.....	44
ส่วนที่ 2 แนวคิดของธุรกิจไข่เค็ม.....	48
ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคของของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย.....	59

บทที่	หน้า
5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 63
	สรุปผลการวิจัย 63
	อภิปรายผล 68
	ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย..... 76
บรรณานุกรม.....	78
ภาคผนวก.....	81
	ภาคผนวก ก. แบบสัมภาษณ์..... 82
	ภาคผนวก ข. สรุปการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านไขเค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี..... 84
ประวัติผู้วิจัย.....	96

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ภาพอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	6
2	แผนที่ตั้งตำบลในเขตอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	9
3	แสดงการทดสอบคุณภาพของไข่เค็มไชยา.....	16
4	ส่วนผสมในการทำไข่เค็ม.....	17
5	การคลุกไข่เปลือกกับส่วนผสมที่เตรียมไว้ก่อนบรรจุ.....	17
6	การบรรจุไข่เค็มใส่กล่องก่อนนำออกจำหน่าย.....	18
7	ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไชยาในรูปแบบต่างๆ.....	49
8	ภาพหน้าร้านไข่เค็มไชยาริมถนนเอเชีย.....	50
9	ราคาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไชยา ในร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย.....	51
10	แผงร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	53
11	การวางขายไข่เค็มหน้าร้านริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา.....	54
12	แผงไข่เค็มในตลาดสด.....	54
13	กรรมวิธีการผลิตไข่เค็มของกลุ่มตัวอย่าง.....	55
14	ป้ายสัญลักษณ์ไข่เค็มไชยา บริเวณจุดขายของฝากไชยา.....	58

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การขาย (Selling) เป็นกระบวนการในการชักจูง จูงใจ หรือกระตุ้นให้บุคคลที่คาดว่า จะเป็นลูกค้าเกิดความต้องการหรือยอมรับในสินค้า หรือบริการ โดยจะดำเนินการโดยบุคคลหรือไม่ ก็ตาม แล้วส่งผลให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการ หรือยอมรับในความคิดนั้นๆ ผู้ขายก็จะได้รับผลประโยชน์ทางการค้า การขายจะเกิดขึ้นกับบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป คือ ฝ่ายผู้ซื้อและฝ่ายผู้ขาย โดยมีฝ่ายคนกลางซึ่งเป็นตัวแทน นายหน้าเข้ามาเกี่ยวข้องกับอีกด้วยก็ได้ โดยทำการแลกเปลี่ยนสินค้ากันด้วยความพอใจและได้รับผลตอบแทนทั้งสองฝ่าย การขายจะเกิดขึ้นในที่ ซึ่งมนุษย์ทุกคนไม่ว่าจะมีอาชีพอะไร ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งสิ้นลมหายใจล้วนเป็นคนขายของทั้งสิ้น เพราะไม่ว่าจะเรียนจบหลักสูตรใด มนุษย์จะต้องนำความรู้ความสามารถที่ได้เล่าเรียนมา ไปขายให้แก่ผู้ที่มีความต้องการ โดยผลตอบแทนที่ผู้ขายได้รับคือ ค่าจ้าง เงินเดือน ส่วนผู้ซื้อได้รับผลตอบแทนคือ ผลงานของผู้ขาย ในรูปแบบแรงงาน สินค้า หรือบริการต่างๆ โดยตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ป.พ.พ.) มาตรา 453 บัญญัติไว้ว่า "อันการซื้อขายนั้นคือสัญญาซึ่งบุคคลฝ่ายหนึ่งเรียกว่า ผู้ขาย โอนกรรมสิทธิ์แห่งทรัพย์สินให้แก่บุคคลอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่า ผู้ซื้อ และผู้ซื้อตกลงว่าจะใช้ราคาแห่งทรัพย์สินนั้นให้แก่ผู้ขาย" ดังนั้นการขายจึงถือเป็นศิลปะซึ่งต้องรู้จักปรับหลักการให้เหมาะสมกับสภาพของลูกค้าแต่ละคน แต่ละประเภท สถานที่ และสถานการณ์ การใช้ศิลปะการขายต้องมีการฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ

เมื่อมีการสร้างถนนเข้าสู่หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด และภูมิภาค ทำให้ความเจริญเข้าถึงท้องถิ่นจนเป็นเหตุให้เกิดการค้าขายในรูปแบบร้านค้าริมถนนขึ้น โดยเฉพาะถนนสายเอเชียที่มีความยาวจากเหนือสุดจรดใต้สุดของประเทศไทย เริ่มจากทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1 เส้นทางกรุงเทพมหานคร - แม่สาย (AH-1) ระยะทาง 1,005 กม. และทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 หรือถนนสายเอเชีย AH-2 (กรุงเทพมหานคร - สะเดา (คลองพร้าว)) มีความยาว 1,274 กม. รวมระยะทางของถนนสายเอเชียจากอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ถึงอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา 2,279 กม. ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง ตั้งชื่อทางหลวงแผ่นดินและสะพานขนาดใหญ่ ราชกิจจานุเบกษา ตอนที่ 67 เล่มที่ 67ง. 12 ธันวาคม พ.ศ. 2493 จอมพล ป. พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรี (บางกอก 2553 : 7) ดังนั้นจึงมีผู้คนใช้เส้นทางสัญจรไปมาตลอดเวลาในถนนสายเอเชีย โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลที่จะมีกลุ่มนักท่องเที่ยวใช้เส้นทางถนนสายเอเชียเป็นจำนวนมากทั้งคนไทยและ

ต่างชาติดังจะเป็นได้จากสถิตินักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2549 – 2553 (ม.ค. – มิ.ย.) ดังตารางที่ 1

	(ล้านคน)				
ประเภทนักท่องเที่ยว	2553 (ม.ค.-มิ.ย.)	2552	2551	2550	2549
คนไทย	35.2	91.7	84.1	83.23	81.49
ต่างชาติ	7.5	14.20	14.58	14.46	13.82

ตารางที่ 1 แสดง สถิตินักท่องเที่ยวไทยปี 2549 – 2553 (ม.ค.-มิ.ย.)

ซึ่งถือเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากและมากเพิ่มขึ้นในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อ เป็นที่รู้จักและต้องการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน พญา อุตรธานี อุบลราชธานี สมุย กูเก็ต สงขลา และหนึ่งในนั้นก็มีจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่เป็นที่ตั้งของเกาะสมุย อันเป็นเกาะที่ตั้งงามทั้งชายหาด ปะการังและสถานที่พักผ่อนกันเป็นธรรมชาติ ทำให้ผู้คนต่างเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีมากขึ้น โดยการเดินทางของนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ทั้งทางรถไฟ เครื่องบินและทางรถยนต์ โดยขั้บรถยนต์ส่วนตัวหรือรถทัวร์ท่องเที่ยวตามเส้นทางถนนสายเอเชีย ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 ซึ่งจะขับผ่านพื้นที่อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้วย ประกอบกับเส้นทางผ่านอำเภอยาหานั้น ก็มีสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจแวะชม ลักการะ อาทิ พระบรมธาตุไชยา วัดเวียง บ่อน้ำพุร้อน ป่าไทรงาม สวนโมกพลาราม ถ้ำพระกฤษณะและรอยพระบาท รวมถึงหมู่บ้านพุมเรียงอันเป็นที่ประทับของสมเด็จพระเจ้าตากสินในอดีตตอนยกทัพมาปราบพระยาหนคร (บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด 2553 : 82) จากที่มีแหล่งท่องเที่ยว และมีถนนสายเอเชียผ่านอำเภอไชยาอันมีความยาวกว่า 30 กม. ทำให้เกิดการทำการค้าริมถนนขึ้นเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวที่ใช้เส้นทางถนนสายเอเชียในการสัญจรทั้งในรูปแบบของนักท่องเที่ยว หรือผู้คนในท้องถิ่น ทำให้เกิดการประกอบธุรกิจร้านค้าริมทางตลอดเส้นทางถนนสายเอเชีย โดยเฉพาะในช่วงของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้น มีการตั้งร้านจำหน่ายไข่เค็มไชยา อันเป็นสินค้าขึ้นชื่อของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

เมืองไชยาเดิมนั้นอุดมสมบูรณ์ มีการทำนา ปลุกข้าว หรือเรียกได้ว่า “ในน้ำมีปลาในนามีข้าว” หรือ “มีข้าวเต็มนามีปลาเต็มน้ำ” และประชาชนมีการเลี้ยงเป็ดกันทั่วไปตามหมู่บ้านต่างๆ ตำบลต่างๆ เพราะอาหารเลี้ยงเป็ดตามธรรมชาติมีมาก เช่น ข้าวเปลือก ลูกปลา หอย และอื่นๆ ในนา

ข้าวมีอุดมสมบูรณ์ ทำให้ชาวบ้านมีการเลี้ยงเป็ดปล่อยทุ่ง หากินในนาและรอบๆ บ้าน ไช้เป็ดเหลือจากการใช้บริโภคในครอบครัวนำไปขายในตลาดอำเภอไชยา ประชาชนในตลาดไชยาและที่อื่นๆ ชื่อไช้เป็ดไปประกอบอาหาร ทอด ต้ม แล้วไช้เป็ดซึ่งแดง มัน อร่อย เป็นที่พอใจแก่ผู้บริโภค ได้รับการบอกเล่าจากผู้สูงอายุว่าในสมัยที่รัฐบาลพยายามสร้างทางรถไฟสายใต้ มีคนจีนชื่อ นายจี้ แซ่ซึก เป็นช่างทำสะพานเหล็ก สร้างทางรถไฟสายใต้ตั้งแต่ ชุมพร-สุราษฎร์ธานี สืบเชื้อสายจากชาวจีน กวางตุ้ง เดิมอยู่ปากน้ำ อำเภอหลังสวน ได้มาตั้งบ้านเรือนอยู่ที่ดอนโรงทอง อำเภอเมืองไชยา สมัยนั้น คนจีนเก่งในการจัดทำอาหารรับประทานอยู่แล้ว เห็นไช้เป็ดไชยาแดง มัน อร่อย ก็คิดหาวิธีการว่า น่าจะนำไช้เป็ดไชยามาทำให้เป็นอาหารเก็บไว้นานๆ และมีรสอร่อย เดิมคนจีนและชาวไชยา ไช้เป็ดคองกับน้ำเกลือแล้วทิ้งไว้ระยะหนึ่งจึงนำมาต้มกินกับข้าวต้ม แต่มีรสเค็ม ไม่อร่อยต่อมามีผู้เล่าว่า มีการนำไช้เป็ดไปผัดกับน้ำมันประมาณ 15 วัน แล้วนำมาล้างต้มกิน มีรสชาติดียิ่งขึ้น รับประทานกับข้าวต้มอร่อย มัน แต่การทำไม่สะดวก นายจี้ แซ่ซึก และครอบครัว อยู่ตลาดไชยา ได้คิดค้นหาวิธีการทำไช้เค็ม โดยใช้ดินเหนียวผสมเกลือปน ผสมในอัตราส่วนพอเหมาะ คลุกจี๋เก็บไว้นานพอประมาณ นำมาล้างแล้วต้มรับประทาน ทำเป็นอาหารอื่นๆ แล้ว ทำให้อร่อย แต่ข้อเสียของดินเหนียวคือ ไม่เกาะไช้มากนัก ในระยะต่อมา ได้ปรับปรุงหาวิธีการ โดยใช้ดินปลวกทำแบบเค็ม ทำให้ผลดี แต่นั้นมาครอบครัวของนายจี้ แซ่ซึก ก็ทำไช้เค็มขายและขายได้ดี จึงทำให้คนอื่นๆ ในตลาดไชยาทำกันมากขึ้น อีกทั้งประชาชนเมืองอื่นๆ มาเที่ยวเมืองไชยา เช่น เมืองระนอง เมืองชุมพร เมืองหลังสวน ได้ซื้อไปรับประทานชอบออกชอบใจ ก็สั่งซื้อไปขายต่อเป็นที่แพร่หลาย สมัยแรกมีผู้ทำไช้เค็มไชยาหลายบ้าน เช่น บ้านนางเล็กเหี่ยว บ้านแม่กล้วย ถิ่นธานี บ้านนางกิม นายสืบสวัสดิ์ชิน และบ้านอื่นๆ กิจกรรมการทำไช้เค็มเป็นที่สนใจของประชาชนในเมืองไชยาและเมืองอื่นๆ พ่อค้าแม่ค้าได้นำไช้เค็มเมืองไชยาไปขายยังท้องถิ่นอื่นๆ ทำให้ไช้เค็มไชยาเป็นที่สนใจ และขายดีแพร่หลายขึ้นเรื่อยๆ ผู้ทำไช้เค็มอำเภอไชยาจึงทำเพิ่มมากขึ้น ประชาชนมีการเลี้ยงเป็ดมากขึ้น ในปัจจุบัน โดยเฉพาะตำบลเสม็ด ตำบลเวียง และตำบลอื่นๆ ทำกันมาก (บุญจวรรณ จันทร์พลู หลวง 2545)

ปัจจุบัน ไช้เค็มไชยาเป็นที่รู้จักแพร่หลายของคนทั้งประเทศ เมื่อก้าวถึงไช้เค็ม ทุกคนต้องนึกถึงอำเภอไชยา และสิ่งที่พิสูจน์ถึงชื่อเสียงและคุณภาพของไช้เค็มไชยาก็คือ การที่สภาอุตสาหกรรมจังหวัด และหอการค้าจังหวัด ได้คัดเลือกไช้เค็มไชยาเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นของจังหวัด และคณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้คัดเลือกให้ไช้เค็มไชยานั้น เป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่น 10 อันดับแรก นอกจากนี้ ตำบลเสม็ด และตำบลเวียง ก็ได้คัดเลือกไช้เค็มเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นของจังหวัดสุราษฎร์ธานี จนมีชื่อเสียงดังไปทั่วประเทศและทั่วโลก ปัจจุบันไช้เค็มไชยา จึงเป็นของฝากที่ขึ้นชื่ออย่างหนึ่งของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี แต่ภายหลังจากที่

เศรษฐกิจของประเทศไทยประสบปัญหาด้านการเมืองภายในประเทศ ปัญหาภัยธรรมชาติ และ ปัญหาความไม่สงบในสามจังหวัดภาคใต้ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน ภาคใต้ลดน้อยลง ประกอบกับภาวะเงินเฟ้อ ค่าน้ำมัน และการเลียนแบบผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ ผู้ประกอบการร้านไข่มุขไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มียอดขายลดลง ส่งผลให้รายได้จากการขาย ลดลงตามไปด้วย อีกทั้งจำนวนผู้ประกอบการร้านไข่มุขที่เพิ่มมากขึ้นตามริมถนนเอเชีย

จากเหตุดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษา "แนวทางดำเนินธุรกิจ ปัญหา และอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่มุขริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี" ที่ยังคง ดำเนินธุรกิจร้านไข่มุขริมถนนเอเชียอยู่ในปัจจุบัน พร้อมทั้งศึกษาวิธีการหรือแนวทางการดำเนิน ธุรกิจในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่มุขไชยา เพื่อที่จะได้นำผลการวิจัย ไปเป็นหนึ่งในแนวทางในการกำหนดกรอบการดำเนินงานในการช่วยเหลือและแนะนำ ผู้ประกอบการขายไข่มุขไชยา ซึ่งถือเป็นหนึ่งในธุรกิจชุมชนของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. วัตถุประสงค์การศึกษา

2.1 เพื่อศึกษาถึงแนวทางแนวทางดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านไข่มุขริมถนน เอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2.2 เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่มุขริมถนนเอเชีย อำเภอ ไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. ขอบเขตการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านประชากร

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการร้านไข่มุขริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการสำรวจทราวจังหวัดไชยาจำนวนประชากรจำนวน 20 ราย

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง จากจำนวนผู้ประกอบการร้านไข่มุขริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัด สุราษฎร์ธานี จำนวน 20 ราย กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่าง เฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ทั้งหมดจำนวน 20 ราย

3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาแนวทางดำเนินธุรกิจ ปัญหา อุปสรรคของ ผู้ประกอบการร้านไข่มุขริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) โดยมุ่งเน้นศึกษาในประเด็นสำคัญ ดังนี้

3.2.1 แนวทางการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านไข่มุขไชยา

3.2.2 ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่มุขไชยา

3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ตั้งแต่เดือน 20 กุมภาพันธ์ 2554 ถึง 15 มีนาคม 2554

3.4 ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาแนวทางดำเนินธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่มุกริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เฉพาะผู้ประกอบการร้านไข่มุกริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4. ประโยชน์ที่ได้รับ

- 4.1 ได้ทราบถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านไข่มุกริมไชยา
- 4.2 ได้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่มุกริมไชยา
- 4.3 เพื่อเป็นการเพิ่มอาชีพให้แก่ผู้ประกอบการรายอื่นๆที่ต้องการดำเนินธุรกิจร้านไข่มุกริมไชยา
- 4.4 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงการดำเนินงานของผู้ประกอบการร้านไข่มุกริมไชยา



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาค้นคว้าเรื่อง “แนวทางการดำเนินธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี” ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมเอกสาร วรรณกรรมและงานวิจัยที่ในประเทศและต่างประเทศ เพื่อนำเสนอในเรื่องที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. ความเป็นมาของไข่เค็ม
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลุ่มและกลุ่มอาชีพ
4. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการผลิต
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลพื้นฐานของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

อำเภอไชยา เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เคยเป็นเมืองเก่าแก่มากรแห่งหนึ่งในทางใต้ของภูมิภาคนี้ เชื่อกันว่าเคยเป็นที่ตั้งของอาณาจักรศรีวิชัยในสมัยโบราณ โดยมีหลักฐานทั้งโบราณวัตถุและโบราณสถานจำนวนมาก (สุทธิชัย ปทุมล่องทอง 2549)



ภาพที่ 1 ภาพอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี (สุทธิชัย ปทุมล่องทอง 2549)

คำขวัญเมืองไชยา พระบรมธาตุคู่เมือง รุ่งเรืองพุทธศาสน์ พุทธทาสปราชญ์โลก สวน
โมกขพลาราม ลือนามศรีวิชัย ผ้าไหมพุมเรียง ทะเลเคียงหาดทราย แหล่งซื้อขายไข่เค็ม

ที่ตั้งและอาณาเขต อำเภอไชยาเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดสุราษฎร์ธานี อยู่ห่างจาก
กรุงเทพมหานคร 614 กิโลเมตร ห่างจากตัวจังหวัดสุราษฎร์ธานีไปทางทิศเหนือ 38 กิโลเมตร ห่าง
จากฝั่งทะเลประมาณ 7 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอท่าชนะ ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอไชยา ทิศใต้ ติดต่อกับ
อำเภอท่าฉาง ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอเกาะเปอร์ (จังหวัดระนอง) และอำเภอพะโต๊ะ (จังหวัด
ชุมพร)

ประวัติความเป็นมา อำเภอไชยา เดิมมีฐานะเป็นเมืองเรียกว่า เมืองไชยา ซึ่งเป็นเมือง
หนึ่งในจำนวน 3 เมืองในอาณาจักรศรีวิชัยที่เจริญรุ่งเรืองมาก เป็นศูนย์กลางการปกครองและ
ศูนย์กลางการค้าขายกับต่างประเทศ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการเผยแพร่ศาสนา แต่ต่อมาปี พ.ศ. 1568
ได้ถูกอาณาจักรจกจากภาคใต้ของอินเดียเข้ายึดอำนาจไว้ได้ ทว่าก็เป็นไปชั่วคราวเท่านั้นก็สามารถรวม
คนตั้งตัวได้อีก และได้ทำการรบพุ่งจึงความเป็นใหญ่เพื่อชิงเกาะสุมาตราและแหลมมลายูกับ
อาณาจักรมัชปาหิต (ชวา) จนอ่อนกำลังทั้งคู่ จึงถูกอาณาจักรสุโขทัยตีได้ และเข้าครอบครองไว้
ทั้งหมดในปี พ.ศ. 1800 ดังนั้นเมืองไชยาซึ่งเป็นเมืองหลวงของอาณาจักรศรีวิชัยก็ตกเป็นขอบ
ขัณฑสีมาของอาณาจักรสุโขทัยแต่บัดนั้น

ประวัติศาสตร์เมืองไชยาระยะต่อจากนั้นก็เขียนหายไปจนกระทั่งปี พ.ศ. 2328 (สมัยกรุง
รัตนโกสินทร์) พม่ายกกองทัพซึ่งคนไทยรู้จักกันดีในชื่อ สงครามเก้าทัพ บุกเข้าตีเมืองชุมพร แล้วตี
เรื่อยจนถึงเมืองไชยา พร้อมกับเผาเมืองเสียนถาวรวัตถุเป็นซากปรักหักพังเหลือไว้เป็นอนุสรณ์

เดิมอำเภอท่าฉางและอำเภอท่าชนะเคยรวมอยู่เป็นอำเภอเดียวกันกับอำเภอไชยา ต่อมา
อำเภอท่าฉางแยกออกเป็นกิ่งอำเภอท่าฉาง และได้รับการยกฐานะเป็นอำเภอท่าฉางเมื่อ พ.ศ. 2482
สำหรับอำเภอท่าชนะแยกออกเป็นกิ่งอำเภอท่าชนะเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2491 และต่อมาได้รับ
การยกฐานะเป็นอำเภอท่าชนะ เมื่อ วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2499

ต่อมาเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2490 ทางราชการได้จัดตั้งศาลจังหวัดและเรือนจำขึ้นที่
อำเภอไชยา และเมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2496 อำเภอไชยาได้รับการยกฐานะขึ้นเป็นอำเภอชั้น
เอก

ปัจจุบันอำเภอไชยาแบ่งการปกครองออกเป็น 9 ตำบล มี 53 หมู่บ้าน มีการปกครองส่วน
ท้องถิ่น 2 หน่วย คือ เทศบาล และ องค์การบริหารส่วนตำบล

การปกครองส่วนภูมิภาค อำเภอไชยาแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 9 ตำบล 54 หมู่บ้าน
ได้แก่

ลำดับ	ชื่อตำบล	ชื่อตำบล	จำนวนหมู่บ้าน
1	ตลาดไชยา	(Talat Chaiya)	5 หมู่บ้าน
2	พุมเรียง	(Phumriang)	5 หมู่บ้าน
3	เลม็ด	(Lamet)	7 หมู่บ้าน
4	เวียง	(Wiang)	5 หมู่บ้าน
5	ทุ่ง	(Thung)	8 หมู่บ้าน
6	ป่าเว	(Pa We)	6 หมู่บ้าน
7	ตะกรบ	(Takrop)	5 หมู่บ้าน
8	โมถ่าย	(Mo Thai)	6 หมู่บ้าน
9	ปากหมาก	(Pak Mak)	7 หมู่บ้าน

ตารางที่ 2 ชื่อตำบลและจำนวนหมู่บ้านในเขตอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี (สุทธิชัย 2549)

การปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ตั้งอำเภอไชยาประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 9 แห่ง ได้แก่ เทศบาลตำบลตลาดไชยา ครอบคลุมพื้นที่ตำบลตลาดไชยาทั้งตำบลและบางส่วนของตำบลเลม็ด

เทศบาลตำบลพุมเรียง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลพุมเรียงทั้งตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลเลม็ด ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเลม็ด (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลตลาดไชยา)

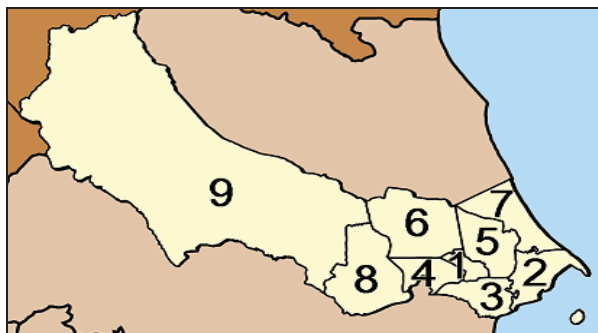
องค์การบริหารส่วนตำบลเวียง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเวียงทั้งตำบล
ผลงานวิจัยนวกศึกษา ระดับปริญญาตรี
 องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่ง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลทุ่งทั้งตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลป่าเว ครอบคลุมพื้นที่ตำบลป่าเวทั้งตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลตะกรบ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลตะกรบทั้งตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลโมถ่าย ครอบคลุมพื้นที่ตำบลโมถ่ายทั้งตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลปากหมาก ครอบคลุมพื้นที่ตำบลปากหมากทั้งตำบล



ภาพที่ 2 แผนที่ตั้งตำบลในเขตอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี (สุทธิชัย 2549)

ลักษณะภูมิประเทศ ที่ตั้งอำเภอไชยาแบ่งออกเป็นสามตอน คือทางทิศตะวันออกซึ่งติดกับทะเลเป็นที่ราบน้ำเค็ม มีป่าไม้ชายเลน ไม้เบญจพรรณ และทุ่งหญ้าที่ไม่สามารถเลี้ยงสัตว์ได้ ตอนกลางเป็นที่ราบลุ่ม เดิมมีน้ำไหลผ่านตลอดทั้งปี แต่ปัจจุบันน้ำจะแห้งในระหว่างเดือน 5 และเดือน 6 ทางทิศตะวันตกเป็นที่ราบสูง ประกอบด้วยภูเขาและป่าไม้ พื้นที่ตอนนี้เป็นสวนยางและสวนผลไม้ยืนต้นทั่วไป

ลักษณะภูมิอากาศ มีฝนตกชุกเกือบตลอดปี เพราะตั้งอยู่ในคาบสมุทรจึงได้รับลมมรสุมเต็มที่ มีเพียง 2 ฤดู คือ ฤดูแล้งและฤดูฝน ซึ่งเริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนเมษายนและเดือนพฤษภาคมถึงเดือนธันวาคมตามลำดับ

ลำน้ำสำคัญอำเภอไชยามีลำน้ำสำคัญ 2 สาย คือ สายที่ 1 คลองไชยา ต้นกำเนิดจากแพรกหรือแควต่าง ๆ ในทิวเขาแดนซึ่งเป็นทิวเขากั้นระหว่างอำเภอเกาะเปอร์ (จังหวัดระนอง) กับอำเภอไชยา ไหลผ่านตำบลโมถ่าย ตำบลป่าเว ตำบลเวียง แล้วไหลผ่านแยกกลางทะเลที่ปากน้ำท่าปูนและปากน้ำไชยา ตำบลเลม็ด เมื่อ 100 ปีก่อนเรือใบสามารถแล่นมาถึงวัดพระบรมธาตุได้ สายที่ 2 คลองตะเลียบ ต้นกำเนิดจากทิวเขาอมสาลีในอำเภอท่าชนะ ไหลลงสู่อำเภอไชยที่ตำบลป่าเว ผ่านตำบลตลาด ตำบลทุ่ง และไหลออกปากน้ำที่ตำบลพุมเรียง

เศรษฐกิจของอำเภอไชยาประกอบด้วย

การทำนา เนื้อที่เพื่อการทำนามีไม่ถึงครึ่งหนึ่งของเนื้อที่ ทั้งหมดแต่การทำนาก็นับว่าเป็นอาชีพหลัก โดยทั่วไปส่วนใหญ่ทำกันรอบ ๆ บริเวณตัวเมือง (อำเภอและตลาด) ยิ่งห่างออกไปก็มีเนื้อที่เพาะปลูกน้อยลงตามลำดับ ปัจจุบันเริ่มมีการทำนาปีละ 2 ครั้งกันหลายตำบล สำหรับการเกี่ยวข้าวนั้น แต่เดิมชาวไชยาใช้วิธีลงแขกกัน คือนัดกันไปเกี่ยวเกี่ยวของคนนั้นในวันหนึ่งของคนนี้อีกวันหนึ่งสลับกันไป ซึ่งปัจจุบันยังมีให้เห็นในหลายหมู่บ้าน เครื่องมือเกี่ยวเกี่ยวนั้น แต่เดิมชาวไชยา

ใช้ "ตรูด" ปัจจุบันกำลังสูญหายไปและมีคนใช้น้อยมาก บางคนไม่สามารถใช้ตรูดได้แล้ว เพราะหันไปใช้เคียวสำหรับเก็บเกี่ยวเกือบทั่วไป

การทำไร่ แต่เดิมทำกันประปรายทางแถบที่เป็นที่ราบสูงทางตะวันตกบริเวณเชิงเขา แต่ส่วนใหญ่เป็นการทำไร่แบบเลื่อนลอย

การทำสวน การทำสวนของชาวไชยาที่กำลังขยับขยายและกำลังทำกันอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น ปัจจุบันคือการทำสวนยางพารา ซึ่งทำกันมากทางตะวันตกและเขตติดต่ออำเภอท่าฉาง

การเลี้ยงสัตว์ สัตว์ที่เลี้ยงกันมากและมีอยู่เกือบทุกตำบล คือ หมู เป็ด ไก่ วัว และควาย โดยเฉพาะการเลี้ยงไก่ เป็ดมีการเลี้ยงเป็นฟาร์มขนาดใหญ่และขนาดกลางอยู่หลายแห่ง ซึ่งนอกเหนือจากการเลี้ยงเป็นประจำบ้านจำนวนน้อยที่มีอยู่ทั่วไป

การประมง เนื่องจากอาณาเขตทางด้านทางด้านตะวันออกของอำเภอไชยา ติดต่อกับทะเลคืออ่าวบ้านดอน ดังนั้นอาชีพอีกอย่างหนึ่งของชาวไชยาคือการประมง ซึ่งนับได้ว่าเป็นอาชีพที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการประกอบอาชีพการเกษตรเลย โดยเฉพาะราษฎรที่อาศัยอยู่ริมทะเล ตั้งแต่เขตติดต่ออำเภอท่าชนะจนถึงเขตอำเภอท่าฉาง ต่างก็ยึดอาชีพการประมงเป็นอาชีพหลัก คือ ราษฎรตำบลตะกรับ พุมเรียง และเสม็ด แต่ที่หนาแน่นที่สุดได้แก่ราษฎรตำบลพุมเรียง ชาวไชยาทำการประมงด้วยวิธีต่าง ๆ กันออกไป ตั้งแต่แห อวน ขนาดเล็กริมน้ำตื้น จนถึงขนาดใหญ่เครื่องมือที่เกิดจากเทคโนโลยีสมัยใหม่เหมือนกับการประมงทั่วไปของไทย ปัจจุบันอาชีพใหม่ของชาวประมงคือการเลี้ยงหอยแครง หอยแมลงภู่ และที่ได้รับความนิยมแล้วที่ปากน้ำพุมเรียง อีกอย่างหนึ่งคือการทำนา กุ้ง

การอุตสาหกรรม เครื่องจักรแต่เดิมมีโรงสีข้าวขนาดใหญ่ 2 โรง ปัจจุบันมีเพียงโรงสีขนาดกลางและขนาดเล็ก อุตสาหกรรมในครัวเรือน มีทำกันหลายอย่าง แต่ที่ขึ้นหน้าขึ้นตาและเป็นที่ยอมรับทั่วไปมี การเย็บหมวก แต่เดิมทำกันมากที่ตำบลพุมเรียง ปัจจุบันมีแพร่หลายไปหลายหมู่บ้าน โดยการเย็บแล้วส่งไปขายต่างจังหวัดส่วนที่จำหน่ายในท้องถิ่นมีน้อยลงกว่าเดิม , การทอผ้าไหมฝ้ายก ทำกันมากในท้องที่ตำบลพุมเรียง และผ้าไหมพุมเรียงก็เป็นผ้าไหมที่มีชื่อเสียงมากอีกอย่างหนึ่งของอำเภอไชยา , การทำไข่เค็ม นับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมภายในครัวเรือนอย่างหนึ่งที่กำลังมีชื่อเสียงทั่วประเทศ ทำกันมากในท้องที่ตำบลตลาดไชยาและบริเวณรอบ ๆ ตำบลตลาดไชยา ปัจจุบันการทำไข่เค็มได้รับการสนับสนุนจากทางราชการ ดังนั้นการทำไข่เค็มจึงเริ่มขยายเข้าสู่โรงเรียน มีอยู่หลายโรงเรียนกำลังฝึกสอนให้นักเรียนทำไข่เค็มและเป็นสินค้าของโรงเรียนเพื่อหารายได้เข้าบำรุงการศึกษา , การทำน้ำตาลโตนด ทำกันมากที่ตำบลทุ่งและน้ำตาลจากแหล่งนี้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดีในหมู่คนชาวไชยาถ้าพูดถึงน้ำตาลก็ต้อง "น้ำตาลบ้านทุ่ง" เพราะสีสวยปราศจากการปลอมปน หวานหอม เป็นที่ถูกใจของผู้ที่เกลี้ยมรส , การทำขนมที่มีชื่อเสียงของอำเภอ

ไชยา ได้แก่ "ขนมกรุป" และ "ขนมจิ้ง" ซึ่งทำกันมากในบริเวณตลาดไชยา , การค้าขายเป็นอาชีพที่ ทำกันเฉพาะในตัวอำเภอและที่ตำบลพุมเรียง และของที่ทำการค้าขายส่วนใหญ่ได้แก่เครื่องอุปโภค บริโภคทุกชนิด

โบราณสถานและสถานที่ท่องเที่ยว เนื่องจากไชยาเป็นเมืองเก่าแก่ ดังนั้นจึงมีสถานที่ โบราณและสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญอยู่หลายแห่ง เช่น พระบรมธาตุไชยา ตั้งอยู่ที่วัดพระบรมธาตุ ๑ ริมถนนใหญ่ทางเข้าอำเภอไชยา เป็นเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุแบบศรีวิชัย มีอายุประมาณ 1,200 ปี , วัดเวียง ตั้งอยู่ตำบลตลาดไชยา บริเวณเคยเป็นเมืองเก่า เชื่อกันว่าเดิมเป็นวังของกษัตริย์ศรี วิชัย สร้างเมื่อ พ.ศ. 1726 , บ่อน้ำพุร้อน อยู่ที่ตำบลเสม็ด ห่างจากที่ว่าการอำเภอประมาณ 2 กิโลเมตร ตรงเชิงเขาบ่อร้อนและน้ำพุร้อนผุดจากใต้ภูเขาตลอดเวลา อุณหภูมิประมาณ 50 องศา เซลเซียส , ป่าไทรงาม อยู่ที่ตำบลเสม็ด มีต้นไทรขึ้นหนาแน่น คุณกล้ายเป็นป่า มีแม่น้ำคลองไชยา ตอนแยกไปคลองท่าปูนไหลผ่าน เป็นที่สวนที่ร่มรื่น เหมาะแก่การพักผ่อน , สวนโมกขพลาราม (วัดธารน้ำไหล) เดิมตั้งอยู่ที่ตำบลพุมเรียง ปัจจุบันได้ย้ายมาอยู่ที่ตำบลเสม็ด ริมทางหลวง แผ่นดินหมายเลข 41 เป็นสำนักสงฆ์ตั้งอยู่ที่ในอุทยานที่สวยงามตามธรรมชาติ มีลำธารเล็ก ๆ ไหล ผ่าน เป็นที่สงบร่มเย็นเหมาะแก่การปฏิบัติธรรมและท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ , ถ้าพระกฤษณะและรอย พระบาท ที่สวน โมกขพลาราม , สวนโมกข์นานาชาติ ตั้งอยู่ทางด้านทิศตะวันออกของทางหลวง แผ่นดินหมายเลข 41 เป็นสถานที่ปฏิบัติธรรมและอบรมธรรมะให้กับชาวต่างประเทศที่สนใจ อีก ทั้งที่บริเวณใกล้เคียงจะมีบ่อน้ำพุร้อนให้ทุกท่านสามารถอาบได้ , หมู่บ้านพุมเรียง เป็นที่ตั้งเมืองไช ยาเก่า ห่างทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 41 มาทางทิศตะวันออกประมาณ 7 กิโลเมตร ดิดชายทะเล มี สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นหาดทรายบริเวณหาดแหลมโพธิ์ เคยเป็นที่ประทับของสมเด็จพระเจ้าตากสิน ตอนยกทัพมาปราบพระยานคร และเป็นที่ประทับของรัชกาลที่ 5 ตอนเสด็จประพาสหัวเมืองภาคใต้ วัดสวนโมกข์ (เก่า) เป็นสถานที่แรกที่ท่านอาจารย์พุทธทาสได้สร้างขึ้นก่อนที่จะย้ายไปยังที่ตั้ง ปัจจุบัน ในตัวตลาดมีการทอผ้าไหมที่มีชื่อเสียงมาก คนทั่วไปรู้จักในนาม "ผ้าไหมพุมเรียง" ลวดลายดอกต่าง ๆ บนผืนผ้าเป็นที่แปลกตาเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น , บ่อน้ำมูรธาภิเษก อยู่ที่ ตำบลทุ่ง เป็นบ่อน้ำที่ใช้ในพระราชพิธีมูรธาภิเษกของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว

มวยไชยา เป็นศิลปะมวยไทยประจำถิ่นอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีชื่อเสียงมาก สมัยรัชกาลที่ 5-6 จนมีนักมวยจากไชยาได้รับพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็นหมื่นมวยมีชื่อ มวยไชยา เริ่มมีระเบียบแบบแผนชัดเจนที่ตำบลพุมเรียง โดยนายมาชาวกรุงเทพฯ มาบวชที่วัดทุ่งจับช้างและ สอนวิชามวยให้แก่ผู้ที่สนใจ ต่อมาพระยาวชิรธรราชย์ (เจ้า ศรียาภัย) เจ้าเมืองไชยาในเวลานั้นพาลูก ศิษย์ขึ้นไปชมมวยหน้าพระที่นั่ง จนนายปล่อง จำนงทองได้รับพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็นหมื่น มวยมีชื่อ นอกจากนี้พระยาวชิฯ จัดให้มีการแข่งขันมวยในงานสมโภชพระบรมธาตุไชยาทุกปี บุตร

ธิดาของพระยาวชิร เช่น ชื่น ศรียาภย์ เป็นผู้ส่งนักมวยจากไชยาขึ้นมาจากในกรุงเทพฯจนเป็นที่รู้จักเมื่อย้ายตัวเมืองไชยาจากตำบลพุมเรียงไปที่ตำบลตลาดไชยาดังในปัจจุบัน สถานที่ใหม่ที่ใช้จัดมวยคือสนามมวยเวทีพระบรมธาตุไชยา ในยุคนี้มีนักมวยเกิดขึ้นหลายคณะ แต่เมื่อเวทีมวยแห่งนี้สิ้นสุดลง วงการมวยไชยาก็ก่เริ่มเสื่อมลง

2. ความเป็นมาของไข่เค็ม

ประวัติ ความเป็นมาไข่เค็มไชยา เมืองไชยาเดิมนั้นอุดมสมบูรณ์ มีการทำนา ปลูกข้าว หรือเรียกได้ว่า "ในน้ำมีปลาในนามีข้าว" หรือ "มีข้าวเต็มนามีปลาเต็มน้ำ" และประชาชนมีการเลี้ยงเป็ดกันทั่วไปตามหมู่บ้านต่างๆ ตำบลต่างๆ เพราะอาหารเลี้ยงเป็ดตามธรรมชาติมีมาก เช่น ข้าวเปลือก ลูกปลา หอย และอื่นๆ ในนาข้าวมีอุดมสมบูรณ์ ทำให้ชาวบ้านมีการเลี้ยงเป็ดปล่อยทุ่งหากินในนาและรอบๆ บ้าน ไข่เป็ดเหลือจากการใช้บริโภคในครอบครัวนำไปขายในตลาดอำเภอไชยา ประชาชนในตลาดไชยา และที่อื่นๆ ซื้อไข่เป็ดไปประกอบอาหาร ทอด ต้ม แล้วไข่เป็ดซึ่งแดงมัน อร่อย เป็นที่พอใจแก่ผู้บริโภค ได้รับการบอกเล่าจากผู้สูงอายุว่าในสมัยที่รัฐบาลพยายามสร้างทางรถไฟสายใต้ มีคนจีนชื่อ นายจี้ แซ่ซึก เป็นช่างทำสะพานเหล็ก สร้างทางรถไฟสายใต้ตั้งแต่ชุมพร-สุราษฎร์ธานี สืบเชื้อสายจากชาวจีนกวางตุ้ง เดิมอยู่ปากน้ำ อำเภอหลังสวน ได้มาตั้งบ้านเรือนอยู่ที่ดอนโรงทอง อำเภอเมืองไชยา สมัยนั้น คนจีนเก่งในการจัดทำอาหารรับประทานอยู่แล้ว เห็นไข่เป็ดไชยาแดงมัน อร่อย ก็คิดหาวิธีการว่า น่าจะนำไข่เป็ดไชยามาทำให้เป็นอาหารเก็บไว้นานๆ และมีรสอร่อย เดิมคนจีนและชาวไชยา ใช้ไข่เป็ดดองกับน้ำเกลือแล้วทิ้งไว้ระยะหนึ่งจึงนำมาต้มกินกับข้าวต้ม แต่มีรสเค็ม ไม่อร่อยต่อมามีผู้เล่าว่า มีการนำไข่เป็ดไปฝังดินเค็มริมทะเลประมาณ 15 วัน แล้วนำมาล้างต้มกิน มีรสชาติดีขึ้น รับประทานกับข้าวต้มอร่อยมัน แต่การทำไม่สะดวก นายจี้ แซ่ซึก และครอบครัว อยู่ตลาดไชยา ได้คิดค้นหาวิธีการทำไข่เค็มโดยใช้ดินเหนียวผสมเกลือปน ผสมในอัตราส่วนพอเหมาะ คลุกเข้าเก็บไว้นานพอประมาณ นำมาล้างแล้วต้มรับประทาน ทำเป็นอาหารอื่นๆ แล้ว ทำให้อร่อย แต่ข้อเสียของดินเหนียวคือ ไม่เกาะไข่มากนัก ในระยะต่อมา ได้ปรับปรุงหาวิธีการ โดยใช้ดินปลวกทำแบบเค็ม ทำให้ผลดี แต่นั้นมาครอบครัวของนายจิ้น แซ่ซึก ก็ทำไข่เค็มขายและขายได้ดี จึงทำให้คนอื่นๆ ในตลาดไชยาทำกันมากขึ้น อีกทั้งประชาชนเมืองอื่นๆ มาเที่ยวเมืองไชยา เช่น เมืองระนอง เมืองชุมพร เมืองหลังสวน ได้ซื้อไปรับประทานชอบออกพอใจ ก็สั่งซื้อไปขายต่อเป็นที่แพร่หลาย สมัยแรกมีผู้ทำไข่เค็มไชยาหลายบ้าน เช่น บ้านนางเล็กเหี่ยว บ้านแม่กล้วย ถิ่นธานี บ้านนางกิม นายสืบ สวัสดิ์ชีวิน และบ้านอื่นๆ กิจกรรมการทำไข่เค็มเป็นที่สนใจของประชาชนในเมืองไชยาและเมืองอื่นๆ พ่อค้าแม่ค้าได้นำไข่เค็มเมืองไชยาไปขายยังท้องถื่นอื่นๆ ทำให้ไข่เค็มไชยาเป็นที่สนใจ และขายดีแพร่หลายขึ้นเรื่อยๆ ผู้ทำไข่เค็ม

อำเภอไชยาจึงทำเพิ่มมากขึ้น ประชาชนมีการเลี้ยงเป็ดมากขึ้นในปัจจุบัน โดยเฉพาะตำบลเสม็ด ตำบลเวียง และตำบลอื่นๆ ทำกันมาก (เบญจวรรณ จันทร์พลูลวง 2545)

ปัจจุบัน ไช้เค็มไชยาเป็นที่รู้จักแพร่หลายของคนทั้งประเทศ เมื่อก้าวถึงไช้เค็ม ทุกคนต้องนึกถึงอำเภอไชยา และสิ่งที่พิสูจน์ถึงชื่อเสียงและคุณภาพของไช้เค็มไชยาก็คือ การที่สภาอุตสาหกรรมจังหวัด และหอการค้าจังหวัด ได้คัดเลือกไช้เค็มไชยาเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นของจังหวัด และคณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้คัดเลือกให้ไช้เค็มไชยานั้น เป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่น 10 อันดับแรก นอกจากนี้ ตำบลเสม็ด และตำบลเวียง ก็ได้คัดเลือกไช้เค็มเป็นผลิตภัณฑ์ (ภัทรพร สิงห์พวงทอง 2553)

ไช้เค็มไชยาเป็นการถนอมอาหารชนิดหนึ่งเพื่อเก็บไว้กินนาน ๆ ที่ชาวไชยารู้จักทำมาตั้งแต่โบราณเนื่องจากในท้องที่อำเภอไชยา เป็นพื้นที่ที่มีการทำนามากที่สุดในจังหวัดสุราษฎร์ธานี การเลี้ยงเป็ดของชาวไชยามีเกือบทุกบ้านของผู้ที่มีอาชีพทำนา ซึ่งจะเลี้ยงบ้านละ 10-20 ตัว การเลี้ยงเป็ดส่วนใหญ่จะเลี้ยงแบบปล่อยทุ่ง เป็ดจะหาอาหารธรรมชาติในทุ่งนาซึ่งมีจำพวก ปู ปลา หอย สมบูรณ์ และจะเสริมอาหารด้วยข้าวเปลือก จึงทำให้คุณภาพของไช้เค็มแดงไม่มีกลิ่นคาว

วิธีการทำไช้เค็มไชยาค่อนข้างจะมีลักษณะพิเศษกว่าที่อื่นตรงที่มีการหุ้มด้วยดินและเคลือบด้วยขี้เถ้าแกลบ ซึ่งไช้เค็มที่อื่นมักจะใช้วิธีคลึงด้วยน้ำเกลือ

การทำไช้เค็ม

1. เริ่มด้วยการคัดเลือกไช้เค็มที่ไม่บวมไม่แตกไม่ร้าวคือ เลือกไช้ที่สมบูรณ์มาทำไช้เค็ม
2. ดินที่ใช้พอกต้องเอาดินปลวก คือเอาดินจากจอมปลวกมาตำให้ละเอียด (ร่อนเอาเฉพาะที่ละเอียดแยกกรวดทราย ฯลฯ ออกทิ้ง)
3. คลุกเคล้าด้วยน้ำและเกลือให้ได้เป็นดินค่อนข้างเหนียว แล้วเอาดินนี้หุ้มไช้เค็มให้หนาประมาณ 2-5 มิลลิเมตร

4. หลังจากนั้นเป็นเรื่องการบรรจุลง บรรจุกล่อง หรือใส่ถุงใส่ภาชนะหีบห่อสำหรับส่งจำหน่าย

การนำมารับประทานจะต้องดูระยะเวลา ดูจากสลากที่ผู้ทำหรือผู้จำหน่ายระบุไว้ มิฉะนั้นจะจัดเก็บไปหรือเค็มเกินไป แต่เพื่อไม่ให้ผิดพลาดหรือให้ "ถูกรสลิ้น" ของแต่ละคนควรใช้วิธีลองทำเป็นอาหารรับประทานหรือชิมดู หากเห็นว่ารสชาติพอเหมาะก็ควรล้างดินและแกลบที่พอกไว้ ออกแล้วเก็บไว้ในตู้เย็นรสชาติจะคงเดิมและเก็บไว้รับประทานได้นาน

ประโยชน์ของไข่เค็ม

1. ใช้เป็นอาหารคาว เช่น ทอดไข่ดาว ต้ม
2. ใช้เป็นอาหารหวาน เช่น ทำไข่หวาน และใส่ขนมต่าง ๆ

มาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไชยา (Quality Standard of Chaiya Salted Egg)

การผลิตไข่เค็มถือเป็นเทคโนโลยีชาวบ้านวิธีหนึ่งที่ทำกันมานานจนถึงทุกวันนี้ โดยเริ่มแรกจุดประสงค์ในการทำไข่เค็มนั้น เพื่อเป็นการยืดอายุการเก็บของไข่เป็ดซึ่งเหลือจากการบริโภคสด ต่อมาความนิยมในการบริโภคไข่เค็มมีมากขึ้น จนพัฒนาจากการผลิตไข่เค็มเพื่อการบริโภคในครัวเรือนมาเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการค้า ซึ่งการจำหน่ายอาจจะเป็นในรูปของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มเพื่อการรับประทานโดยตรงหรือนำไปทำไปเป็นไส้ขนม เช่น ขนมเปียะ ขนมไหว้พระจันทร์ ขนมบ๊ะจ่าง ตลอดจนใช้เป็นส่วนผสมในอาหารต่างๆ ปัญหาของการผลิตไข่เค็มเพื่อการค้าในปัจจุบันคือ ไข่เค็มที่ได้มีคุณภาพไม่ค่อยสม่ำเสมอ เนื่องจากขาดการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของไข่เค็ม

โดยทั่วไปไข่เค็มที่มีในตลาด เป็นไข่เค็มที่ดองในสารละลายเกลือและไข่เค็มที่พอกด้วยดิน แต่ในการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาไข่เค็มที่ผลิตโดยการพอกดินซึ่งผลิตจากอ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี หรือที่เรียกกันว่า ไข่เค็มไชยา วัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ เพื่อกำหนดร่างมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไชยา คุณภาพของไข่เค็มไชยาขึ้นอยู่กับคุณภาพของไข่เป็ดดิบที่นำมาใช้, การควบคุมสัดส่วนปริมาณของเกลือ ดิน และขี้เถ้าแกลบ ที่ใช้ในการพอก, ระยะเวลาในการพอก โดยคุณภาพของไข่เป็ดดิบขึ้นอยู่กับพันธุ์ไข่เป็ด การดูแลจัดการไข่เป็ด และอาหารที่ใช้เลี้ยงเป็ด

ทำการศึกษาความแตกต่างของคุณภาพไข่เค็มไชยาที่ใช้ไข่เป็ดที่ได้จากเป็ดที่เลี้ยงแตกต่างกัน คือจากเป็ดที่เลี้ยงโดยภูมิปัญญาของชาวท้องถิ่น อ.ไชยา, จากเป็ดที่เลี้ยงใน อ.ไชยาแต่มีการใช้อาหารเสริมสำเร็จรูปด้วย และ จากเป็ดที่เลี้ยงนอก อ.ไชยา ปัจจัยคุณภาพที่ทำการวิเคราะห์เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบไข่เค็มไชยา ได้แก่ น้ำหนักเฉลี่ยของไข่หลังการล้างดินที่พอกออก, ค่าสีของไข่ขาวและไข่แดงโดยใช้เครื่อง Minolta Spectrophotometer CM-3500d, ค่าความเข้มข้นของเกลือในไข่ขาวและไข่แดง, คุณภาพทางประสาทสัมผัสในเรื่องความชอบของสีและความเค็มโดยใช้ผู้บริโภครทดสอบ, ปริมาณเชื้อจุลินทรีย์ทั้งหมด, ปริมาณเชื้อยีสต์และรา, ตรวจหาเชื้อที่ทำให้เกิดโรค ได้แก่ เชื้อแซลโมเนลลาและสตาฟีโลค็อกคัส ออเรียส ในไข่ขาวดิบและไข่แดงดิบ, และทดสอบสารปนเปื้อน ได้แก่ ตะกั่วและปรอท

การชักตัวอย่างทำโดยวิธีการสุ่มจากไข่เค็มที่ทำการผลิตในระยะเวลาเดียวกัน จำนวน 5 หน่วยภาชนะบรรจุ ในการทดสอบคุณภาพทางกายภาพให้สุ่มภาชนะบรรจุละ 1 ฟองและถือว่าไข่

เค็มไซยา 1 ฟองนั้นเป็น 1 ตัวอย่างทดสอบ ส่วนสำหรับการทดสอบจุลินทรีย์และสารปนเปื้อน ทำการชั่งตัวอย่างภาชนะบรรจุละ 1 ฟอง รวม 5 ฟอง มาทำเป็นตัวอย่างรวม

ลักษณะภายนอกของไข่ คินที่พอกจะต้องพอกติดที่ผิว เมื่อล้างสิ่งทีพอกออกแล้วทำความสะอาด ต้องไม่พบเปลือกไข่แตก ร้าว หรือบวม

น้ำหนักเฉลี่ยของ ตัวอย่างทดสอบหลังจากล้างคินออกอยู่ในช่วง 70-75 กรัม จำนวนไข่เค็มในภาชนะบรรจุ ต้องไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ที่ฉลาก

ค่าความเค็มคิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละของเกลือในตัวอย่างไข่เค็มขาวดิบ ควรอยู่ในช่วงตั้งแต่ 3.3% ขึ้นไป วิเคราะห์ ณ วันที่ที่แนะนำให้ผู้บริโภคร่วมทอด และควรอยู่ในช่วงตั้งแต่ 4.4% ขึ้นไป วิเคราะห์ ณ วันที่ที่แนะนำให้ผู้บริโภคร่วมต้ม

ค่าเฉลี่ยความเข้มของสีไข่แดงของไข่เค็มไซยาที่ผ่านการต้ม ณ วันที่แนะนำให้ต้ม ที่วัดโดยเครื่อง Minolta Spectrophotometer CM-3500d ได้ค่าเป็น L^* a^* และ b^* นำมาคำนวณหาค่าองศาของสี ควรมีค่าเฉลี่ยของมุมไม่เกิน 60 องศา

ณ วันที่แนะนำให้ทอด จำนวนของจุลินทรีย์ทั้งหมดต้องไม่เกิน 1×10^4 โคโลนีต่อตัวอย่าง 1 กรัม, เซลโมเนลลา ต้องไม่พบในตัวอย่าง 25 กรัม, สตาฟีโลค็อกคัส ออเรียส ต้องไม่พบในตัวอย่าง 0.1 กรัม, เชื้อราต้องไม่พบในตัวอย่าง 25 กรัม

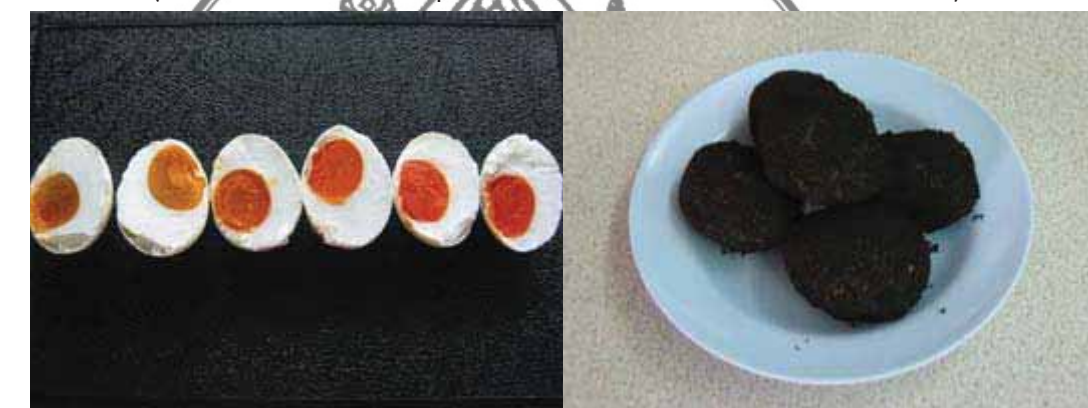
ค่าการปนเปื้อนของตะกั่วต้องไม่เกิน 1 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม และปรอทไม่เกิน 0.02 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม

ผลงานวิทยนัการศึกษา ระดับปริญญาตรี



เครื่อง Minolta Spectrophotometry CM-3500d

สีของไข่เค็ม(ค่าสีเรียงจากซ้ายไปขวามองค่าที่ 67.1, 61.4, 62.9, 52.52, 44.18, 46.82)



ภาพที่ 3 แสดงการทดสอบคุณภาพของไข่เค็มไชย (เบญจวรรณ จันทร์พลูพวง 2545)

สูตรไข่เค็มไชย

ผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษา ระดับปริญญาตรี

วัสดุที่ใช้ 1) ไข่เป็ดสด 2) ดินจอมปลวก 3 ส่วน 3) เกลือ 1 ส่วน 4) น้ำต้มสุกพอประมาณ 5) จี๊เดาเกลบ

วิธีทำ 1) นำส่วนผสม คือ ดินจอมปลวก 3 ส่วน เกลือ 1 ส่วน และน้ำต้มสุก มาคลุกเคล้าให้เข้ากัน และให้ส่วนผสมมีความเข้มข้นพอเหมาะ ไม่เหลว หรือข้นมากเกินไป



ภาพที่ 4 ส่วนผสมในการทำไข่เค็ม (เบญจวรรณ จันทรพิรุฬวง 2545)

2) นำไข่ที่คลุกเคล้าในส่วนผสมแล้ว คลุกไข่ไก่แก่ลอบเผาเพื่อป้องกันไม่ให้ไข่ติดกัน และป้องกันการระเหยของน้ำ



ภาพที่ 5 การคลุกไข่เป็ดกับส่วนผสมที่เตรียมไว้ก่อนบรรจุ (เบญจวรรณ จันทรพิรุฬวง 2545).

3) นำไข่บรรจุกล่อง หรือเก็บไว้ในที่อากาศถ่ายเทน้อย เพื่อป้องกันการระเหยของน้ำ พร้อมบรรจุกล่อง



ภาพที่ 6 การบรรจุไข่เค็มใส่กล่องก่อนนำออกจำหน่าย (เบญจวรรณ จันทร์พลูพวง 2545)

เคล็ดลับ การทำไข่เค็มสูตรใหม่ จะต้องใช้ดินจอมปลวกเป็นส่วนผสม เนื่องจากดินจอมปลวกมีธาตุกำมะถัน ช่วยทำให้ไข่เค็มมีรสชาติดีขึ้น

การรับประทานไข่เค็ม ไข่เค็มไชยาหลังจากได้บรรจุกล่องแล้ว สามารถนำมาบริโภคได้หลายรูปแบบตามอายุของไข่เค็ม ซึ่งเริ่มนับจากวันบรรจุกล่อง ดังนี้ 1-5 วัน ต้มไข่หวาน , 3-7 วัน ทอดไข่ดาว , 10-15 วัน ต้ม , 15-20 วัน ทำไส้ขนม หรือนำมาฆ่า หรือถ้าต้องการคงความเค็มคงที่ ให้ล้างดินที่พอกไข่ให้สะอาดแล้วนำไปเก็บไว้ในตู้เย็น สามารถเก็บไว้ได้นานประมาณ 1 เดือน

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับกลุ่มและกลุ่มอาชีพ

ความหมายของกลุ่ม ได้มีผู้ให้ความหมายของกลุ่มไว้แตกต่างกัน ดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน (2546 : 164) ให้ความหมายกลุ่มว่า กลุ่มประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไปที่ได้สร้างแบบอย่างการกระทำระหว่างกันทางจิตขึ้น กลุ่มหรือหมู่คณะนี้เป็นที่ยอมรับกันว่าเป็นองค์ภาวะอย่างหนึ่ง ทั้งโดยสมาชิกกลุ่มเองและโดยผู้อื่นด้วย ทั้งนี้เพราะกลุ่มจะมีพฤติกรรมร่วมกันในแบบฉบับของตนเอง

โสภา ชูพิกุลชัย (2521 : 58) ได้ให้ความหมายของกลุ่มว่า กลุ่มต้องมีสมาชิกตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไปมารวมกัน มีการแสดงพฤติกรรมตอบโต้สัมพันธ์กัน กลุ่มที่เกิดขึ้นมานั้นมีความผูกพันกัน อาจเป็นทางโครงสร้าง หรือทางจิตใจ สมาชิกแต่ละคนในกลุ่มอาจจะประสานความขัดแย้งหรืออาจมีความคิดเห็นสอดคล้องกันได้ กลุ่มทุกกลุ่มต้องมีระบบการดำเนินงานในกลุ่มจะมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน

Homans (1950 : 1-2) ให้ความหมายว่า กลุ่ม คือ การรวมกันของปัจเจกบุคคลที่มีความหมายเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ความเกี่ยวข้องนั้นมีลักษณะแน่นอน กล่าวคือ สามารถสังเกตเห็นได้และชนิดของความเกี่ยวข้องนั้น จะชี้ให้ทราบถึงชนิดของกลุ่มว่า จะเป็นครอบครัว

ผู้ฟัง กรรมการสหภาพแรงงาน หรือฝูงชน เป็นต้น สมาชิกของกลุ่มจะมีการพบปะกันและมีการตัดสินใจในรูปกลุ่มอย่างสม่ำเสมอในการดำเนินงานหรือกิจกรรมของกลุ่ม

Bales (1950 : 33) ให้ทัศนะว่ากลุ่ม หมายถึง จำนวนบุคคลจำนวนหนึ่งซึ่งผูกพันร่วมกันในกระบวนการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) และมีการพบปะพูดคุยกันอย่างสม่ำเสมอ บุคคลที่เป็นสมาชิกกลุ่มแต่ละคนจะรับรู้และทราบถึงสถานภาพของตนที่อยู่ในสังกัดกลุ่มอย่างชัดเจน ซึ่งนั่นคือแต่ละบุคคลสามารถรับรู้ (Perception) และตระหนักว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มดังกล่าว

Bernard (1960 : 39) นักจิตวิทยาสังคมศาสตร์ ได้ให้ทัศนะเชิงจิตวิทยาสังคมเกี่ยวกับกลุ่มว่า เป็นที่รวมของบุคคลซึ่งมารวมกันเพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งถ้าไม่มีการรวมกลุ่มบุคคลเหล่านั้นไม่สามารถไปถึงรางวัลหรือผลประโยชน์นั้นๆ ได้ กลุ่มประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวที่จะช่วยเหลือสนับสนุนให้สมาชิกให้ได้รับความพึงพอใจในการเข้ากลุ่มหรือไม่สามารถสนองความต้องการของสมาชิกได้ กลุ่มเหล่านั้นก็ยากที่จะดำรงความเป็นกลุ่มไว้ได้

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า กลุ่มต้องประกอบด้วยคน 2 คนขึ้นไปมีความสัมพันธ์กันมีการติดต่อสื่อสารกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีวัตถุประสงค์ของกลุ่มที่แน่นอน มีจุดมุ่งหมายการกระทำร่วมกัน และสมาชิกทุกจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของกลุ่มและแนวทางในการทำงานร่วมกัน เมื่อมีกิจกรรมร่วมกันนานๆ จะเกิดความรู้สึกว่าตัวเองเป็นพวกเดียวกัน ตัวเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มมีความผูกพันกัน

ประเภทของกลุ่ม นักสังคมวิทยาและนักจิตวิทยา ซึ่งเป็นผู้ศึกษาพฤติกรรมทางสังคมของคนที่อยู่ในองค์กรได้จำแนกประเภทของกลุ่มไว้หลายแบบด้วยกัน เช่น จำแนกเป็นกลุ่มปฐมภูมิ กลุ่มทุติยภูมิ กลุ่มอ้างอิง จำแนกเป็นกลุ่มเปิดกับกลุ่มปิด จำนวนกลุ่มเป็นทางการกับไม่เป็นทางการ เป็นต้น

ในที่นี้จะขอเลือกอธิบายเฉพาะการจำแนกประเภทของกลุ่มเป็นกลุ่มที่เป็นทางการกับกลุ่มไม่เป็นทางการ Steel (1981 : 184) ได้แบ่งประเภทของกลุ่มไว้ดังนี้

1) กลุ่มเป็นทางการ (Formal groups) คือกลุ่มคนที่ทำงานในหน่วยงานต่างๆ ที่กำหนดขึ้นโดยองค์กร จุดประสงค์ของการกำหนดหน่วยงานต่างๆ ขึ้นก็เพื่อที่จะทำงานตามที่กำหนดไว้ให้สำเร็จตามเป้าหมาย การกำหนดหน่วยงานต่างๆ ขึ้น อาจจำกำหนดเป็นการถาวรหรือชั่วคราวเพื่อเป้าหมายระยะยาวหรือระยะสั้นก็ได้ เช่น กลุ่มคนงานอยู่ในแผนกต่างๆ ในโครงการพิเศษหรือในคณะกรรมการต่างๆ ตลอดจนในที่ประชุม

2) กลุ่มไม่เป็นทางการ (Informal groups) กลุ่มไม่เป็นทางการไม่ได้เกิดขึ้นจากการแต่งตั้งเหมือนกับกลุ่มที่เป็นทางการ หากแต่สมาชิกค่อนข้างจะสมัครใจเข้ามาผูกพันกันและมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกันมากกว่า กลุ่มที่ไม่เป็นทางการจึงเกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ การผูก

สัมพันธ์กันและการตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่ม กลุ่มที่ไม่เป็นทางการจะเกิดขึ้นซ้อนกันกับกลุ่มที่เป็นทางการ โดยพัฒนาเริ่มต้นมาจากกลุ่มที่เป็นทางการ กลุ่มที่ไม่เป็นทางการอาจจะรวมกลุ่มกันจากสมาชิกของกลุ่มที่เป็นทางการหลายๆ กลุ่มด้วยกัน กลุ่มที่ไม่เป็นทางการเกิดขึ้นเพราะวัตถุประสงค์ส่วนตัว เช่น พนักงานกลุ่มหนึ่งจากหลายๆ แผนกมักไปไหนมาไหนด้วยกันเสมอ โดยที่เกี่ยวข้อกับหน้าที่การทำงานของพวกเขาและกันน้อยมาก

กลุ่มที่ไม่เป็นทางการเป็นผลที่เกิดขึ้นจากความพอใจขององค์การ แต่เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ต้องการมีเพื่อน มีสมาคม มีความสนใจร่วมกัน กลุ่มที่ไม่เป็นทางการกำหนดบทบาทและปทัสถานขึ้นมาเอง ไม่ได้เขียนเป็นลายลักษณ์อักษรเหมือนเช่นการกำหนดบทบาทและปทัสถานของกลุ่มที่เป็นทางการ สิ่งเหล่านี้จะอยู่ในใจของสมาชิกของกลุ่มที่ไม่เป็นทางการแต่ละคน บทบาทและปทัสถานของกลุ่มที่ไม่เป็นทางการอาจจะไม่ชัดเจนแน่นอน หรืออาจจะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายแต่ข้อสำคัญบทบาทและปทัสถานนี้มีผลต่อการปฏิบัติงานและประสิทธิผลขององค์การ

สำหรับกลุ่มหรือองค์การประชาชนในหมู่บ้าน ตำบล ในงานพัฒนาชุมชนจะมีอยู่ 2 ประเภท คือ 1) กลุ่มตามธรรมชาติหรือกลุ่มที่ไม่เป็นทางการ เกิดจากกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน หรือคล้ายคลึงกัน หรือมีลักษณะอาชีพที่ทำอยู่เหมือนกัน เช่น ทำไร ทำนา ทำสวน เลี้ยงสัตว์ ทอผ้า และทำการเกษตร เป็นต้น เป็นกลุ่มที่มีอยู่โดยธรรมชาติในชุมชน ไม่มีระเบียบของกลุ่ม และไม่มีวัตถุประสงค์ของกลุ่มร่วมกันอย่างชัดเจน 2) กลุ่มหรือองค์การที่เป็นทางการพัฒนาจากกลุ่มธรรมชาติ เกิดจากเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือเอกชนเข้าไปชักชวน กระตุ้น ชี้นำให้ชาวบ้านที่มีลักษณะอาชีพที่ทำอยู่เหมือนกัน หรือคล้ายคลึงกัน และความสนใจร่วมกัน รวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มกันขึ้นมาเพื่อประโยชน์ในการพัฒนา ในการเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารขึ้นมามีระเบียบปฏิบัติของกลุ่มอีกทั้งมีวัตถุประสงค์ร่วมกันชัดเจน นอกจากนี้กลุ่มหรือองค์การที่เป็นทางการ ยังแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ 1) กลุ่มหรือองค์การที่ชาวบ้านรวมตัวกันจัดตั้งขึ้น โดยมีระเบียบปฏิบัติร่วมกันชัดเจนมีวัตถุประสงค์ร่วมกันและมีกิจกรรมร่วมกัน เช่น กลุ่มสตรี กลุ่มเยาวชน กลุ่มออมทรัพย์ เป็นต้น 2) กลุ่มหรือองค์การที่มีกฎหมายหรือระเบียบทางราชการรับรอง เช่น คณะกรรมการหมู่บ้าน คณะกรรมการสภาตำบล

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม

Cattell (1971 : 22-23) ได้กล่าวถึงทฤษฎีว่าด้วยบุคลิกภาพของกลุ่มประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วน ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ซึ่งส่วนแรกเกี่ยวกับมิติต่างๆ ของกลุ่ม และส่วนที่สองเกี่ยวกับพลวัตของบุคลิกภาพของกลุ่ม

ในส่วนที่หนึ่งเกี่ยวกับมิติต่างๆ ของกลุ่มนั้นประกอบด้วยลักษณะของประชากร หมายถึง ลักษณะต่างๆ ของบุคคลแต่ละบุคคลที่มารวมตัวกันเป็นกลุ่ม ซึ่งลักษณะเหล่านี้เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคล เช่น ระดับสติปัญญา ทักษะคิด ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม

บุคลิกภาพของกลุ่ม หมายถึง พลังหรือผลที่กลุ่มสามารถบันดาลให้เกิดขึ้น ซึ่งพลังอันนี้อาจจะสำแดงต่อกลุ่มอื่นๆ หรือสิ่งที่อยู่รอบข้างกลุ่มก็ได้ บุคลิกภาพของกลุ่มเป็นอย่างไรอาจรู้จากพฤติกรรมที่กลุ่มแสดงออกไปแล้ว และอาจจะคลุมไปถึงวิธีการตัดสินใจต่างๆ ของกลุ่มอีกด้วย

ลักษณะโครงสร้างภายในของกลุ่ม หมายถึง สัมพันธภาพระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม ตัวอย่างของโครงสร้างภายในก็มี เช่น บทบาทของสมาชิกแต่ละคน ตำแหน่งที่สมาชิกมีอยู่ กลุ่มเล็ก กลุ่มน้อยในกลุ่มและช่วยการสื่อสารภายในกลุ่ม

ในส่วนที่สองที่เกี่ยวเนื่องกับพลังของบุคลิกภาพของกลุ่ม Cattell กล่าวว่า โดยปกติแล้วงานหรือกิจกรรมของกลุ่มอาจจำแนกได้เป็น 2 ชนิด คือ ชนิดแรกเป็นงานที่มุ่งเพื่อให้เป้าหมายของกลุ่มประสบความสำเร็จเป็น เช่น พลังของกลุ่มบางส่วนก็ถูกใช้ไปเพื่อสร้างความสามัคคีและแก้ไขความขัดแย้งของสมาชิกในกลุ่มให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

Stockdill (1971 : 26-27) ได้กล่าวถึงทฤษฎีว่าด้วยความสัมฤทธิ์ของกลุ่ม (A Theory of group achievement) ได้กล่าวถึงทฤษฎีไว้ 3 ประการคือ 1) สิ่งที่สมาชิกร่วมกันเข้า เมื่อบุคคลมาอยู่ร่วมกันดังนี้มี การแสดงออกและการปฏิบัติงาน (Performance) มีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) มีความคาดหวัง (Expectation) 2) ตัวแปรที่เป็นสื่อกลาง เปรียบเทียบกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงสิ่งๆ ที่สมาชิกร่วมกันเข้าให้เป็นผลผลิตหรือสิ่งนำออก ตัวแปรต่างๆ ประกอบด้วย โครงสร้างอย่างเป็นทางการ (Formal Structure) คือ สิ่งๆ ที่คาดหวังจากการมีปฏิสัมพันธ์ของสมาชิก เช่น การกำหนดตำแหน่งให้แก่สมาชิกแต่ละคนให้มีสถานภาพหน้าที่ วัตถุประสงค์ และปทัสถานตามที่ควรจะเป็น เพื่อให้สมาชิกปฏิบัติและมีปฏิกิริยาตามที่คาดหวังและทำให้ผลของการทำงานเป็นจริงขึ้นมาได้ , โครงสร้างของบทบาท (Role Structure) คือ โครงสร้างของกลุ่มมีอยู่ในตัวสมาชิกแต่ละคน สมาชิกแต่ละคนมีบทบาทของตนอย่างเต็มที่ บทบาทดังกล่าวคือความรับผิดชอบ อำนาจหน้าที่ และการดำเนินงาน ตามตำแหน่งหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย 3) สิ่งๆ ที่นำออกของกลุ่มหรือผลผลิตของกลุ่ม หรือสัมฤทธิ์ผลของกลุ่ม ผลที่ได้จากสิ่งๆ ที่สมาชิกร่วมกันเข้าแล้วแปรเปลี่ยนด้วยกระบวนการที่เรียกว่า ตัวแปรสื่อกลาง สิ่งๆ นี้ออกมาเป็น 3 ลักษณะ คือ ผลผลิตหรือผลของการทำงาน (Productivity) ขวัญ (Morale) ความสามัคคี (Cohesion) หรือความเป็นหนึ่งอันเดียวกันของกลุ่ม (Group Integration)

ความหมายของกลุ่มอาชีพ

กรมการปกครอง (2541 : 34-36) กล่าวว่า กลุ่มอาชีพ คือ กลุ่มชาวบ้านรวมกันเพื่อดำเนินกิจกรรมในด้านอาชีพการเกษตร การแปรรูปผลผลิตการเกษตร และผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น การทำไข่เค็ม การทำน้ำผลไม้ การแปรรูปพืชทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์จักสาน เป็นต้น

อุทัย หิรัญโต (ม.ป.ป. : 10) กล่าวถึง นักสังคมวิทยาบางท่านซึ่งให้ความหมายว่า กลุ่ม คือ คนจำนวนหนึ่งมาอยู่รวมกันหรือกำลังรอคอยสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือ คนจำนวนหนึ่งที่มีลักษณะบางอย่างเหมือนกัน หรือ คนจำนวนหนึ่งซึ่งมีแบบแผนบางอย่างร่วมกันและมีการตอบโต้ซึ่งกันและกัน หรือ กลุ่มคนจำนวนหนึ่งซึ่งมีความรู้สึกนึกคิดเป็นพวกเดียวกันและมีการกระทำโต้ตอบซึ่งกันและกัน

สรุป ความหมายของกลุ่ม คือ กลุ่มคนที่มีใช้มีความใกล้ชิดกันทางร่างกายเท่านั้น แต่จะต้องมีการกระทำโต้ตอบซึ่งกันและกัน มีการติดต่อสัมพันธ์กันตามสถานภาพและบทบาท มีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน มีความเชื่อในด้านคุณค่าร่วมกันหรือคล้ายคลึงกัน กลุ่มสังคม ได้แก่ ครอบครัว กลุ่มเพื่อน กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มประชาชนของประเทศ เป็นต้น

การพัฒนาของกลุ่มอาชีพ

ในด้านการพัฒนาของกลุ่มอาชีพนั้น เป็นกิจกรรมที่มุ่งเน้นการพึ่งตนเองและการเพิ่มรายได้ให้ชาวบ้านควบคู่กันไป โดยการสร้างมูลค่าของผลผลิตด้วยการส่งเสริมให้มีการแปรรูปผลผลิตและผลิตภัณฑ์จากกลุ่มอาชีพที่มีอยู่บนพื้นฐานของศักยภาพของท้องถิ่น การพัฒนาของกลุ่มอาชีพมีวิธีการดำเนินงานดังนี้ (กรมการปกครอง 2541 : 34-36)

1. เตรียมข้อมูลกลุ่มอาชีพและผลผลิตที่มีศักยภาพ โดยรวบรวมข้อมูลผลผลิตและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพจากจังหวัด และส่วนราชการที่เกี่ยวข้องเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มอาชีพ ศักยภาพการผลิต การบริหารจัดการของกลุ่ม

2. จัดตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ของชุมชน ทั้งที่เป็นลานสินค้าชุมชน เครื่องขายของร้านค้าชุมชน ภาคธุรกิจเอกชน

3. ปรับปรุงทักษะและคุณภาพของผลิตภัณฑ์จากชุมชน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับทางด้านมาตรฐานของคุณภาพ

4. สร้างเครือข่ายกลุ่มอาชีพในชนบทเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้และการจ้างงานในชนบทให้มากขึ้น

5. เสนอข้อมูลของกลุ่มอาชีพให้ภาคธุรกิจพิจารณา เพื่อกำหนดผลผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่ต้องการจะซื้อ ตลอดจนกำหนดคุณภาพที่ต้องการ ดังนั้นหากกลุ่มอาชีพที่ไม่สามารถผลิต

สินค้าได้คุณภาพในระดับที่ภาคธุรกิจต้องการ ภาครัฐจะต้องให้การสนับสนุนแก่กลุ่มอาชีพ เช่น การพัฒนาฝีมือ จัดหาแหล่งเงินทุน

6. ประสานงานให้กลุ่มอาชีพกับภาคธุรกิจได้พบกันเพื่อทำความเข้าใจและตกลงเบื้องต้นในด้านคุณภาพ รูปแบบ ปริมาณและการบริหารจัดการ และตกลงทำธุรกิจร่วมกัน

7. ประสานภาคอุตสาหกรรมโดยผู้นำชุมชนหรือกลุ่มอาชีพ เพื่อให้มีการกระจายการผลิตไปสู่ชุมชน

องค์ประกอบของกลุ่มอาชีพ

บงกช หงษ์คำมี (2537 : 13) กล่าวว่า การจัดตั้งกลุ่มอาชีพนั้นจะต้องมีองค์ประกอบดังนี้

1. สมาชิกกลุ่ม มีความสำคัญต่อการจัดตั้งกลุ่มมาก คุณสมบัติของสมาชิกที่ดี คือ การเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มด้วยเหตุผลของตนเอง มีความเข้าใจวัตถุประสงค์และนโยบายของกลุ่มชัดเจน ปฏิบัติตามระเบียบข้อตกลงโดยเคร่งครัด ซึ่งสำคัญ เสียสละเพื่อกลุ่ม ทั้งด้านความคิด เวลา แรงงาน เพื่อให้กลุ่มดำเนินงานต่อไปได้

2. ผู้นำหรือ คณะกรรมการกลุ่ม คุณสมบัติของผู้นำที่ดี คือ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความรู้ในหน้าที่ของตนเองและนโยบายกิจกรรมที่ตนเองบริหารงานอยู่และต้องมีความรู้ในกิจกรรมกลุ่มอื่นๆ หรือสถานการณ์ทั่วไปด้วย เพื่อพิจารณาขยายกิจการให้ก้าวหน้าต่อไป มีความรับผิดชอบ สร้างสรรค์ทำให้เกิดแก่สมาชิกกลุ่มและต้องใช้ความร่วมมือหรือประสานงานกับหน่วยงานข้างเคียงด้วย

3. ระเบียบข้อบังคับเป็นเรื่องที่กำหนดแนวทางการดำเนินงาน กำหนดหน้าที่ของคณะกรรมการและสมาชิกไว้พร้อม ระเบียบข้อบังคับต้องมาจากมติของสมาชิกหรือสมาชิกยอมรับ ระเบียบข้อบังคับต้องมีการยึดหยุ่น เปลี่ยนแปลงแก้ไขให้ทันเหตุการณ์ได้ และสมาชิกสามารถปฏิบัติตามได้

4. ต้องมีกิจกรรมซึ่งสมาชิกต้องมีส่วนร่วมในการวางแผนกิจกรรมนั้น ต้องมีวัตถุประสงค์แน่นอน และสมาชิกมีบทบาทหน้าที่ที่ร่วมกัน และก่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิก

คณะกรรมการกลุ่มอาชีพ

คณะกรรมการเป็นกลุ่มบุคคลจำนวนหนึ่งซึ่งจัดตั้งขึ้นเป็นตัวแทนของกลุ่ม เพื่อช่วยเหลือด้านการบริหาร การตัดสินใจ การริเริ่มงานใหม่และการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น การมีคณะกรรมการดำเนินการจะได้ผลดีกว่าที่จะอาศัยการดำเนินการเพียงบุคคลเดียวเพราะ

คณะกรรมการจะเป็นที่รวมของบุคคลผู้มีความสามารถ สามารถระดมความรู้ ความคิดไปช่วย แก้ปัญหาต่างๆ ได้

เดิม แยม์เสมอ (2524 : 115) ได้ให้ความหมายของคณะกรรมการไว้ว่า คณะกรรมการ ในทางรัฐประศาสนศาสตร์ หมายถึง กลุ่มบุคคลซึ่งได้รับการแต่งตั้งให้ทำหน้าที่พิจารณาค้นคว้าคำ วินิจฉัยหรือข้อตกลงร่วมกันแต่โดยทั่วๆ ไปคณะกรรมการหมายถึงกลุ่มของคนที่ร่วมกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เพื่อพิจารณาปัญหาต่างๆ ร่วมกัน

สมยศ นาวิการ (2538 : 190) กล่าวถึง การบริหารในองค์คณะบุคคลเป็นการบริหารแบบ มีส่วนร่วม คือ กระบวนการของการให้ผู้ได้บังคับบัญชามีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจ การบริหาร แบบมีส่วนร่วมมีลักษณะที่เน้นการมีส่วนเกี่ยวข้องอย่างแข็งขันของบุคคลใช้ความคิดสร้างสรรค์ และความเชี่ยวชาญของพวกเขาในการแก้ปัญหาของการบริหารแบ่งอำนาจหน้าที่ของการบริหาร ของพวกเขาให้ผู้บังคับบัญชาและต้องการให้ผู้ได้บังคับบัญชามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างแท้จริงใน กระบวนการตัดสินใจที่สำคัญขององค์การ ไม่ใช่แค่เพียงสัมผัสปัญหาหรือการแสดง ความห่วงใย เท่านั้น

Anstey (1962 : 16) ได้ให้ความหมายของคณะกรรมการไว้ว่า คณะกรรมการหมายถึง คณะบุคคลซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากบุคคลหรือองค์การที่คณะบุคคลนั้นสังกัดอยู่เพื่อทำหน้าที่ด้วย การประชุมพิจารณา ปรีกษาหาหรือปัญหาเฉพาะเรื่องที่คณะกรรมการชุดนั้นได้รับมอบหมายแล้ว รวบรวมข้อวินิจฉัยหรือข้อเสนอแนะต่อองค์การนั้นๆ

นอกจากนี้ อุทัย หิรัญไธ (2532 : 129-131) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับระบบคณะกรรมการ กับการบริหารราชการรวมทั้งปฏิบัติหน้าที่ในการบริหารด้วย โดยมีหน้าที่ดังนี้ 1) ประชุม 2) ระดม ความคิดและผลิตความคิดเห็นร่วมกัน 3) มีมติอย่างใดอย่างหนึ่ง 4) ประสานงานระหว่างบุคคล หรือกลุ่มบุคคลต่างๆ และได้กล่าวถึงหลักการตั้งคณะกรรมการที่ถูกต้องและก่อให้เกิดประโยชน์ ต่อการบริหารมีแนวทางปฏิบัติดังนี้ 1) กำหนดวัตถุประสงค์ในการตั้งคณะกรรมการให้ชัดเจนระบุ กิจการและความรับผิดชอบอย่างแน่ชัด 2) คณะกรรมการจะต้องไม่ใหญ่เกินไป คณะกรรมการ คณะหนึ่งควรมีกรรมการประมาณ 10 - 20 คน ถ้ามีความจำเป็นจะตั้งกรรมการหลายคน ก็ควรแบ่ง ออกเป็นอนุกรรมการชุดต่าง ๆ 1) เลือกตัวกรรมการด้วยความระมัดระวัง ควรคำนึงถึงความเต็มใจ ความรู้ ความสามารถอย่างแท้จริง ตำแหน่งที่สำคัญที่สุดในคณะกรรมการ ซึ่งได้แก่ ประธานและ เลขานุการ คณะกรรมการ การเลือกสรรกรรมการสองตำแหน่งนี้จะต้องพิถีพิถันเป็นพิเศษไม่ใช่ เลือกโดยถืออาวุโส 2) คณะกรรมการไม่พึงได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ในทางบริหาร หมายความว่า ควรให้คณะกรรมการมีหน้าที่เสนอความเห็นในทางวิชาการ กำหนดรูปแบบและแสวงหา

ข้อเท็จจริงหรือข้อตกลงร่วมกัน หน้าที่ของคณะกรรมการไม่ใช่ออกคำสั่งในการบริหารโดยตรง เว้นแต่จะเป็นคณะกรรมการถาวรและได้รับมอบหมายให้มีหน้าที่วินิจฉัยสั่งการด้วย

กรมพัฒนาชุมชน (ม.ป.ป. ก : 78-79, ม.ป.ป. ข : 113-114) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบ คณะกรรมการบริหารกลุ่มอาชีพไว้ดังนี้ 1) คณะกรรมการอำนวยการ ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ และผู้ช่วยเลขานุการ 2) คณะกรรมการฝ่ายอำนวยการผลิต 3) คณะกรรมการฝ่ายควบคุมการผลิต 4) คณะกรรมการฝ่ายการตลาด 5) คณะกรรมการฝ่ายการเงิน 6) อื่นๆ (ตามความเหมาะสม) โดยแต่ละฝ่ายมีบทบาทหน้าที่ดังนี้

1. บทบาทหน้าที่คณะกรรมการอำนวยการ(แต่ละตำแหน่ง)

ประธาน มีหน้าที่เป็นประธานในที่ประชุม ลงนามในเอกสารทางการเงินร่วมกับ เภรัญญิก คูแควควบคุมการดำเนินการ

รองประธาน ทำหน้าที่แทนประธานทุกอย่างเมื่อประธานไม่อยู่ หรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ หรือตามที่มอบหมาย

เลขานุการ ทำหน้าที่เป็นนายทะเบียน เตรียมการประชุมทั้งของการประชุมใหญ่และการประชุมคณะกรรมการ แจ้งนัดการประชุม จัดส่งหนังสือ บันทึกรายงานประชุมตลอดจนทำหน้าที่อย่างอื่น ตามที่คณะกรรมการอำนวยการตกลงมอบหมายให้ทำ ทั้งนี้ต้องเป็นไปตามข้อบังคับ และระเบียบตามมติของกลุ่ม

ผู้ช่วยเลขานุการ ทำหน้าที่แทนเลขานุการทุกอย่าง เมื่อเลขานุการไม่อยู่หรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ หรือตามที่มอบหมาย

หน้าที่และอำนาจคณะกรรมการอำนวยการ 1) พิจารณารับสมัครสมาชิก 2) พิจารณาในเรื่องรายได้ - รายจ่ายของกลุ่ม กำหนดเงินทุน เงินลงหุ้นตามที่เห็นสมควร 3) ร่วมกับคณะกรรมการฝ่ายการเงิน กำหนดการประชุมใหญ่ พร้อมทั้งทำรายงานประจำปี แสดงผลการดำเนินงานของกลุ่มต่อที่ประชุมใหญ่ 4) พิจารณากำหนดจำนวนหุ้น ค่าสุด-สูงสุดที่สมาชิกคนหนึ่งใช้สิทธิถือครองได้ ทั้งนี้ต้องเป็นไปตามระเบียบข้อบังคับ 5) ดำเนินการจัดให้มีการประชุมคณะกรรมการบริหาร เพื่อพิจารณาเลือกตั้งหรือซ่อมตำแหน่งที่ว่างลงของคณะกรรมการทุกคณะ 6) ร่วมกับคณะกรรมการของฝ่ายการเงินพิจารณาจัดสรรผลประโยชน์แก่สมาชิก 7) พิจารณาร่างแก้ไขระเบียบข้อบังคับเพื่อเสนอขออนุมัติที่ประชุมใหญ่ 8) พิจารณาหาวิธีการส่งเสริมและให้การศึกษาอบรมแก่สมาชิกติดต่อสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มภายนอก รวมถึงองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งในและนอกประเทศเพื่อความเจริญก้าวหน้าของกลุ่ม 9) ดำเนินการต่างๆ ตามมติที่ประชุมใหญ่สมาชิก

2. คณะกรรมการฝ่ายอำนวยการผลิต มีหน้าที่คอยสอดส่องดูแลการผลิต อำนวยความสะดวกให้กับสมาชิก และให้สมาชิกได้มีการผลิตตลอดเวลาและทั่วถึง

3. คณะกรรมการฝ่ายควบคุมคุณภาพ มีหน้าที่ควบคุมการผลิตของสมาชิกให้มีการผลิตอย่างมีคุณภาพและปริมาณเป็นไปตามความต้องการของตลาด ให้ข้อเสนอแนะแก่สมาชิกให้ได้มาตรฐาน นอกจากนี้ยังเป็นผู้นำตลาดหรือรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มาสู่สมาชิกอยู่เสมอ

4. คณะกรรมการฝ่ายการตลาด มีหน้าที่ส่งเสริมการขายให้กับกลุ่ม ติดต่อกับลูกค้าทั้งภายในหมู่บ้าน ตำบลและภายนอก รวมทั้งนำสินค้าของกลุ่มไปช่วยจำหน่าย หรือติดต่อหาบุคคลเข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ทำสถิติข้อมูลการขายร่วมกับฝ่ายผลิตกำหนดเวลาการผลิตให้เหมาะสมกับช่วงใดจะผลิตปริมาณเท่าใด และพยายามให้มีการขายทั้งปลีก-ส่ง

5. คณะกรรมการฝ่ายการเงิน มีหน้าที่รับผิดชอบในด้านการเงินของกลุ่มโดยอยู่ภายใต้การแนะนำของคณะกรรมการอำนวยการ และมีบทบาทหน้าที่ดังนี้ 1) ควบคุมดูแลเงินทุนต่างๆ หลักฐานทางการเงิน สิ่งประกัน ใบสำคัญต่างๆ รวมถึงทรัพย์สินทั้งหมดของกลุ่ม 2) ลงลายมือในเอกสารทางการเงิน และหรือเอกสารที่ใช้แทนเงินในนามของกลุ่มร่วมกับประธานหรือรองประธาน 3) เก็บรักษาและดูแลเอกสารทางการเงินทุกประเภท 4) รับเงินทุนและเงินรายได้ต่างๆ ของกลุ่ม และต้องนำเงินทั้งหมดที่ได้รับฝากไว้กับที่ปลอดภัยหรือตามที่คณะกรรมการบริหารได้กำหนดไว้ 5) ทำกิจกรรมต่างๆ อันเกี่ยวกับหน้าที่ด้านการเงิน

กล่าวโดยสรุป การบริหารในรูปคณะกรรมการนั้นเป็นการดำเนินงานโดยคณะบุคคลมาร่วมกันตัดสินใจพิจารณาดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ของกลุ่มอาชีพ ซึ่งน่าจะได้ผลดีกว่าบุคคลคนเดียวโดยการตั้งคณะกรรมการให้ปฏิบัติหน้าที่อย่างใดอย่างหนึ่งภายในกลุ่มอาชีพเป็นเทคนิคการบริหารงานที่จะช่วยให้งานของกลุ่มอาชีพได้รับการสนับสนุนจากบุคคลที่เป็นกรรมการและทำงานกันเป็นทีม

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

จะเห็นได้ว่าอาชีพเป็นการรวมตัวของบุคคลที่มีองค์ประกอบอาชีพเดียวกันหรือลักษณะที่ดำรงอยู่ได้นั้นสมาชิกต้องมีความสามัคคี และยอมรับสถานภาพภายในกลุ่มมีผู้ที่ชำนาญการในอาชีพนั้นๆ หรือมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สามารถนำกลุ่มให้ประสบความสำเร็จได้ ตลอดจนบริหารงานในรูปคณะกรรมการต่างๆ ก็ต้องมีระเบียบและกำหนดหน้าที่ให้ชัดเจน

ในการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดกลุ่มและกลุ่มอาชีพมาใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินงานของผู้ประกอบการร้านไข่มุกไชยาที่มีการก่อตั้งขึ้นเองทั้งในรูปแบบกลุ่ม ส่วนตัว และรวมเป็นกลุ่มอาชีพหรือวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้การกำหนดแนวทางการบริหารงานของผู้ประกอบการจำแนกได้อย่างเหมาะสมและเข้าใจถึงแนวทาง ปัญหาและอุปสรรคที่ผู้ประกอบการเจอ

4. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน

ความหมายแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชน คือ การรวมกันของประชาชนในท้องถิ่นเพื่อร่วมกัน ประกอบธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ประชาชนในชุมชน หรือการสร้าง ศักยภาพที่มีอยู่ภายในชุมชนให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจโดยการจัดตั้งร้านค้าชุมชน (อภิชัย พันธุ์เสน, 2545)

ร้านค้าชุมชน หมายถึง ร้านค้าที่กลุ่มหรือคณะบุคคลร่วมกันทำการค้าขายในหมู่บ้านโดยชาวบ้านเป็นสมาชิกถือหุ้น มีการเลือกตั้งกรรมการ บริหารร้านค้าโดยคัดเลือกจากสมาชิกผู้ถือหุ้น และมีการปันผลกำไร (เงินปันผลจากค่าหุ้นหรือเงินปันผลคืนจากการซื้อสินค้า) ของร้านค้าคืนให้กับสมาชิก (นันทิยา หุตานวัตร 2546)

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2540: 89) ได้กล่าวถึง คำว่า "ธุรกิจชุมชน" ในความหมายทางเศรษฐศาสตร์และการค้า หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนที่ต้องการได้กำไร

ความเป็นมาของร้านค้าชุมชน

จากการที่รัฐบาลมีนโยบายการกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ภูมิภาค เพื่อมิให้เกิดการกระจุกตัวในส่วนกลาง ซึ่งทำให้ประชาชนในชนบทส่วนใหญ่มีปัญหาในการถูกเอารัดเอาเปรียบในการหาซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีพและไม่ได้รับความเป็นธรรมในการขายผลผลิต รวมทั้งขาดความรู้ ประสบการณ์ และขาดอำนาจต่อรองทางการค้าตลอดจนมองไม่เห็นโอกาสและช่องทางที่จะนำภูมิปัญญาของตนเองมาพัฒนาในเชิงธุรกิจ ประกอบกับเกิดผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจของประเทศทำให้ประชากรมีรายได้ลดลงจึงจำเป็นที่หน่วยงานของภาครัฐจะประสานร่วมมือกันในการเสริมสร้างประสิทธิภาพ การดำเนินกิจกรรมให้แก่ชุมชนและกลุ่มอาชีพ

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

จากนโยบายกระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการสนับสนุนการรวมกลุ่มของ ประชาชนเพื่อจัดตั้งร้านค้าชุมชนในชนบทที่อยู่ห่างไกลให้สามารถซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาที่เป็นธรรมและเพิ่มอำนาจในการต่อรองทางการค้า รวมทั้งสามารถใช้ร้านค้าชุมชนเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ภายใต้การบริหารของกลุ่มคนในชุมชนและภาครัฐเป็นผู้ให้การสนับสนุนด้านเงินทุน และวิชาการด้านการบริหารจัดการ การบัญชี

โครงสร้างการบริหารงานร้านค้าชุมชน ประกอบด้วย

1. สมาชิกผู้ถือหุ้น สมาชิกผู้ถือหุ้นของร้านค้าชุมชนจะสิทธิมีส่วนร่วมในการบริหารงาน โดยมีสิทธิในการเลือกตั้งกรรมการเพื่อมาบริหารร้านค้าแทนสมาชิก และร่วมกันกำหนดระเบียบหลักเกณฑ์ของร้านค้า เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานของคณะกรรมการ ในขณะเดียวกัน สมาชิกต้องให้ความร่วมมือในการซื้อสินค้า

2. คณะกรรมการ จะมีจำนวนประมาณ 7 - 10 คน โดยคัดเลือกให้ดำรงตำแหน่ง ประธาน รองประธาน คณะกรรมการจัดซื้อ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบัญชี คณะกรรมการฝ่ายการเงิน ซึ่งคณะกรรมการ จะต้องเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์สุจริตและมีความเสียสละ

3. ผู้จัดการร้านค้า จะคัดเลือกจากคณะกรรมการ เพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการควบคุมดูแลร้านค้า เช่น การขายสินค้า การซื้อสินค้าเข้าร้าน ฯลฯ โดยการดำเนินการ ทั้งหมด จะต้องอยู่ภายใต้ความเห็นชอบของคณะกรรมการ

การคัดเลือกและการจัดตั้งร้านค้าชุมชน

ในการส่งเสริมจัดตั้งร้านค้าชุมชน จะต้องพิจารณาจากความพร้อมและความ ประสงค์ของสมาชิกในชุมชนเป็นหลัก ทั้งนี้ หากไม่ได้รับความร่วมมือจากสมาชิก เช่น การไม่เข้ามาช่วยในการบริหารงานของร้าน การไม่ซื้อสินค้าจากร้านค้า ฯลฯ การดำเนินงานของร้านค้าก็ไม่สามารถดำเนินงานต่อไปได้

จากการดำเนินการที่ผ่านมา มีข้อสังเกต คือ การจัดตั้งร้านค้าชุมชนในหมู่บ้านที่อยู่ห่างไกลหรือการคมนาคมไม่สะดวกจะได้เปรียบและประสบความสำเร็จ มากกว่าร้านค้าที่อยู่ใกล้ตัวเมืองและมีการคมนาคมสะดวก ดังนั้น ในการคัดเลือกและส่งเสริมจัดตั้งร้านค้าชุมชนให้ประสบความสำเร็จได้ จะต้องพิจารณา ดังนี้

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

1. สมาชิกในชุมชน มีความพร้อมและประสงค์จะจัดตั้งร้านค้า
2. เป็นหมู่บ้านที่อยู่ห่างไกลหรือการคมนาคมไม่สะดวก
3. สมาชิกต้องให้ความร่วมมือในการบริหารงานและการซื้อสินค้าจากร้านค้า
4. กรรมการบริหารร้านค้ามีความเสียสละซื่อสัตย์สุจริตและมีความ โปร่งใสในการบริหาร
5. ร้านค้ามีการขายสินค้าเป็นเงินสด หรือมีการขายสินค้าเป็นเงินเชื่อในปริมาณน้อย

การจัดหาสถานที่ในการจัดตั้งร้านค้าชุมชน

การจัดหาสถานที่สำหรับการจัดตั้งร้านค้าชุมชน ควรเป็นแหล่งชุมชน และมีการสัญจรผ่านไปมาของสมาชิกร้านค้าและประชาชนในชุมชน ซึ่งสถานที่ใช้ในกรณีที่เป็นสาธารณะหรือที่ส่วนบุคคลจะต้องมีหลักฐานยินยอมให้ใช้ประโยชน์จากผู้มีอำนาจในการอนุญาตใช้สถานที่

ปัญหาของร้านค้า

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไป ทำให้พฤติกรรมของประชาชนเปลี่ยนแปลงการคมนาคมระหว่างพื้นที่สะดวก การประกอบธุรกิจขยายตัวในทุกระดับพื้นที่ การแข่งขันทางการค้าเพิ่มขึ้น ทำให้ความจำเป็นในการจัดตั้งร้านค้าชุมชนลดลงปัจจุบันกรมฯ จะมุ่งเน้นพัฒนาร้านค้าที่มีอยู่ให้เข้มแข็งสามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน สำหรับเงินทุนรายใหม่ จะเป็นหมู่บ้านที่มีความจำเป็นทางเศรษฐกิจและที่จังหวัดที่เห็นสมควร

ร้านค้าชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าตั้งแต่ปี 2530-2548 และยังคงดำเนินการอยู่จำนวน 456 ร้านค้า (ประกอบด้วยทุนครั้งแรก 428 ร้านค้า และ ทุนชั้นพัฒนา 28 ร้านค้า) ในพื้นที่ 67 จังหวัด

การพัฒนาธุรกิจชุมชนในความส่งเสริมของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ

- 1) ให้ความรู้ในการบริหารจัดการ การวางระบบบริหารจัดการ
- 2) ให้คำปรึกษาแนะนำ ร่วมแก้ไขปัญหา และตรวจเยี่ยมการดำเนินงานจากสำนักงาน

พัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัด

- 3) ได้มีการพัฒนาการจัดวางสินค้าและภาพลักษณ์ของร้านค้าชุมชนเป็นร้านค้าชื่อ

สะดวก เพื่อให้สามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกต่าง ๆ รวมทั้งได้มีการจัดประกวดร้านค้าชุมชนดีเด่นระดับประเทศเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจแก่ร้านค้า

ผลงานวิจัยนกระดับปริญญาตรี

จากข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดธุรกิจชุมชนทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจและนำเสนอหามา

ประกอบการบรรยายการดำเนินธุรกิจชุมชนของผู้ประกอบการร้านโชห่วยรายย่อยได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด

การตลาดคือ การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ในธุรกิจที่ทำให้เกิดการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการนั้น ๆ โดยได้รับความพอใจ ขณะเดียวกันก็บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ

Peter Drucker ให้ความหมายของการตลาด คือความพยายามทำให้การขายขยายกว้างออกไป และด้วยความรวดเร็วที่สุด

William J. Stanton ได้กล่าวไว้ว่า การตลาด หมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจทั้งหมดที่สามารถส่งผลกระทบต่อระหว่างกันได้ เช่น การกำหนดราคา การจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้า ทั้งในปัจจุบันและผู้ที่คาดว่าจะ เป็นลูกค้าในอนาคต

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Marketing Association: AMA) ให้นิยามคำว่า การตลาดไว้ดังนี้ การตลาด หมายถึง กระบวนการวางแผนและบริหารในด้าน แนวความคิด การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เกิด การแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้รับความสุขความพอใจและบรรลุ วัตถุประสงค์ขององค์กร

Kotler Philip (1988 : 78) ศาสตราจารย์ด้านการตลาดที่มีชื่อเสียงของประเทศ สหรัฐอเมริกา ได้ให้นิยามของการตลาดว่า การตลาด คือ กิจกรรมต่างๆ ที่มนุษย์กระทำขึ้นเพื่อ ตอบสนองต่อความจำเป็นและความต้องการให้เป็นที่พอใจโดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยน กล่าวโดยสรุปได้ว่า องค์ประกอบของการตลาดที่สำคัญ มีดังนี้

1. จะต้องประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ เช่น การผลิตสินค้าและการให้บริการ จากผู้ผลิต ไปสู่ผู้บริโภค
2. จะต้องเป็นการตอบสนองต่อความจำเป็น (Need) และความต้องการ (Want) ของ มนุษย์หรือผู้บริโภค ในที่นี้ ความจำเป็น หมายถึง ความต้องการในปัจจุบันแห่งการดำรงชีวิตที่มนุษย์ ขาดไม่ได้ คือ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค ในขณะที่ ความต้องการ หมายถึง ระดับของความต้องการที่อยู่นอกเหนือความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เช่น ความต้องการ รับประทานหุนตาม ซึ่งถือเป็นอาหารที่อยู่นอกเหนือความจำเป็นด้านอาหารของมนุษย์ เป็นต้น
3. ต้องมีการแลกเปลี่ยน ซึ่งการแลกเปลี่ยนในปัจจุบันได้ใช้มาตรฐานเงินตรา (Money System) เป็นเครื่องมือในการประเมินมูลค่าของสินค้าหรือบริการ

บทบาทและหลักความสำคัญของการตลาด

การตลาดเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับกิจการ องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน การ ดำเนินการทางด้านการตลาดจะส่งผลกระทบต่ออย่างกว้างขวางทั้งในแง่ของทั้งในแง่ของผลดี หรือ ผลประโยชน์ที่จะได้รับ และผลกระทบด้านผลเสียทั้งภายในและภายนอกประเทศซึ่งจำแนก ความสำคัญของการตลาดได้ดังต่อไปนี้

1. ความสำคัญของการตลาดที่มีต่อสังคมและบุคคล การตลาดมีความสำคัญที่มีต่อสังคมและบุคคลดังต่อไปนี้

- 1.1 การตลาดเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการณ์การซื้อของบุคคล
- 1.2 การตลาดช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของประชากรในสังคมให้สูงขึ้น
- 1.3 การตลาดทำให้เกิดงานอาชีพต่าง ๆ แก่บุคคลเพิ่มมากขึ้น

2. ความสำคัญของการตลาดที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ การตลาดทำให้เกิดการซื้อขายสะดวก รวดเร็ว ผู้ซื้อผู้ขายติดต่อสัมพันธ์กันได้ตลอดเวลา การปฏิบัติต่าง ๆ ทางการตลาดก็มีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจอย่างมากมายดังนี้

- 2.1 การตลาดช่วยให้ประชากรมีรายได้สูงขึ้น
- 2.2 การตลาดช่วยสร้างความต้องการในสินค้าและบริการ
- 2.3 การตลาดทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของประเทศ

แนวความคิดทางการตลาด

นักการตลาดมีแนวความคิดทางการตลาดที่แตกต่างกัน ซึ่งมีผลต่อการกำหนดแผนการตลาดและบริการลูกค้าที่แตกต่างกันดังนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับการผลิต (The Production Concept)
2. แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (The Product Concept)
3. แนวความคิดเกี่ยวกับการขาย (The Selling Concept)
4. แนวความคิดเกี่ยวกับการตลาด (The Marketing Concept)
5. แนวความคิดเกี่ยวกับการตลาดเพื่อสังคม (The Societal Marketing Concept)
6. แนวความคิดมุ่งการตลาดเชิงยุทธ์ (The Strategic Marketing Concept)

เพื่อให้การดำเนินงานทางการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพ นักการตลาดจะต้องกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย กำหนดตลาดเป้าหมาย และกำหนดส่วนประสมทางการตลาด ที่เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย เพื่อตอบสนองความต้องการตลาดเป้าหมาย ให้ได้รับความพอใจสูงสุดดังนี้

1. กำหนดตลาดเป้าหมาย คือการกำหนดกลุ่มลูกค้า หรือตลาด ซึ่งสามารถแบ่งได้ 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ บุคคลธรรมดาในตลาดผู้บริโภค , ผู้ที่ซื้อเป็นสถาบันหรือองค์กรในอุตสาหกรรม
2. กำหนดส่วนประสมทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 4 องค์ประกอบดังต่อไปนี้

2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) คือสินค้าหรือบริการที่จะเสนอให้กับลูกค้า แนวทางการกำหนดตัวผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมต้องดูว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการอะไร แต่โดยทั่วไปแนวทางที่จะทำสินค้าให้ขายได้มีอยู่สองอย่างคือ

2.1.1 สินค้าที่มีความแตกต่าง โดยการสร้างความแตกต่างนั้นจะต้องเป็นสิ่งที่คุณลูกค้าสามารถสัมผัสได้จริงว่าต่างกันและลูกค้าตระหนักและชอบในแนวทางนี้ เช่นคุณสมบัติพิเศษ รูปลักษณ์ การใช้งาน ความปลอดภัย ความคงทน โดยกลุ่มลูกค้าที่เราจะจับก็จะเป็กลุ่มลูกค้าที่ไม่มีการแข่งขันมาก (niche market)

2.1.2 สินค้าที่มีราคาต่ำ คือการยอมลดคุณภาพในบางด้านที่ไม่สำคัญลงไป เช่นสินค้าที่ผลิตจากจีนจะมีคุณภาพไม่ดีนักพอใช้งานได้แต่ถูกมากหรือสินค้าที่เลียนแบบแบรนด์ต่างๆ ในซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ จริงแล้วสำหรับนักธุรกิจมือใหม่ควรเลือกในแนวทางสร้างความแตกต่างมากกว่าการเป็นสินค้าราคาถูกเพราะหากเป็นด้านการผลิตแล้วรายใหญ่จะมีต้นทุนการผลิตที่ถูกกว่ารายย่อย แต่หากเป็นด้านบริการอาจเริ่มต้นที่ราคาถูกก่อนแล้วค่อยๆ หาดตลาดที่รายใหญ่ไม่สนใจ

2.2 ราคา (Price) ราคาเป็นสิ่งที่ค่อนข้างสำคัญในการตลาดแต่ไม่ว่าจะคิดอะไรไม่ออกก็ลดราคาอย่างเดียวเพราะการลดราคาสินค้าอาจจะไม่ได้ช่วยให้การขายดีขึ้นได้ หากปัญหาอื่นๆ ยังไม่ได้รับการแก้ไข การตั้งราคาในที่นี้จะเป็นการตั้งราคาให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมาย เช่น การขายผลิตภัณฑ์ใหม่เริ่มมีราคาอาจจะต้องถูกลง แต่หากขายที่ร้านค้าหรือห้างสรรพสินค้าราคาอาจจะสูงขึ้น เพราะราคาเป็นตัวบ่งบอกภาพลักษณ์ของสินค้าที่สำคัญที่สุด อย่างไรก็ตาม ในด้านการทำธุรกิจขนาดย่อมแล้ว ราคาที่ผู้ขายต้องการอาจไม่ได้คิดอะไรลึกซึ้งขนาดนั้น แต่จะมองกันในเรื่องของตัวเลขซึ่งจะมีวิธีกำหนดราคาง่ายต่างๆ ดังนี้

2.2.1 กำหนดราคาตามลูกค้า คือการกำหนดราคาตามที่ผู้ขายคิดว่า ลูกค้าจะเต็มใจจ่าย ซึ่งอาจจะได้มาจากการทำสำรวจหรือแบบสอบถาม

2.2.2 กำหนดราคาตามตลาด คือการกำหนดราคาตามคู่แข่งในตลาด ซึ่งอาจจะต่ำมากจนผู้ขายจะมีกำไรน้อยคั้งนั้นหากองค์กรคิดที่จะกำหนดราคาตามตลาดอาจจะต้องมานั่งคิดคำนวณย้อนกลับว่า ต้นทุนสินค้าควรเป็นเท่าไรเพื่อจะได้กำไรตามที่ตั้งเป้าแล้วมาหาทางลดต้นทุนลง

2.2.3 กำหนดราคาตามต้นทุน + กำไร วิธีนี้เป็นการคำนวณว่าต้นทุนขององค์กรอยู่ที่เท่าใด แล้วบวกค่าขนส่ง ค่าแรงขององค์กรบวกกำไรจึงได้มาซึ่งราคา แต่หากราคาที่ได้มาสูงมาก องค์กรอาจจำเป็นต้องมีการทำประชาสัมพันธ์หรือปรับภาพลักษณ์ให้เข้ากับราคานั้น

2.3 การจัดจำหน่าย (Place) คือ วิธีการนำสินค้าไปสู่มือของลูกค้า หากเป็นสินค้าที่จะขายไปหลายๆ แห่ง วิธีการขายหรือการกระจายสินค้าจะมีความสำคัญมาก หลักของการเลือกวิธี

กระจายสินค้านั้นไม่ใช่ขายให้มากสถานที่ที่สุดจะดีเสมอเพราะมันขึ้นอยู่กับว่า สินค้าขององค์กรคืออะไร และกลุ่มเป้าหมายขององค์กรคือใคร เช่น ของใช้ในระดับบนควรจะจำกัดการขายไม่ให้มีมากเกินไปเพราะอาจจะทำให้เสียภาพลักษณ์ได้สิ่งที่องค์กรควรจะคำนึงอีกอย่างของวิธีการกระจายสินค้าคือต้นทุนการกระจายสินค้า เช่น การขายสินค้าใน 7 - eleven อาจจะกระจายได้ทั่วถึง แต่อาจจะมีต้นทุนที่สูงกว่า หากจะกล่าวถึงธุรกิจที่เป็นการขายหน้าร้าน สถานที่ในที่นี้คือ ท่าเล ซึ่งควรเลือกที่เหมาะสมกับสินค้าขององค์กรเช่นกัน

2.4 การส่งเสริมการขาย (Promotion) คือ การทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อบอกลูกค้าถึงลักษณะสินค้าขององค์กร เช่น โฆษณาในสื่อต่างๆ หรือการทำกิจกรรมที่ทำให้คนมาซื้อสินค้าขององค์กร เช่น การทำการลดราคาประจำปี หากจะพูดในแง่ของธุรกิจขนาดย่อม การโฆษณาอาจจะเป็นสิ่งที่เกินความจำเป็นเพราะจะต้องใช้เงินจะมากหรือน้อยก็ขึ้นกับช่องทางที่องค์กรจะใช้ที่จะดีและอาจจะฟรีคือ สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งมีผู้ใช้เพิ่มจำนวนขึ้นมากในแต่ละปี สื่ออื่นๆ ที่ถูกๆ เช่น ใบปลิว โปสเตอร์ หากเป็นสื่อท้องถิ่น ได้แก่ รถแห่ วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิธีการเลือกสื่อนอกจากดูเรื่องค่าใช้จ่ายแล้วควรดูเรื่องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วย เช่น หากจะโฆษณาให้กลุ่มผู้ใหญ่ โดยเลือกสื่ออินเทอร์เน็ต (เพราะฟรี) ก็อาจจะเลือกเว็บไซต์ที่ผู้ใหญ่เล่นไม่ใช่เว็บที่วัยรุ่นเข้ามาคุยกัน เป็นต้น

แนวคิดกระบวนการจัดการตลาด

การจัดการการตลาดที่มีประสิทธิภาพจะต้องดำเนินการเป็นขั้นตอน เพื่อให้เกิดความชัดเจนครอบคลุมกิจกรรมที่ที่จะต้องกระทำ กระบวนการจัดการตลาด ประกอบด้วย (กรมการพัฒนารัฐบาล 2546 : 8-9)

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของตลาด เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร เพื่อพิจารณาจุดแข็งหรือจุดเด่นของกิจการ จุดอ่อนหรือจุดด้อยของกิจการ โครงสร้างการตลาดซึ่งประกอบด้วย โอกาสที่จะเกิดจากการเจาะตลาด โอกาสที่จะเกิดจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์และพิจารณาปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการที่อาจเกิดจากสภาวะแวดล้อมดังกล่าวเพื่อใช้ข้อมูลเป็นพื้นฐานประกอบในการตัดสินใจ อีกทั้งยังทำให้รู้สภาพการณ์ของกิจการและคู่แข่ง

3.2 การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด เมื่อพบข้อมูลเกี่ยวกับสภาวะแวดล้อมและโอกาสทางการตลาดแล้ว ขั้นตอนมาจึงเป็นขั้นตอนของการกำหนดวัตถุประสงค์ที่จะมุ่งตอบสนองต่อตลาดเป้าหมาย การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาดได้ถูกต้องและเหมาะสม จะนำไปสู่การ

ดำเนินการทางการตลาดที่ประสบผลสำเร็จ อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และตลาดเป้าหมายอีกด้วย

3.3 การกำหนดนโยบายการผลิต เป็นขั้นตอนของการกำหนดขอบเขตในการดำเนินการทางการตลาดเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การตลาดที่กำหนดไว้

3.4 การกำหนดตลาดเป้าหมาย เป็นขั้นตอนของการเลือกตลาดเป้าหมายที่จะสนองตอบต่อความต้องการตามวัตถุประสงค์การตลาดที่กำหนดไว้ ซึ่งในขั้นตอนนี้นอกจากจะกำหนดว่าตลาดเป็นของใครแล้ว ยังกำหนดปริมาณการขายที่เป็นตัวเลขอีกด้วย

3.5 กำหนดกลยุทธ์การตลาด เป็นขั้นตอนในการพัฒนากลยุทธ์ ส่วนประสมทางการตลาดทุกตัวให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมสำหรับตลาดเป้าหมายทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

3.6 การวางแผนการตลาด เป็นขั้นตอนของการดำเนินการตามระบอบการจัดการการตลาด โดยเน้นการวางแผนการตลาดเพื่อกำหนดให้ได้ว่า จะทำอะไรที่ไหน อย่างไร เมื่อใด เกี่ยวกับการตลาดที่สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาด อันจะนำไปสู่การบรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์การตลาดที่กำหนด

3.7 การควบคุมทางการตลาด เป็นขั้นตอนการตรวจสอบวัดผลงานทางการตลาดแล้วเปรียบเทียบกับแผนการตลาดเป้าหมาย วัตถุประสงค์การตลาดที่กำหนดไว้เพื่อขอคำตอบว่าประสบผลสำเร็จหรือไม่ หากไม่ประสบผลสำเร็จสิ่งที่กำหนดไว้ตามแผน ผู้บริหารการตลาดจะนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขให้ดำเนินการประสบผลสำเร็จตามแผนเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้

6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการผลิต

ความหมายของการผลิต

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่าการผลิต ดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน (2546 : 727) ให้ความหมายการผลิตไว้ว่า ทำให้เกิดขึ้นตามที่ต้องการด้วยอาศัยแรงงานหรือเครื่องจักร เป็นต้น เช่น ผลิตข้าว ผลิตรถยนต์ ผลิตอาหาร ผลิตสินค้าแปรรูป

ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์ (2542 : 50) กล่าวว่า การผลิตคือการแปรสภาพปัจจัยการผลิตโดยอาศัยกรรมวิธีและเทคโนโลยีต่างๆ ให้เป็นผลผลิตตามต้องการ

ลักษณะของการผลิต

การสร้างรูปร่างผลิตผลชิ้นใหม่ คือ การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปร่างของปัจจัย การผลิตต่างๆ เพื่อให้เกิดสินค้าตามลักษณะและรูปร่างที่ต้องการเพื่อเพิ่มความพอใจให้แก่ผู้ใช้ และผู้บริโภคมากที่สุด

การเคลื่อนย้ายผลิตผล คือ การเปลี่ยนที่ของผลิตผล เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์และอำนาจบังคับความต้องการมากขึ้น

การเก็บผลิตผลไว้รอเวลาที่ต้องการคือการเก็บสินค้าบางอย่างไว้นานๆเพื่อเพิ่มประโยชน์และเพิ่มมูลค่า

การทำให้กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินเปลี่ยนมือ เช่น การทำหน้าที่เป็นนายหน้าขายบ้าน เท่ากับเป็นการช่วยดำเนินการโอนเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ในบ้านจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง เจ้าของบ้านใหม่จะเกิดความพอใจที่ได้บ้านมาเป็นกรรมสิทธิ์ของตน

ปัจจัยการผลิต

ในการผลิตจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยการผลิต ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ (ชเนศ ศรีวิชัย ลำพันธ์ 2542 : 50)

1. ทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ ที่ดินรวมถึงสภาพธรรมชาติที่อยู่ใต้ดิน บนดินและเหนือดิน
2. แรงงาน หมายถึง การทำงานทุกชนิดที่ก่อให้เกิดสินค้าและบริการ แรงงานนี้รวมถึงแรงงานด้านการใช้กำลังกายและกำลังความคิดของมนุษย์ อันก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจด้วย
3. ทุน ในทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง สินค้า หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการผลิต
4. ผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้มีหน้าที่เกี่ยวกับการวินิจฉัยโดยตรง เป็นผู้ให้ความริเริ่มในนโยบายต่างๆหรือเปลี่ยนแปลงนโยบายในส่วนสำคัญในอันที่จะทำให้ การผลิตดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ลำดับขั้นในการผลิต

1. การผลิตขั้นปฐมหรือการผลิตขั้นแรก ได้แก่ การผลิตทางการเกษตร การทำป่าไม้ การประมง การทำสวน ทำไร่ ซึ่งเป็นการผลิตแบบดั้งเดิมของมนุษย์ตั้งแต่สมัยโบราณ
2. การผลิตขั้นมัธยมหรือขั้นที่สอง ได้แก่ การผลิตทางด้านหัตถกรรม และอุตสาหกรรม การผลิตขั้นนี้ จะนำเอาผลิตผลในขั้นปฐมมาดัดแปลง เพื่อถนอมหรือผลิตเป็นสินค้าอื่น

3. การผลิตขั้นอุดมหรือขั้นที่สาม ได้แก่ การให้บริการด้านการขนส่ง การค้าส่ง การค้าปลีก การธนาคาร และการประกันภัย ซึ่งเป็นงานที่ช่วยให้การผลิตไปถึงมือผู้บริโภค หลังจากผลิตขั้นที่สองเสร็จแล้ว

ดังนั้นสรุปได้ว่า การผลิต คือ การสร้างเศรษฐกิจและบริการต่างๆ เพื่อบำบัดความต้องการของมนุษย์ การผลิตสิ่งของและบริการทุกอย่าง จะต้องเป็นการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจขึ้นใหม่ การผลิตหรือการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจขึ้นใหม่

จากข้อมูลเอกสารกับการตลาด แนวคิดทางการตลาด และแนวคิดการผลิต ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจ และนำเนื้อหาในประเด็นแนวทางการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มไชยาว่า มีการกำหนดแนวทางการตลาดอย่างถูกต้องเหมาะสมตามหลักทฤษฎีการตลาดหรือไม่ ในกระบวนการผลิตมีการวางแผนที่เหมาะสม และการวางแผนการตลาดเพื่อการผลิต มีขั้นตอนการดำเนินการอย่างไร รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการผลิต การขายและการตลาด จนนำไปสู่การแก้ไขของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มอย่างไร

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีงานวิจัยด้านพฤติกรรมการบริโภคทางถนนเอเชีย กรณีศึกษาธุรกิจไข่เค็มไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ดามารถนำมาเป็นหลักการหรือแนวคิดต้นแบบในการทำวิจัยได้ดังต่อไปนี้

งานวิจัยในประเทศ

ชนันชัย โควสุรัตน์ (2551) ศึกษาธุรกิจชุมชน กรณีศึกษาธุรกิจทำไม้กวาด บ้านสวนสน ตำบลคำเขื่อนแก้ว อำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการดำเนินงาน รูปแบบการบริหารจัดการ และผลกระทบของธุรกิจชุมชนต่อคุณภาพชีวิตของกลุ่มทำไม้กวาด บ้านสวนสน ตำบลคำเขื่อนแก้ว อำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ประชาชนผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนกลุ่มทำไม้กวาดบ้านสวนสน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แบบสอบถาม การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มทำไม้กวาดบ้านสวนสนมีการบริหารจัดการในรูปแบบคณะกรรมการบริหาร แบ่งคณะกรรมการออกเป็นฝ่ายต่างๆ กลุ่มมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างความสามัคคีในหมู่บ้าน มีเป้าหมายให้สมาชิกมีรายได้เดือนละ 2,000 บาท การคัดเลือกแรงงานสมาชิกกระทำโดยไม่มีวิธีการที่ตายตัว ส่วนมากรับเข้ามาเป็นสมาชิกจากความสมัครใจ รูปแบบการบริหารจัดการ การจำหน่ายนำไปจำหน่ายที่ร้านค้าที่ลูกค้าสามารถพบเห็นได้ง่ายและสะดวก ได้แก่ ร้านค้าริมถนน ศูนย์เศรษฐกิจ

ชุมชนอำเภอเมืองอุบลราชธานี มีพ่อค้าคนกลางไปจำหน่ายในต่างจังหวัดและนำไปจำหน่ายในงานเทศกาลต่างๆ เช่น งานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ทางรัฐบาลจัดขึ้น

นอกจากนี้ มีการจำหน่ายด้วยระบบสินเชื่อ โดยการให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์โดยใช้ระบบเงินผ่อนเป็นงวด ส่วนการติดต่อประสานงานในการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม กลุ่มได้ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ วัดในหมู่บ้าน สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสิรินธร องค์การบริหารส่วนตำบลคำเขื่อนแก้ว สำนักงานเกษตรอำเภอสิรินธร ที่ทำการกำนัน ที่ทำการผู้ใหญ่บ้าน และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี เพื่อขอสนับสนุนด้านงบประมาณ ด้านวิทยากร และอื่นๆ การดำเนินการของกลุ่มส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของผู้เกี่ยวข้อง โดยมีค่าตอบแทนเป็นอัตราค่าจ้างเพราะสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนที่เป็นสมาชิก แต่ไม่ได้มีการกำหนดเงินเดือนตอบแทนตายตัว เพราะสมาชิกจะให้ค่าจ้างตามเนื้องานที่สามารถทำได้ แต่โดยส่วนมากจะมีรายได้ประมาณ 100 บาทต่อวันและค่าจ้างระดับต่ำสุด 2,000 บาทต่อเดือนและสูงสุด 2,500 บาทต่อเดือน การมีรายได้ดังกล่าวส่งผลต่อคุณภาพชีวิตหลังการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม เพราะสามารถยกระดับหรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองให้ได้ก่อนแล้วเป็นที่พึ่งของคนอื่น และความเป็นอยู่หรือคุณภาพชีวิตของสมาชิกหรือเจ้าหน้าที่ดีขึ้นในระดับพอมีพอกินไม่ถึงกับดีมาก แต่ก็ดีขึ้นในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน สังคม ครอบครัวและด้านเครื่องอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน

ธีระวัฒน์ เจริญราษฎร์ (2544) ศึกษา ธุรกิจชุมชน วิถีทางสู่การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา อำเภอกุศชุม จังหวัดยโสธร มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจถึงการพัฒนาการและปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจชุมชน ตลอดจนการจัดสรรผลประโยชน์ทางด้านต่างๆ จากการดำเนินธุรกิจต่อชุมชนและสมาชิก ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจชุมชน คือ การพร้อมใจเข้ามามีส่วนร่วมของชาวบ้านหรือสมาชิกในชุมชน การมีผู้นำที่มีความซื่อสัตย์สุจริตและเสียสละ ความสามารถระดมทุนจากภายในชุมชน การหาแรงงานได้จากภายในชุมชนเป็นหลัก ระบบการบริหารและจัดการที่สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและตรวจสอบทุกขั้นตอน ความสามารถในการจัดหาช่องทางในการจำหน่ายผลผลิตของธุรกิจชุมชน ความได้เปรียบเทียบกับในเรื่องวัตถุดิบและทักษะความชำนาญในการผลิต ระเบียบข้อบังคับที่เอื้ออำนวยให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินงานและการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับภายนอกชุมชน โดยผลสำเร็จของการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนพิจารณาได้จากกำไรสุทธิ ทุนสะสม อัตราการเข้าร่วมของชาวบ้านในชุมชนที่ขยายตัวอย่างสม่ำเสมอและความกินดีอยู่ดีของชาวบ้านในชุมชน

เมธี พยอมยงค์ (2544) ทำการศึกษาเรื่อง เศรษฐกิจชุมชน : ทางเลือกเพื่อการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน ซึ่งจากการศึกษาพบว่าในระบบเศรษฐกิจชุมชนนั้น ต้องอาศัยแนวคิดในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง โดยปัจจัยที่กำหนดความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนต้องพิจารณาจากองค์ประกอบภายในและภายนอก ดังนี้

องค์ประกอบภายใน ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญและต้องพัฒนาไปพร้อมกันทุกด้าน คือ 1) โครงสร้างทางสังคม เป็นเงื่อนไขให้เกิดความร่วมมือพึ่งพาอาศัยกันและกันรวมทั้งพัฒนาความร่วมมือของคนในชุมชนอย่างกว้างขวาง 2) ระบบเศรษฐกิจของชุมชนต้องเป็นระบบเศรษฐกิจพึ่งตนเองและตอบสนองความต้องการเพื่อการยังชีพของชุมชนเป็นหลัก เน้นปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในชุมชน 3) ค่านิยมและความเชื่อในศาสนา เป็นปัจจัยที่กำหนดวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตของชุมชนสามารถสร้างทัศนคติให้คนเคารพธรรมชาติ มีความพึงพอใจกับการพึ่งพาตนเอง ก่อให้เกิดวัฒนธรรมความร่วมมือมากกว่าการแข่งขัน 4) กระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต กำหนดความเข้มแข็งของชุมชนเพราะเป็นกลไกหลักที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้และพัฒนาระบบค่านิยมของคนในชุมชน 5) กลุ่มผู้นำชุมชน เป็นกลไกรูปธรรมในการนำชุมชนไปตามค่านิยมและความต้องการของชุมชนที่จะช่วยแก้ไขปัญหาและวิกฤตภายในชุมชน กลุ่มผู้นำต้องมีอิสระในการตัดสินใจ มีค่านิยมตามที่ชุมชนยึดถือ และมีทักษะในการจัดการให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง 6) ระบบความสัมพันธ์เชิงสังคม มุ่งให้ความสำคัญกับคนมากกว่าผลประโยชน์ ช่วยให้เกิดความเข้มแข็งและอยู่ร่วมกันในลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน 7) กลไกในการปฏิสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันในสังคม เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร การเรียนรู้ ทัศนคติ และร่วมหารือกันในกลุ่ม ส่งผลให้เกิดความร่วมมือในชุมชน 8) การประสานงานระหว่างชุมชนกับหน่วยงานต่างๆ ที่เข้ามาช่วยเหลือ 9) การบริหารจัดการด้านการเงินภายในและระหว่างกลุ่มต่างๆ ในชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดความยั่งยืน กลุ่มเกษตรกรและชาวบ้านควรจัดตั้งกลุ่ม เพื่อดำเนินกิจกรรมชุมชนเพื่อประสานประโยชน์และมีอำนาจต่อรองในการซื้อขาย

องค์ประกอบภายนอก ช่วยสนับสนุนให้ชุมชนมีรายได้เพียงพอที่จะจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในชีวิต มีปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ 1) การบริหารงานปกครองของรัฐ ถ้ารัฐมีการปกครองแบบรวมศูนย์อำนาจจะมีผลกระทบต่อชุมชนสูง และทำให้ชุมชนอยู่ในภาวะอ่อนแอ และ 2) นโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ต้องมีความต่อเนื่องและชัดเจนในระยะยาวมากขึ้น โดยแบ่งเป็นนโยบายในการยกระดับรายได้และชีวิตความเป็นอยู่ของคนชนบทให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น การสนับสนุนแหล่งเงินทุนที่เพียงพอและต่อเนื่อง และการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนเทคโนโลยี

เสาวภา เดชาภิมณฑ์ (2544) ได้ศึกษาการพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเอง กรณีศึกษาชุมชนคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช ถึงแนวความคิดการพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเอง ศึกษาถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่เกิดจากการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงและสามารถรักษาสืบทอดภูมิปัญญานั้นไว้ให้คงอยู่ได้จนถึงปัจจุบัน เพื่อศึกษาถึงหลักการบริหารจัดการของการจัดการของชุมชน ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาชุมชนได้ใช้หลักการพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเอง ในทางปฏิบัติได้เกิดขึ้นมานานแล้ว โดยเฉพาะในสังคมชนบทไทย ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและระดับชุมชน และความพยายามพึ่งตนเองในระดับต่างๆ จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความพยายามพึ่งตนเอง และนอกจากนั้นยังประกอบไปด้วยปัจจัยในหลายๆ ด้านที่เป็นตัวช่วยในการพึ่งตนเองนั้นประสบผลสำเร็จ เช่น ลักษณะภูมิศาสตร์ ความสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ การมีวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ หล่อหลอมให้โครงสร้างทางสังคมของชุมชนนั้นเข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้ หลักการบริหารจัดการของชุมชนคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช หลักการบริหารจัดการของชุมชนจึงใช้หลักการแบบคนในครอบครัว มีความยึดหยุ่น ช่วยกันดูแลซึ่งกันและกัน แบบพี่แบบน้อง และวิธีการผลิตที่ไม่ทำลายทรัพยากรสิ่งแวดล้อมอีกทั้งพบว่า ชาวชุมชนคีรีวงมีศักยภาพที่สามารถพัฒนาสร้างกลุ่มออมทรัพย์ของหมู่บ้านได้ และเป็นองค์กรที่มีความเข้มแข็งรวมทั้งสามารถผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคนำไปแปรรูปเป็นสินค้าอุตสาหกรรม มีศักยภาพในการใช้ระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมผนวกกับภูมิปัญญาชาวบ้านที่สั่งสมมาเป็นร้อยปี เกิดเป็นระบบเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ซึ่งเป็นฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศให้เข้มแข็งและเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาในแนวใหม่ที่เน้นการพัฒนาชุมชน

ธิมภาพร สุขาภิรมย์ (2543) ได้ทำการศึกษา การจัดการธุรกิจผลิตสินค้าและค้าอ้อย กรณีศึกษาในเขตอำเภอชุมพลบุรี จังหวัดอุตรดิตถ์ ผลการศึกษาพบว่า การจัดการองค์การธุรกิจทุกขนาดไม่มีรูปแบบการจัดการที่ซับซ้อน ดำเนินงานโดยผู้ประกอบการและครอบครัวเท่านั้น มีการจ้างงานเฉพาะในสายการผลิต ส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานชั่วคราว การติดต่อประสานงานและการสั่งการทำโดยผู้ประกอบการเอง โดยสั่งการผ่านหัวหน้าคนงานด้วยวาจา การติดต่อประสานงานและการสั่งการทำโดยผู้ประกอบการเอง โดยสั่งการผ่านหัวหน้าคนงานด้วยวาจา

การดำเนินการด้านการผลิต มีการเรียกผู้ประกอบการผลิตและการค้าอ้อยว่า หัวหน้าโควตา ซึ่งเป็นผู้ได้รับโควตาส่งอ้อยเข้าโรงงานน้ำตาล โดยทำการปลูกอ้อยเองรับซื้ออ้อยที่ลานอ้อย การดำเนินการตลาด หลักเกณฑ์ที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจคือ การรักษาชื่อเสียงของผู้ประกอบการกับโรงงานน้ำตาลไว้ มีการนำปัจจัยทางการตลาดมาเกี่ยวข้อง ได้แก่ ราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

การดำเนินการด้านการเงิน ผู้ประกอบการนำแหล่งเงินทุนมาจากทส่วนตัว ธนาคาร และเงินส่งเสริมจากโรงงาน

กุตุมลย์ รัตนแสง (2542) ได้รับการศึกษากระบวนการบริหารจัดการของธุรกิจ หัตถกรรมเสื้อผ้าทอบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษากระบวนการบริหารจัดการของธุรกิจหัตถกรรมเสื้อผ้าทอตลอดจนปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจจากผู้ประกอบการ 4 ราย และสมาชิกจำนวน 40 คน ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ประกอบการมีอาชีพหลักในการทำเกษตรกรรม ส่วนงานหัตถกรรมเสื้อผ้าทอเป็นอาชีพเสริม ทำให้รายได้เพื่อใช้จ่ายในครัวเรือนมากขึ้น การประกอบธุรกิจหัตถกรรมเสื้อผ้าทอไม่มีการวางจำหน่ายล่วงหน้า เป็นแต่เพียงการวางแผนเฉพาะหน้า ในระยะสั้นๆ เมื่อมีคำสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น สำหรับการจัดการค่านั้น ได้มีการจัดโครงสร้างความรู้และความชำนาญในการผลิตให้เป็นแผนงาน แต่ไม่มีการกระจายอำนาจ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเป็นผู้ตัดสินใจมอบหมายให้สมาชิกดำเนินการรูปแบบจำนวนสินค้า และเวลาในการผลิตที่ผู้สั่งซื้อต้องการ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังต้องทำการประเมินประสิทธิภาพการทำงานของสมาชิก และคุณภาพของสินค้าที่ผลิตขึ้นด้วยตนเอง การบริหารการผลิต ผู้ประกอบการให้เงินส่วนตัวร้อยละ 80 ในการลงทุนและกู้ยืมจากธนาคารมาขยายกิจการให้สามารถผลิตได้ทันความต้องการของลูกค้า ผู้ประกอบการแต่ละรายจัดทำบัญชีรายรับจ่ายด้วยตนเองมีลักษณะเป็นบัญชีอย่างง่ายธุรกิจหัตถกรรมเสื้อผ้าทอจึงเป็นธุรกิจส่วนตัวที่ไม่มีแผนการโฆษณาเพื่อการจำหน่าย ดังนั้นการกระจายสินค้าและการแข่งขันราคาจึงขึ้นอยู่กับคุณภาพของสินค้าและบริการเป็นสำคัญ

ดาวเรือง พัฒนวิบูลย์ (2542) ได้ทำการศึกษาการบริหารและจัดการกลุ่มธุรกิจผลิตและจำหน่ายขนมจีนบ้านโพนดาว ตำบลศรีสว่าง อำเภอโพนทราย จังหวัดร้อยเอ็ด โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษากระบวนการและการจัดการกลุ่มธุรกิจและจำหน่ายขนมจีนบ้านโพนดาวและวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล ใช้การศึกษาจากเอกสาร การสัมภาษณ์ และการสัมมนา ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกตัดสินใจเข้ากลุ่มเนื่องจากส่วนใหญ่มีฐานะยากจน จึงเป็นแรงผลักดันให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกประกอบธุรกิจเพื่อเสริมรายได้ โดยในการดำเนินธุรกิจมีประธานกลุ่มเป็นผู้จัดการทั้งทางด้านการผลิต การตลาด การเงิน และการจัดทำบัญชี สมาชิกในกลุ่มเห็นว่าปัจจัยทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จและปัจจัยที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จจำแนกได้ดังนี้

1) ในด้านการผลิต กลุ่มได้ค้นพบกรรมวิธีทำให้ผลผลิตขนมจีนมีเส้นเหนียวนุ่ม จนได้รับรางวัลชนะเลิศในการประกวดระดับจังหวัดในปี 2542

- 2) ในด้านการตลาด กลุ่มตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการขนส่งขนมเงินไปจำหน่ายและสะดวกต่อการมาซื้อของลูกค้า การตั้งราคาในระดับต่ำและผลของการชนะเลิศในการประกวด
- 3) ในด้านการจัดการแรงงาน กลุ่มมีการอบรมให้สมาชิกมีความรู้ความชำนาญจนสามารถปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง
- 4) ในด้านการบริหาร ประธานกลุ่มขยันและเสียสละจนได้รับความไว้วางใจและก่อให้เกิดความสามัคคีภายในกลุ่ม

งานวิจัยในต่างประเทศ

จากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยด้านการพัฒนาชุมชนหรือธุรกิจชุมชนในต่างประเทศมีงานวิจัยที่สามารถนำไปเป็นแบบอย่างได้ ดังต่อไปนี้

Frank R. Kempf (2006) ได้ศึกษาแนวความคิดเสริมสร้างศักยภาพการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของทีมปฏิบัติการอำเภอแอชลันด์ ซึ่งครอบคลุมพื้นที่อำเภอแอชลันด์ (Ashland) บย์ฟิลด์ (Bayfield) และไอรอน (Iron) ซึ่งกลุ่มประชากรเป้าหมายจำนวน 8,785 ราย เพราะพื้นที่ดังกล่าวประสบปัญหาการปิดโรงงาน การเลิกจ้างงาน และการโยกย้ายสับเปลี่ยนงานในชุมชนราวๆ 221 ประเภท ทำให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจถึง 11 ล้านดอลลาร์ หรือประมาณ 495 ล้านบาทต่อปี จนทำให้เกิดการรวมตัวกันของผู้นำพลเมือง ผู้นำด้านแรงงานและผู้นำด้านธุรกิจเป็นทีมปฏิบัติการแอชลันด์ ผลการศึกษาพบว่า ทีมดังกล่าวได้ดำเนินการประชุมเก็บข้อมูล กำหนดแผนงานรองรับโดยมีส่วนที่ต้องรับผิดชอบเบื้องต้นร่วมกันคือ ดูแลการสร้างงาน ดูแลรับผิดชอบงานต่างๆ ที่เกิดขึ้น และดูแลช่วยเหลือผู้ใช้แรงงาน ซึ่งจะแบ่งความรับผิดชอบออกเป็น 2 ส่วนหลัก ๆ คือ สมาคมพัฒนาพื้นที่แอชลันด์ จัดการดูแลการสร้างงานและดูแลงาน และโครงการเสริมสร้างการลงทุนรัฐวิสคอนซินตะวันตกเฉียงเหนือจัดการดูแลด้านการฝึกงาน การศึกษา และการให้บริการด้านสังคมและการเงินสำหรับแรงงานผู้ถูกโยกย้ายสับเปลี่ยน ผลการดำเนินการดังกล่าว ส่งผลให้เกิดโครงการอีก 6 โครงการและการลงทุนครั้งสำคัญมูลค่ากว่า 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 450 ล้านบาท นอกจากนั้น บริษัทท้องถิ่นเมืองแอชลันด์ 3 แห่งได้ขยายการลงทุนออกไปอีกกว่า 11 ล้านดอลลาร์สหรัฐจากความพยายามตั้งแต่ต้นทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีแก่ชุมชนมากกว่า 2 ปี เพราะสามารถเพิ่มงานใหม่ขึ้นมาถึง 192 รายการ มีการฝึกอบรมงานเพิ่มขึ้น 156 รายการ ผู้ใช้แรงงานเก่าแก่จำนวน 8 ราย ได้เปิดธุรกิจเป็นของตนเองมูลค่าประมาณ 450,000 ดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดกองทุนการศึกษาซึ่งมีผู้ได้รับทุนจำนวน 3 ราย จากผู้สมัครขอรับทุน จำนวน 85 ราย

Karla Pedersen (2006) ศึกษาการทำธุรกิจโดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น กรณีศึกษาบริษัท บีไฮว์ โบทานิคัลส์ (Beehive Botanicals) ในชุมชนเฮวาร์ด อำเภอเซอร์เบอร์ (Hayward, Sawyer County) โดยมีกลุ่มประชาชนเป้าหมาย 7,500 ราย โดยที่ชุมชนเฮวาร์ดขาดศักยภาพเชิงธุรกิจในระดับนานาชาติ ธุรกิจแบบครอบครัวเล็กและธุรกิจที่เน้นทรัพยากรธรรมชาติ ในชุมชนซึ่งจะขยายและเจริญเติบโตในอนาคต ชุมชนเซอร์เบอร์ คณะทำงานแผนงานภาคพื้น ตะวันตกเฉียงเหนือ กรมการพาณิชย์ และสมาคมพัฒนาเศรษฐกิจทางการเกษตรจึงได้ร่วมมือกับนัก ธุรกิจท้องถิ่นในการหาทางเพิ่มประสิทธิภาพและส่งเสริมศักยภาพให้แก่ธุรกิจต่างๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่ โดยมุ่งเน้นธุรกิจระดับนานาชาติในท้องถิ่นคือ บีไฮว์ โบทานิคัลส์ ซึ่งตั้งขึ้นตั้งแต่ ค.ศ. 1972 เพื่อ เสริมสร้างการใช้ทรัพยากรธรรมชาติสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ และพัฒนาด้านการตลาดเพื่อความ เติบโตทางธุรกิจ เพราะบริษัทนี้จำหน่ายวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปในท้องถิ่น อาทิ กรมการผู้ ส่งออกดีเด่นสาขาพัฒนาอาหารและเกษตรขนาดเล็ก ประจำปี 1993 เพราะมียอดการส่งออกเติบโต อย่างต่อเนื่องมีเทคนิควิธีการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ และได้รับการยอมรับทั่วโลก บริษัท บีไฮว์ โบตา นิคัลส์ เป็นตัวอย่างที่ดีเยี่ยมของธุรกิจที่ใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นขยายธุรกิจของตนด้วยตลาดใหม่ๆ และผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมากขึ้นด้วยคนงานเพียง 31 คน

Lisa Czeck and Village Clerk (2006) ได้ศึกษาการพัฒนาเศรษฐกิจและชุมชน โดย มุ่งเน้นด้านอุตสาหกรรมชุมชนที่หมู่บ้านเอเธนส์ อำเภอมาราธอน มบรัฐวิสคอนซิน (Village of Athens, Marathon County) โดยมีกลุ่มเป้าหมายในหมู่บ้านจำนวน 1,100 ราย จากการศึกษาพบว่า ชุมชนเอเธนส์มีปัญหาอยู่ 3 ประการ คือ ประชาชนขาดโอกาสในการจ้างงานในท้องถิ่น ปัญหาด้าน โอกาสทางการศึกษาของประชาชน ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่ทำให้คนหนุ่มสาวในชุมชนย้ายออกไป อยู่ที่ยื่น และประการที่สามชุมชนเอเธนส์ต้องการเพิ่มภาษีขึ้นมูลฐานในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว เจ้าหน้าที่ด้านการพัฒนาชุมชนของอำเภอมาราธอน ได้มุ่งเน้นในด้านการประกอบการอุตสาหกรรม ในชุมชนเพื่อกระจายผลประโยชน์ไปสู่ชุมชน ทำให้เกิดธุรกิจขึ้นในชุมชนและเสริมสร้างความ เข้มแข็งด้านเศรษฐกิจด้วย ทั้งนี้โดยความร่วมมือกับกลุ่มนักลงทุนเอกชน ชุมชนเอเธนส์ เจ้าหน้าที่ พัฒนาชุมชนเอเธนส์และสมาคมเพื่อการพัฒนาอำเภอมาราธอน โครงการนี้สามารถกระตุ้นให้ เกิดผลดีต่อชุมชนมากยิ่งขึ้นโดยลำดับ

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง แนวทางการดำเนินธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงแนวทางแนวทางดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี และเพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

1. ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านขายไข่เค็มริมถนนสายเอเชีย ท่าแซะ-ไชยา อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยสำรวจจำนวนผู้ประกอบการตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2553 - วันที่ 31 ธันวาคม 2553 จำนวน 20 ราย

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 20 ราย มีรายชื่อดังนี้

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| 1. ร้านบั้งหนับไข่เค็ม | 2. ร้านชาญชัยไข่เค็ม |
| 3. ร้านแม่กิมเจียไข่เค็ม | 4. ร้านมณีไข่เค็ม |
| 5. ร้านจตุมาไข่เค็ม | 6. ร้านสุมาลีไข่เค็ม |
| 7. ร้านแม่แจลัมไข่เค็ม | 8. ร้านอรวรรณไข่เค็ม |
| 9. ร้านโสภิตไข่เค็ม | 10. ร้านแสงจันทร์ไข่เค็ม |
| 11. ร้านวันชัยไข่เค็ม | 12. ร้าน 999 ไข่เค็ม |
| 13. ร้านสุนิสาไข่เค็ม | 14. ร้านราชาไข่เค็ม |
| 15. ร้านพิชัยไข่เค็ม | 16. ร้านสุริรัตน์ไข่เค็ม |
| 17. ร้านวิมลไข่เค็ม | 18. ร้านแม่อารีไข่เค็ม |
| 19. ร้าน ข ไข่เค็ม | 20. ร้านขวัญเรือนไข่เค็ม |

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เครื่องมือ คือแนวคิดในการสัมภาษณ์ มีดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำร้านไข่มุข

2. แนวคิดของธุรกิจไข่มุข ได้แก่ การเริ่มก่อตั้งร้านไข่มุข สินค้ามีลักษณะอย่างไร เงินลงทุนเริ่มแรกในธุรกิจ ลักษณะการดำเนินธุรกิจ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนและรายได้หลังหักต้นทุนเฉลี่ยต่อเดือน การวางแผนการขาย การตลาด การสั่งการ การผลิต การใช้เทคโนโลยี การเงิน ขนาดของธุรกิจในปัจจุบัน ความเติบโตก้าวหน้าในช่วงที่ผ่านมาอย่างไร และมีการวางแผนธุรกิจสำหรับอนาคตอย่างไร มีโอกาสและกลยุทธ์อย่างไร

3. ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่มุขริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ การขาย การผลิต หรือการวางแผนจำหน่ายอย่างไร มีผลกระทบด้านใดบ้างในการดำเนินธุรกิจ มีวิธีการแก้ไขปัญหาอย่างไร

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 แนวคำถามในการสัมภาษณ์ (Interview) ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indeed Interview) เพื่อให้ได้รายละเอียดที่เกี่ยวข้องในการศึกษาถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่มุขริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำมาจับประเด็นและนำมาตีความหมายโดยใช้ทฤษฎีและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก

3.2 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ของเนื้อหา ผู้วิจัยจึงเลือกแนวทางการสัมภาษณ์ คือ

3.2.1 แบบสัมภาษณ์ สัมภาษณ์แนวทางการดำเนินธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่มุขริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.2.2 กล้องถ่ายภาพ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสภาพหน้าร้านค้า ผลิตภัณฑ์ และใช้บันทึกภาพกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มผู้ประกอบการร้านไข่มุข

3.2.3 เครื่องบันทึกเสียง สมุดบันทึก สำหรับบันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์

3.3 การสังเกต (Observation) โดยสังเกตกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจขายไข่มุขไชยา สภาพนิเวศวิทยาภูมิทัศน์ของชุมชน พื้นที่ลักษณะของชุมชน ความเป็นอยู่ และสภาพเศรษฐกิจของประชากรในชุมชน ซึ่งจะมีวิธีการสังเกตโดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) โดยการเข้าไปสังเกตในเหตุการณ์หรือสถานการณ์ว่าผู้ประกอบการร้านไข่มุข มีกิจกรรมเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่มุขริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.4 นำแบบสัมภาษณ์ที่ทำขึ้นและผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา ไปเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการร้านไข่มุข จำนวน 20 ราย

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ในการวิจัยเรื่อง แนวทางการดำเนินธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่มุขริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพ ดังนั้นการตรวจสอบข้อมูล หลังจากที่ได้เก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ด้วยการทำการตรวจสอบข้อมูลแบบหลายทาง หรือแบบสามเส้า (Triangulation) โดยแบ่งเป็น (สุภางค์ จันทวานิช 2540 ; Graneheim 2004 ; Miles & Huberman 1994) ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านไข่มุข จำนวน 20 ราย ด้วยการสัมภาษณ์รวมกับการซักถาม สังเกต พร้อมทั้งทำการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งเอกสาร หรือทำการซักถามผู้ให้ข้อมูลหลักหรือซักถามผู้ให้ข้อมูลหลังจากสรุปผลการศึกษา เพื่อความแน่นอนว่าข้อสรุปนั้นเที่ยงตรงตามความเป็นจริงหรือไม่ แล้วจึงแก้ไขเป็นรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ภายหลังจากการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสังเกต แล้ว นำข้อมูลที่ได้มาแยกตามแนวการสัมภาษณ์และแยกประเด็นสำคัญ ทั้งนี้เนื่องจากการวิจัยเชิงคุณภาพไม่มีกรอบแนวคิดหรือทฤษฎีที่ตายตัวเป็นตัวกำหนด เป็นการศึกษาปรากฏการณ์จากหลายมิติเพื่อให้เห็นภาพรวมของสิ่งที่เกิดขึ้น โดยผู้วิจัยจะต้องใช้แนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่ได้ทบทวนวรรณกรรมมาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อมกันเพื่อให้ข้อมูลครบถ้วนตามประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ (สากุล ช่างไม้ 2546)

โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นข้อความบรรยาย (Descriptive) ซึ่งได้จากการสังเกต สัมภาษณ์ และจดบันทึก

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง แนวทางการดำเนินธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่มุกริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ (Interview) โดยประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือผู้ประกอบการร้านไข่มุกริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 20 ราย

โดยผู้วิจัยได้ศึกษาผู้ให้ข้อมูลหลัก ระหว่างวันที่ 20 กุมภาพันธ์ - 15 มีนาคม 2554 จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ออกมาแยกตามแนวการสัมภาษณ์และแยกประเด็นสำคัญ ทั้งนี้เนื่องจากงานวิจัยเชิงคุณภาพไม่มีกรอบแนวคิดหรือทฤษฎีที่ตายตัวเป็นตัวกำหนด เป็นการศึกษาปรากฏการณ์จากหลายมิติเพื่อให้เห็นภาพรวมของสิ่งที่ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นข้อความบรรยาย (Descriptive) ได้จากการสังเกต สัมภาษณ์ และจดบันทึก ผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการทำร้านไข่มุกริม

ส่วนที่ 2 แนวคิดของธุรกิจไข่มุกริม ได้แก่ การเริ่มก่อตั้งร้านไข่มุกริม ลักษณะของสินค้า เงินลงทุนเริ่มแรกในธุรกิจ ลักษณะการดำเนินธุรกิจ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนและรายได้หลังหักต้นทุนเฉลี่ยต่อเดือน การวางแผนการขาย การตลาด การจัดการ การผลิต การใช้เทคโนโลยีการเงิน ขนาดของธุรกิจในปัจจุบัน ความเติบโตก้าวหน้าในช่วงที่ผ่านมา การวางแผนธุรกิจสำหรับอนาคต โอกาสและกลยุทธ์

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคของของผู้ประกอบการร้านไข่มุกริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ การขาย การผลิต หรือการวางแผนจำหน่าย มีผลกระทบด้านใดในการดำเนินธุรกิจ และมีวิธีการแก้ไขปัญหา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้านไข่มุกริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อันเป็นผลสืบเนื่องด้วยพฤติกรรมอุปนิสัยของผู้หญิงที่มักชอบค้าขาย อีกทั้งมีความละเอียดอ่อนในการติดต่อกับผู้คน ทำให้ง่ายต่อการติดต่อประสานงาน การพูดคุยที่ต้องเอาใจลูกค้า ผู้หญิงใจเย็น รวมถึงมีความละเอียดในการจดบันทึก รายการรับจ่าย ทำบัญชีการค้า

อายุเฉลี่ยของผู้ประกอบการร้านขายไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี อยู่ระหว่าง 36 - 75 ปี ถือว่าเป็นกลุ่มที่กำลังสร้างเนื้อสร้างตัวในการประกอบอาชีพที่เป็นหลักแหล่งของตนเองและครอบครัว โดยเฉพาะอายุระหว่าง 36 - 45 ปี ถือเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีจำนวนมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้อาวุโสที่มีอายุระหว่าง 56-75 ปี กลุ่มนี้เป็นปวงชนบุคคลที่เป็นเจ้าของต้นแบบในการทำไข่เค็มไชยามานานถึง 30 ปี นับว่าเป็นผู้ประกอบการที่มีความชำนาญและรักษามาตรฐานการทำไข่เค็มไชยามาเนิ่นนานจนเป็นที่รู้จักของลูกค้าและนักท่องเที่ยวจนสามารถดำเนินกิจการอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการร้านขายไข่เค็มส่วนมากมีระดับการศึกษามัธยมปลาย รองลงมาในระดับการศึกษาปริญญาตรี ระดับการศึกษา ป.6 มัธยมต้น ปวส. และ ปวช. ตามลำดับ แม้การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมปลายแต่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี การค้าขายและการดำเนินธุรกิจค้าขายเบื้องต้น

"แม่ผมจบการศึกษาแค่เพียง ป. 6 แต่ประสบการณ์ในการทำไข่เค็มมานานถึง 28 ปี ทำให้ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของผมเป็นที่รู้จัก มีลูกค้าอยู่ทั่วจังหวัด บางคนถึงกับโทรมาสั่งซื้อด้วย ขอบใจในคุณภาพของไข่เค็มที่ไม่เค็ม และสด บริกษาได้ค่าน" (นายศ จันทรวงศ์ 2554)

ผู้ประกอบการเริ่มดำเนินธุรกิจร้านไข่เค็มริมถนนเอเชียเมื่อ 4-10 ปีที่ผ่านมา ภายหลังจากที่เจอภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ เกิดการเลิกจ้างในบริษัทเอกชนต่างๆ ประกอบกับไม่สามารถสู้กับภาวะค่าครองชีพที่สูงในเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพฯ ได้ จึงย้ายกลับบ้านเกิด แต่บางส่วนเป็นการดำเนินธุรกิจที่รับช่วงจากพ่อแม่ที่ทำการไว้ก่อนหน้า แล้วมาต่อยอดธุรกิจไข่เค็มให้มีรูปแบบการบรรจุที่สวยงามและขยายการตลาดมากขึ้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

"กิจการได้รับการตีบทอดมาจากบรรพบุรุษ รุ่นปู่ย่าตายาย เขาทำกันมา พอมาถึงรุ่นยาย ต้องทำต่อ อีกอย่างถือเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว ไม่ต้องออกจากบ้านไปหางานทำตามในเมืองหรือเข้ากรุงเทพฯ" (นางกิมเจีย แซ่ตั้ง 2554)

"เริ่มแรกไม่ได้ทำร้านค้าขายอะไร ทำงานอยู่ในกรุงเทพฯ เป็นพนักงานบัญชี แต่เมื่อถูกเลิกจ้าง จึงกลับมาบ้านเกิด และค้าขายเล็กๆ น้อยๆ แต่พอมีเพื่อนแนะนำว่า ควรทำร้านไข่เค็มขายที่จุดร้านค้าของฝากริมถนนเอเชีย ทำให้ขายได้มากกว่า เลยมาทำไข่เค็มขาย ได้สูตรการทำมาจากคุณแม่ปกติทำไว้รับประทานกันเองในครอบครัว" (นางสุมาลี จิตเฟื่อง 2554)

“ผมเริ่มทำร้านนี้ตั้งแต่อยู่ในตลาดของเมืองไชยา แล้วขยับขยายมาอยู่ที่จุดขายของฝากของไชยาตรงนี้เมื่อปี พ.ศ. 2546 ตอนนี้งานที่ภูเก็ท แต่ถูกเลิกจ้าง จึงกลับมาตั้งหลักที่บ้านเกิด และภรรยาแนะนำว่า เราควรมีร้านอะไรสักอย่างเป็นของตัวเอง จึงนั่งปรึกษาแล้วออกไปดูแถวตลาด และนั่นเป็นที่มาของไข่เค็มไชยา ราชาชไข่เค็ม ทำมาจนถึงปีนี้ 8 ปีพอดี” (สมบัติ อัมจันทร์ 2554)

ส่วนที่ 2 แนวคิดของธุรกิจไข่เค็ม

ในการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดของธุรกิจไข่เค็ม จากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 20 ราย ในการสัมภาษณ์และสังเกต ในประเด็นแนวคิดการเริ่มก่อตั้งร้านไข่เค็ม สินค้ามีลักษณะอย่างไร เงินลงทุนเริ่มแรกในธุรกิจ ลักษณะการดำเนินธุรกิจ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนและรายได้หลังหักต้นทุนเฉลี่ยต่อเดือน การวางแผนการขาย การตลาด การตั้งการ การผลิต การใช้เทคโนโลยี การเงิน ขนาดของธุรกิจในปัจจุบัน ความเติบโตก้าวหน้าในช่วงที่ผ่านมา การวางแผนธุรกิจสำหรับอนาคต และมีโอกาสและกลยุทธ์ ดังนี้

การเริ่มก่อตั้งร้านไข่เค็ม ผู้ประกอบการเริ่มดำเนินธุรกิจร้านไข่เค็มจากธุรกิจของครอบครัวที่ทำกันมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายายและมารับช่วงต่อภายหลังจากที่ท่านทำไม่ได้แล้ว ประกอบกับในปี พ.ศ. 2545 รัฐบาลให้การส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP = One Tambol One Product) ทำให้หลายคนเริ่มหันมาทำธุรกิจร้านไข่เค็มจำหน่ายมากขึ้น ทางภาครัฐและหน่วยงานระดับท้องถิ่นให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ในการหาที่จัดจำหน่าย จัดกิจกรรมการสนับสนุนการขายและการท่องเที่ยวควบคู่กับการขายสินค้าของท้องถิ่น นอกจากนี้การท่องเที่ยวภาคใต้เริ่มเติบโตเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น และบางคนทำเนื่องจากถูกปลดงานเลยกลับมาบ้านเกิดแล้วหาอาชีพสร้างรายได้และได้อยู่กับครอบครัว

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

“ร้านเปิดมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2519 เริ่มจากเปิดขายในตลาดสดโดยคุณแม่ทำขาย ออกไปขายในตอนเช้าๆ พอคนรู้จักมากขึ้นเปลี่ยนมาเป็นเปิดร้านขายหน้าอำเภอไชยา แล้วย้ายมาอยู่ตรงที่ทางอำเภอจัดให้ขายของฝากไชยาเมื่อปี พ.ศ. 2548” (นายวัน ชัยยะ 2554)

“เริ่มสนใจและเข้ามาศึกษาเกี่ยวกับร้านไข่เค็มหลังจากตกงานที่กรุงเทพฯ เลยคิดที่หาอะไรทำสักอย่างเพื่อสร้างรายได้แก่ตนเองและเลี้ยงครอบครัวได้” (นางสุมาลี จิตเฟื่อง 2554)

ผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม ถือเป็นสินค้าที่มีลักษณะเหมือนกันทั้งหมด ไม่มีอะไรแตกต่างในด้านรูปลักษณะ แต่แตกต่างกันในด้านคุณภาพ รสชาติ และการบรรจุภัณฑ์ ดังนั้น สินค้าไข่เค็มในตลาดปัจจุบันมีความแตกต่างในด้านบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคให้ความสนใจ การสร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการบรรจุไข่เค็มในรูปแบบของขนาดบรรจุใส่แผ่นโฟม แบบกล่อง และแบบชะลอม แบบหลังเห็นในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น ปีใหม่ การบรรจุเพื่อให้ง่ายต่อการเลือกซื้อ ไข่เค็มที่ลูกค้าซื้อไปนั้นสามารถนำไปปรุงเป็นอาหารต่อได้ไม่ว่าเป็นทำไข่ดาว ไข่ต้ม ยำ หรือปรุงเป็นอาหารอย่างอื่นเช่น ไข่เค็มใส่ไก่ ฝักปลาหมึกไข่เค็ม เป็นต้น โดยสามารถเก็บไว้ได้นาน 1 เดือน



ภาพที่ 7 ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไชยาในรูปแบบต่างๆ



ภาพที่ 8 ภาพหน้าร้านไฮเล็มโยกริมถนนเอเชีย

ขนาดของผลิตภัณฑ์ไฮเล็มโยก (นางสุมาลี จิตเฟื่อง 2554)

- 1 ขนาดบรรจุ 4 ฟอง ราคา 24 บาท
- 2 ขนาดกล่อง 5 ฟอง ราคา 35 บาท (3 กล่อง 100 บาท)
- 3 กล่อง 11 ฟอง ราคา 70 บาท (3 กล่อง 200 บาท)
- 4 กล่อง 17 ฟอง ราคา 100 บาท

รูปแบบผลิตภัณฑ์ไฮเล็มโยกที่เป็นที่ต้องการและผู้บริโภคเลือกซื้อมากที่สุด คือ ขนาด กล่อง 11 ฟอง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกซื้อไปเป็นของฝาก ซึ่งกลับไปรับประทานที่บ้าน ถือเป็นขนาดบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและราคาเป็นธรรม ส่วนในการวางขายตามตลาดสด และร้านสะดวกซื้อ เป็นขนาดบรรจุ 4 ฟอง แม้สินค้าทำเลียนแบบซ้ำๆ กัน แต่ลูกค้ายังเลือกซื้อกระจายไปตามร้านค้าต่างๆ อย่างทั่วถึง เพราะเข้าใจว่าคุณภาพไฮเล็มโยกไม่แตกต่างกัน

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี



ภาพที่ 9 ราคาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไชยา ในร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย

เงินลงทุนเริ่มแรกในธุรกิจ การลงทุนในกิจการของผู้ประกอบการธุรกิจไข่เค็มตอนเริ่มแรกของการทำธุรกิจ ร้านไข่เค็มด้วยเงินทุนเริ่มแรกในธุรกิจจากทุนส่วนตัว ในวงเงิน 10,000 - 50,000 บาท ส่งผลให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียวหรือธุรกิจครัวเรือนที่มาของแหล่งเงินทุนมาจากเงินออมส่วนตัว เงินยืมหรือลงทุนร่วมของญาติพี่น้องหรือสมาชิกในครอบครัวที่รวมกันลงทุน 3-5 คน ตามด้วยเงินลงทุน 50,000 - 100,000 บาท และเงินลงทุน 100,000 บาทขึ้นไป การหาเงินทุนจากคนใกล้ชิดเพื่อลดปัญหาการเสียดอกเบี้ย แต่สำหรับผู้ประกอบการบางรายที่ไม่มีทั้งเงินออมและญาติพี่น้องที่ให้กู้ยืมได้ หันไปพึ่งกับการกู้ยืมเงินนอกระบบมีอัตราดอกเบี้ยที่สูง แต่จำเป็นต้องกู้เนื่องจากกู้กับสถาบันการเงินมีขั้นตอนยุ่งยากและไม่มีเอกสารครบถ้วนตามที่สถาบันการเงินต้องการ

เงินลงทุน 10,000 - 50,000 บาท จำนวน 10 ราย

เงินลงทุน 50,001 - 100,000 บาท จำนวน 6 ราย

เงินลงทุน 100,000 บาทขึ้นไป จำนวน 4 ราย(นางสุนิสา วงศ์แก้ว 2554)

“ไปกู้เงินจากเงินกู้นอกระบบ เสียดอกเบี้ยร้อยละ 20 แม้อัตราดอกเบี้ยสูง ต้องจ่าย เพราะไม่มีเงินออมของตนเอง อีกทั้งญาติๆ ไม่มีเงินให้ยืม ยิ่งสถาบันการเงิน ยิ่งแล้วใหญ่ ต้องการเอกสารหลายอย่าง ขั้นตอนการของกู้ยุ่งยาก โดยเฉพาะรายได้ต่อเดือนที่ต้องใช้เป็นข้อมูลและหลักฐานในการของกู้” (นางสาวอรรณพ วรรณันท์ 2554)

“ร่วมกับญาติๆ ลงทุนเริ่มแรกจากเงินออมของแต่ละคนในครอบครัว 3 คนๆ ละ 10,000 บาท แล้วลงแรงกันทำงาน ส่วนการขายหน้าร้าน ผลัดกันไปขาย” (นางจุติมา มณีเพ็ญ 2554)

ลักษณะการดำเนินธุรกิจ จากการลงทุนด้วยเงินของตนเอง และมีได้จดทะเบียนการค้า เป็นนิติบุคคล ทำให้รูปแบบการดำเนินในลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว (Individual Proprietorship) คือ ผู้ก่อตั้งกิจการ เป็นกิจการขนาดเล็ก เจ้าของเป็นผู้บริหารงานเอง เพราะต้องการความคล่องตัวในการบริหารงาน ทำให้สามารถตัดสินใจในเรื่องของการบริหารงานได้เองเลยโดยไม่ต้องถามความเห็นของผู้อื่น และเมื่อกิจการมีกำไรได้รับกำไรแต่เพียงผู้เดียว แต่ถ้ากิจการขาดทุนรับผิดชอบผลการขาดทุนและหนี้สินที่เกิดขึ้นแต่เพียงผู้เดียว รวมถึงการติดต่อกู้ยืมเงินจากนอกระบบสามารถทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก

“ด้วยร้านค้าแบบนี้ เป็นร้านเล็กๆ มีรายการเกี่ยวกับยอดขายและต้นทุนแค่นั้น และก็ใช้คนขายแค่คนเดียว ส่วนการผลิตก็ใช้แรงงานในครอบครัว ดังนั้นจึงไม่เห็นมีความจำเป็นที่ต้องตั้งเป็นนิติบุคคล อีกทั้งรายได้ที่ได้ต่อเดือนนั้น ไม่แน่นอน ทำให้ร้านขายของฝากไข่เค็มจึงเป็นแบบเจ้าของคนเดียว เพื่อให้ง่ายต่อการค้า การผลิตและการลงทุน และเมื่อต้องการย้ายหรือเลิกกิจการก็สามารถทำได้ง่าย” (นางวิมล รัตนางษ์ 2554)

ค่าใช้จ่ายและรายได้ต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจร้านไข่เค็มในแต่ละเดือนเฉลี่ยเดือนละ 5,001 - 10,000 บาท บางรายมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาท หรือสูงกว่า 10,000 บาท โดยค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นแต่ละเดือน ประกอบด้วย ค่าเช่า ค่าจ้างคนเฝ้าร้าน ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าบำรุงสถานที่ (ค่าเก็บขยะ ค่าเจ้าหน้าที่ทำความสะอาด ค่าบำรุงห้องน้ำ ฯลฯ) ที่มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนที่แตกต่างกันนั้นอยู่ในส่วนของค่าไฟฟ้า เช่น บางร้านเปิดพัดลมตลอดทั้งวัน บางร้านนำพัดลมไอน้ำมาเปิดให้บริการลูกค้าและตัวเอง

“ที่ร้านมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 9,500 บาท เป็นค่าเช่าแผง ค่าไฟฟ้า ค่าไฟฟ้าสูงเนื่องจากนำพัดลมมาเปิดให้บริการแก่ลูกค้า และเจ้าของร้านด้วย มีถึง 3 ตัว รวมถึงค่าจ้างคนเฝ้าร้านในตอนกลางคืน แม้มียี่เจ้าหน้าที่ของทางกรมมาให้บริการ แต่ก็ไม่ค่อยมั่นใจ จึงต้องจ้างคนต่างหาก รวมถึงค่าบำรุงห้องน้ำ ค่าเก็บขยะของเทศบาล ค่าคนกวาดลาดจอครูด้านหน้า แล้วก็ค่าไฟฟ้าของเทศบาล” (นางมณี ช่อเกตุ 2554)

ในส่วนจขงรายไ้ที่ไ้รับเกิดจากการประกอบธุรกิจร้านไ้เค้ม ในแต่ละเดือนมีรายไ้เฉลี่ยหลังหักต้นทุนต่อเดือน 5,000 -15,000 บาท เป็นรายไ้ที่เกิดขึ้นจากการขายไ้เค้มทั้งขายหน้าร้านและฝากขาย โดยรายไ้ส่วนใหญ่เพิ่มสูงขึ้นในช่วงเทศกาล วันหยุดนักขัตฤกษ์ ที่มีนักท่องเที่ยวดูเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีและภาคใต้ แต่ในช่วงปกติหรือไม่ใช่เทศกาลการท่องเที่ยวหรือวันหยุดยาวขายไ้ได้น้อย ทำให้ต้องปรับกลยุทธ์การขายโดยนำไปฝากขายที่ร้านสะดวกซื้อ นำไปเปิดแผงวางขายในตลาดสด หรือขายส่งให้พ่อค้าคนกลางที่นำไปขายต่อหรือส่งขายในกรุงเทพฯ รวมทั้งขายโดยโทรสั่งทางโทรศัพท์ แต่ในส่วนนี้ส่วนใหญ่เปิดลูกค้าประจำ

“รายไ้ของร้านไ้มากที่สุดในช่วงเทศกาล มีนักท่องเที่ยวนมาแวะซื้อของ ไม่ว่าจะเป็นักท่องเที่ยวนเป็นคณะ หรือส่วนตัว ขายกันไ้ดี แต่พอไม่ใช่เทศกาลก็แทบไม่มีนักท่องเที่ยวนเลย ทำให้ต้องแยงลูกค้ากัน หรือลดสินค้าที่วางขายไ้ให้น้อยลง บางร้านก็ฝากขายรวมกันไปเพื่อลดค่าใช้จ่าย ส่วนของที่ร้านนำไปขายที่ตลาดสด และตลาดในตัวจังหวัดด้วย ทำให้รายไ้มีอย่างสม่ำเสมอ แต่ก็ต้องขย็นเดินทางหน่นอย” (นายสมชาย เกียรติวัฒน์ 2554)

ผู้ประกอบการร้านไ้เค้มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการวางแผนการขายไ้เค้มตามประสพการณ์และความคิดเห็นของตนเองและสมาชิก โดยส่วนใหญ่ขายที่หน้าร้านที่เปิดริมถนนเอเชีย บางส่วนนำไปฝากขายที่ร้านสะดวกซื้อจุดนี้เสียค่าฝากขาย จากยอดขายร้อยละ 5 และมีการวางขายตามแผงในตลาดสด และขายส่งให้พ่อค้าคนกลาง โดยกำหนดยอดขายไ้เค้มให้ไ้เดือนละ 25,000 บาทขึ้นไป



ภาพที่ 10 แผงร้านไ้เค้มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี



ภาพที่ 11 การวางขายไข่กึ่งหมี่ร้านริมถนนเอเชีย อำเภอลำทะเมนชัย



ภาพที่ 12 แผงไข่กึ่งหมี่ในตลาดสด

ความเป็นมาวิสาหกิจชุมชนระดับปริมณฑล

ผู้ประกอบการร้านไข่กึ่งหมี่ริมถนนเอเชีย อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการวางแผนการตลาดโดยมุ่งขายปลีกมากกว่าแบบอื่น โดยวางขายหน้าร้านริมถนนเอเชียในจุดที่ซื้อของฝาก ทุกคนมองว่า จุดนี้สามารถขายให้กับลูกค้าได้ตรงเป้าหมาย แม้ขายได้ในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด แต่ขายได้ในปริมาณมาก นอกจากนี้ผู้ประกอบการร้านไข่กึ่งหมี่ยังวางแผนการตลาดในการขายฝากในแผงตลาดต่างๆ ร้านสะดวกซื้อในอำเภอ และนำไปออกร้านขายตามงานเทศกาลที่ทางหน่วยงานราชการจัดขึ้น รวมถึงขายส่งให้กับพ่อค้าคนกลางที่เดินทางมาซื้อไปขายในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

“แผนการตลาดของร้าน ไม่ได้วางอะไรมาก เพราะมุ่งขายหน้าร้านที่นี้เป็นส่วนใหญ่ เพราะไม่อยากเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ตอนนี้ราคาน้ำมันค่อนข้างแพง ทำให้ไม่ค่อยคุ้มกับการเดินทาง จึงเลือกที่ขายที่หน้าร้านมากกว่า” (นายเขมรัตน์ ไกรพจน์ 2554)

การสั่งการสำหรับธุรกิจเจ้าของคนเดียว ที่ไม่มีการจดทะเบียนการค้า ถือเป็นการรวมกลุ่มของสมาชิกในครัวเรือน หรือกลุ่มวิสาหกิจ อำนวยการสั่งการต่างๆ จึงอยู่ที่ผู้ประกอบการเพียงคนเดียว ทำให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ การสั่งการ ไม่มีรูปแบบโครงสร้างองค์กร

“การสั่งการของที่ร้าน ไม่มีอะไรมาก เพราะมีเจ้าของคนเดียว คนช่วยทำก็คนในครอบครัว ขั้นตอนอะไรก็ไม่มาก จึงตกลงตัดสินใจอะไรคนเดียว” (นางโสภิต เวชกิตติ 2554)

ในการผลิตไข่เค็มไชยาของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดำเนินการผลิตไข่เค็มเองในครัวเรือน โดยใช้บริเวณใต้ถุนบ้าน หรือบริเวณบ้านเป็นที่ผลิต ขั้นตอนในการผลิตไม่ยุ่งยาก และใช้ส่วนผสมที่ไม่มาก ทำให้ไม่จำเป็นต้องมีพื้นที่กระบวนการที่ยุ่งยาก โดยความรู้ในการผลิตไข่เค็มมาจากภูมิปัญญาชาวบ้านที่สืบทอดกันมาแต่บรรพบุรุษ ในการผลิตแต่ละครั้ง มีการคำนวณการผลิตจากยอดของสินค้าที่คงเหลือและขายไปผลิตไว้พอกับการขาย ไม่ผลิตเกินหรือเก็บไว้ในสต็อก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความสด มีคุณภาพได้มาตรฐานและคงความอร่อยในการบริโภค



ภาพที่ 13 กรรมวิธีการผลิตไข่เค็ม

การใช้เทคโนโลยีของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยีอุปกรณ์ที่ทันสมัย ไม่มีการนำมาใช้เลยไม่ว่าเป็น

เครื่องจักร หรือเครื่องผสมส่วนผสม แต่เป็นการให้เทคโนโลยีจากแรงงานคนมากกว่า เพราะกรรมวิธีการผลิตไข่เค็มนั้นต้องให้ความนุ่มนวลไม่ให้ไข่ได้รับการกระทบกระเทือน ทำให้แตกได้ง่าย จึงใช้มือในการปั้น และคลุกกับส่วนผสมที่ง่ายต่อการผลิต อีกทั้งการบรรจุมีเพียงแผ่นโพลีเอทิลีน กระดาษ ชะลอม ถุง ซื่อจากตลาด หรือสังโรงพิมพ์ให้เขาพิมพ์ชื่อร้านใส่ข้างๆ กล่อง

ดังนั้นเทคโนโลยีในที่นี้ที่ผู้ประกอบการเข้าใจและนำมาใช้คือ การนำความรู้ วิทยาการ และประสบการณ์ต่างๆ ในการทำไข่เค็มมาประยุกต์ใช้เพื่อช่วยในการผลิตสินค้าและบริการรวมทั้งการคิดค้นหาวิธีการนำทรัพยากรมาใช้ในด้านใหม่ๆ เพื่อให้ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังนั้นในธุรกิจร้านไข่เค็มจึงจำความรู้ทางวิชาการในการผลิต ประสบการณ์มาให้และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ มีประโยชน์ โดยการส่งไข่เค็มไปให้หน่วยงานของรัฐตรวจสอบเพื่อตรวจสอบคุณภาพของไข่ที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้ได้เครื่องหมายรองรับคุณภาพ สร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า รวมถึงการสร้างรูปแบบการบรรจุให้สวยงามเพื่อดึงดูดความสนใจจากลูกค้าตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น

ด้านการเงิน การบริหารการเงินของผู้ประกอบการ มีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย บัญชีลูกหนี้-เจ้าหนี้ มีการประมาณการขายและการผลิต จากข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมปลายและปริญญาตรี ทำให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับการทำบัญชีการเงินพอสมควร จึงมีการประกาศการเงินเพื่อให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ และคำนวณรายได้-รายจ่ายอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ผู้ประกอบการรายอื่นทำเฉพาะบัญชีรายรับ-รายจ่าย บัญชีลูกหนี้-เจ้าหนี้ แต่มีบางรายที่อาศัยประสบการณ์ขายมานานใช้วิธีการจำและประสบการณ์ในการคำนวณการเงิน

“เพราะมีประสบการณ์ในการทำบัญชี เลยนำมาใช้ในการวางแผนการเงินของธุรกิจไข่เค็มนี้ ทำให้ทราบรายรับ-รายจ่าย ว่าควรทำอะไรหากมีค่าใช้จ่ายสูง หรือต้องจัดให้มีรายรับเพิ่มขึ้นเท่าใด รวมถึงประมาณการผลิตเพื่อให้คุ้มทุน”(นางอารี วงษ์ตระกูล 2554)

ขนาดของธุรกิจในปัจจุบันเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ในรูปแบบเจ้าของคนเดียว หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีสมาชิก 3-5 คน ร่วมมือกันผลิตแต่ให้การตัดสินใจกับคนๆ เดียว เพื่อให้ง่ายต่อการติดต่อและตัดสินใจ ไม่มีการจดทะเบียนการค้าอย่างถูกต้องตามกฎหมาย เพราะขั้นตอนที่ยุ่งยากทั้งในด้านการทำงาน การจัดเอกสาร และความแน่นอนของรายได้ที่ไม่ค่อยแน่นอน เมื่อเกิดปัญหาหรือไม่อยากดำเนินกิจการสามารถหยุดขายหรือเลิกกิจการได้ไม่ยุ่งยาก

ความเติบโตก้าวหน้าในช่วงที่ผ่านมา ธุรกิจร้านขายไข่เค็มไชยาเริ่มต้นเติบโตและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว ผู้บริโภคมากขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 - 2548 ถือเป็นช่วงที่ธุรกิจการท่องเที่ยว

เดิบโต มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวภาคใต้เป็นจำนวนมาก ทำให้ธุรกิจร้านไข่เค็มเปิดดำเนินการมากขึ้น และการค้าขายถือว่าเจริญเติบโตเต็มที่ ผู้บริโภคต่างรู้จักไข่เค็มไชยาและมีการส่งไปจำหน่ายตามงานเทศกาลหรือมหกรรมสินค้าโอท็อปในกรุงเทพฯ และต่างประเทศ ประกอบกับรัฐบาลชุด พ.ต.ท. ดร. ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ได้ให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนและส่งเสริมให้เกิดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือที่หลายๆ คนรู้จักในนาม ผลิตภัณฑ์โอท็อป (OTOP = One Tambol One Product) ยิ่งทำให้ไข่เค็มไชยากระจายไปสู่ตลาดต่างจังหวัดมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการหาตลาดที่สามารถรองรับสินค้าไข่เค็มไชยาหลายช่องทาง เช่น การขายในงานมหกรรมสินค้าโอท็อป มหกรรมของดีเมืองใต้ การขายผ่านศูนย์ของฝากประจำตำบล การสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ตในเว็บของผลิตภัณฑ์ชุมชน www.tampol.com แต่หลังจากเกิดภัยธรรมชาติสึนามิที่จังหวัดพังงา จังหวัดภูเก็ต เมื่อปลายปี พ.ศ. 2549 ประกอบกับปัญหาความไม่สงบในสามจังหวัดภาคใต้ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างเห็นได้ชัด และยังมีปัญหาไข่หวัดนกระบาดส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และลดจำนวนการซื้อไข่เค็มไชยามาบริโภคไปด้วย ทำให้ยอดขายตกลงจากการที่ผู้บริโภคกลัวลดการบริโภคไข่เป็ด ไข่ไก่ลง ถึงแม้ไข่เค็มผ่านกระบวนการแปรรูปและได้รับการตรวจสอบยอมรับจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ที่ติดอยู่ข้างกล่องตามแต่ผู้บริโภคไม่เชื่อมั่น ส่งผลให้ยอดขายไข่เค็มไชยาลดน้อยลง จนต้องหาวิธีการขายทางอื่นๆ เช่น การขายทางไปรษณีย์ให้ลูกค้าสั่งซื้อแล้วทางร้านส่งไปรษณีย์ไปให้ลูกค้า แต่ได้จำหน่ายได้ไม่มาก และผู้บริโภคยังต้องการความเชื่อมั่นว่าปลอดภัยจริงๆ จนทำให้เจ้าของไข่เค็มต้องสร้างความเชื่อมั่นด้วยการส่งไข่เค็มของตนเองไปให้หน่วยงานภาครัฐอย่างภาควิชาพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ หรือส่งตัวอย่างให้สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพ นำมาโชว์ที่หน้าร้านเพื่อให้ผู้ซื้อได้เห็นและเชื่อมั่นว่าไข่เค็มไชยาไม่มีอันตรายจากเชื้อไข่หวัดนก นอกจากนี้ยังมีปัญหาอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการค้าสินค้าโอท็อปของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นปัญหาค่าน้ำมัน ค่าครองชีพที่สูงขึ้น ปัญหาการว่างงาน ทำให้ผู้บริโภคลดการบริโภคลง พ่อค้าคนกลางลดการสั่งซื้อ ประกอบกับภาวะค่าน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นตามไปด้วย ทำให้ราคาสินค้าต้องปรับตามเพื่อให้ธุรกิจร้านไข่เค็มไชยาอยู่รอด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัวด้วยจับกลุ่มรวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการค้าไข่เค็มไชยาแล้วมาวางขายร่วมกันในจุดขายของฝากประจำอำเภอข้างถนนเอเชีย มีการแบ่งพื้นที่อย่างเป็นสัดส่วน ให้บริการน้ำดื่ม น้ำใช้ ห้องสุขาไว้ให้ใช้บริการอย่างเพียงพอ จัดให้มีที่จอดรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ให้จอดโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และมีการดูแลรักษาความปลอดภัย และจัดระเบียบของการจอด พ่อค้า แม่ค้า ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน มีที่ทิ้งขยะ ป้ายแนะนำสถานที่

ท่องเที่ยว ป้ายบอกชื่อสินค้าของดีเมืองไชยา และที่เห็นเด่นชัดคือ ป้ายไข่แดง ที่ตั้งเด่นชัดให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูปเป็นที่ระลึก

การวางแผนธุรกิจสำหรับอนาคตไข่เค็มไชยา ที่ผู้ประกอบการคาดหวังที่ให้เติบโตขึ้นเรื่อยๆ มียอดขายตรงตามเป้าหมาย มีตลาดรองรับอย่างต่อเนื่อง แม้ไข่เค็มเป็นสินค้าที่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย แต่ผู้บริโภคยังนิยมเลือกซื้อไข่เค็มไชยา ดังนั้นผู้ประกอบการคาดหวังและวางแผนธุรกิจสำหรับอนาคตไว้ ด้วยการ

1. เพิ่มช่องทางการขายโดยวางขายตามแผงร้านค้าในตลาดหรือร้านสะดวกซื้อในเขตอำเภออื่นหรือในตัวเมือง
2. ติดต่อขายส่งให้กับห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ โดยตรง
3. รวมกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อให้มีอำนาจต่อรองและกำหนดรูปแบบการจำหน่ายอันเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอไชยา ลดปัญหาในการตัดราคาหรือเขียนป้ายเชิญชวนที่เกินจริง หรือมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่าง
4. พัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่น ๆ เช่น ไข่เค็มผง ไข่เค็มกระป๋อง ไข่เค็มสมุนไพร ไข่เค็มเสริมไอโอดีน ไข่เค็มใบเตย ข้าวผัดไข่เค็ม น้ำพริกไข่เค็ม เป็นต้น
5. เพิ่มช่องทางในการให้ลูกค้าได้สั่งซื้อผ่านการใช้สื่อโซเชียลมีเดียหรือประชาสัมพันธ์ตามเวปของหน่วยงานท่องเที่ยว ร้านอาหารหรือจุดขายของฝากของฝาก



ภาพที่ 14 ป้ายสัญลักษณ์ไข่เค็มไชยา บริเวณจุดขายของฝากไชยา

โอกาสและกลยุทธ์ ในการดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการคาดหวังที่ให้ธุรกิจดำเนินไปด้วยดี ดังนั้นผู้ประกอบการร้านไข่เค็มไชยาต่างมองเห็นโอกาสที่ทำให้ธุรกิจของตนเองเจริญเติบโต ในธุรกิจอาหารนั้น ไข่เค็มถือเป็นสินค้าอย่างหนึ่งที่สามารถเติบโตในตลาดค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคใช้บริโภคได้ตลอด สามารถซื้อเป็นของฝาก สามารถเก็บไว้ได้นาน และมีคุณภาพ รวมถึงภาครัฐให้การส่งเสริมธุรกิจชุมชน มีตลาดรองรับกว้างขึ้น ดังนั้นการขายไข่เค็มถือเป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ได้รับการส่งเสริมให้มีการผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นด้วยเห็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของไชยา

แม้เป็นตลาดสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน จากภูมิปัญญา แต่จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องกำหนดกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับธุรกิจและการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นในธุรกิจร้านไข่เค็มไชยา จึงควรใช้ 1. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ สร้างคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้คงที่ และมีจุดเด่นอย่างสม่ำเสมอ 2. กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบ โดยการรวมกลุ่มกันกำหนดราคาและซื้อวัตถุดิบในราคาที่เท่ากัน กำหนดราคาขายเพื่อต่อรองพ่อค้าคนกลางทำให้สินค้ามีมาตรฐานในราคาเดียวกัน ไม่ทำให้เกิดการขายตัดราคา และ กลยุทธ์ด้านราคา ลดราคาเมื่อซื้อปริมาณมาก

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1. ปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ การขาย การผลิต หรือการวางจำหน่าย ในการดำเนินงานปัจจัยสำคัญคือเงินทุน ดังนั้นจากภาวะเศรษฐกิจที่การท่องเที่ยวลดน้อยลง ทำให้รายได้ที่คาดหวังกลับลดน้อยลงเป็นผลให้เงินลงทุนจม และไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ครบวงจรได้ ในการดำเนินธุรกิจของร้านไข่เค็มส่วนใหญ่เป็นธุรกิจครอบครัว ก่อตั้งขึ้นมาเองด้วยเงินทุนส่วนตัว ญาติมิตร อาศัยแรงงานในครอบครัว และยังซื้อไข่เป็ดจากพ่อค้ามาเป็นวัตถุดิบด้วย ยิ่งเมื่อประสบปัญหาไข่หวัดนกไม่อาจดำเนินการได้ อีกทั้งผู้บริโภคซื้อลดเพราะกลัวผลกระทบจากไข่หวัดนกและราคาที่สูงขึ้น ดังนั้นทางผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการเงิน ภาครัฐ แต่มักประสบปัญหาการขอกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินเพื่อนำมาลงทุน หรือขยายการลงทุน หรือนำมาใช้เป็นทุนหมุนเวียน เนื่องจากไม่ได้จัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบมาตรฐาน รวมทั้งขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ จึงต้องการทุนจากแหล่งเงินกู้นอกระบบทำให้มีอัตราดอกเบี้ยสูง อันเป็นผลให้ต้นทุนการดำเนินการสูง ยิ่งเป็นการไม่ส่งเสริมให้มีการเติบโตอย่างแข็งแกร่งได้

นอกจากนี้ผู้ประกอบการในชุมชนยังขาดทักษะความรู้ในด้านการบริหารจัดการธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดทำแผนธุรกิจอย่างเป็นระบบเพื่อวางแผนการตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรลุ

กัณฑ์ การวางแผนการผลิตที่เป็นมาตรฐาน ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ในการพัฒนาการประกอบการ ขาดการสืบทอดภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น คนรุ่นใหม่ใน ชุมชนไม่เห็นคุณค่าของการอนุรักษ์หรือสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งผลให้ท้องถิ่นไม่สามารถสืบ สานองค์ความรู้ดังกล่าวเพื่อสร้างให้ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะอันเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ ผลิตภัณฑ์

ปัญหาในการขายของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัด สุราษฎร์ธานี ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการมากขึ้น แต่สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีลักษณะเดียวกัน จึงเกิด การแข่งขันในการจำหน่าย โดยเฉพาะในช่องนอกฤดูตลาดท่องเที่ยวที่มีจำนวนลูกค้าลดลง ทำให้ ผู้ประกอบการขายผลิตภัณฑ์ตัดราคากันเองเพื่อให้ได้ขายสินค้า อีกทั้งการนำสินค้าไปขายในต่าง พื้นที่ที่ไม่คุ้มทุน โดยเฉพาะการนำไปจำหน่ายที่กรุงเทพฯ นอกจากนี้ยังขาดตลาดรองรับสินค้าที่ ชัดเจน ขาดการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายด้านการตลาด การขาย แต่ก่อนมีการหน่วยงานของรัฐให้การ สนับสนุนจัดกิจกรรม เทศกาลขายสินค้าประจำเดือนในพื้นที่และในกรุงเทพฯ แต่ปัจจุบันรัฐลด บทบาทลง ส่งผลให้แหล่งจำหน่ายหรือตลาดไม่แน่นอน รวมถึงขาดการประชาสัมพันธ์และสร้าง ความเข้าใจในความเป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมไข่เค็มอันเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น

ปัญหาในการผลิต ในปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องซื้อไข่เป็ดจากตลาด เนื่องจาก ผู้ประกอบการมิได้เลี้ยงเป็ดและเก็บไข่เป็ดมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต ประกอบกับในช่วง 1-2 ปีนี้ได้ เจออุปสรรคที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ คือ การเกิดโรคไข้นิวค็อก ทำให้เป็ดที่ทางชาวบ้านเลี้ยงไว้ เก็บไข่เป็ดขายนั้นตายหมด เป็นสาเหตุให้ต้องมีการซื้อไข่เป็ดจากพ่อค้าคนกลาง หรือสั่งซื้อจาก แหล่งอื่น อีกทั้งภาวะค่าน้ำมันที่แพงสูงขึ้น ทำให้ราคาของไข่เป็ดมีราคาแพงมากขึ้น เฉลี่ยใบละ ประมาณ 3.50 บาท รวมถึงผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ไม่มีเอกลักษณ์ความเป็นท้องถิ่น ง่ายต่อการ ลอกเลียนแบบ และเป็นการผลิตตามกันทำให้สินค้าไม่มีความแตกต่างกันต้องต่อสู้กันด้วยราคา ปัญหาด้านการจัดการอีกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูไม่น่าสนใจ ขบวนการและขั้นตอนการผลิตยังไม่มีมาตรฐานพอ ทำให้สินค้ามีคุณภาพไม่ได้สม่ำเสมอทำให้ผู้ซื้อ ไม่มั่นใจในคุณภาพ ปริมาณการผลิตไม่แน่นอนเนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรม หรืออุตสาหกรรมในครัวเรือน ในบางช่วงเวลาไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้แต่ ในบางช่วงเวลานี้สินค้ากลับล้นตลาด

ปัญหาในการวางจำหน่ายหน้าร้านริมถนนถือเป็นจุดที่สามารถแสดงให้เห็นลูกค้านำได้มองเห็น อย่างชัดเจน แต่การจัดวางสินค้านั้นไม่สามารถทำให้ดูเด่นเพราะขนาดของบรรจุภัณฑ์เป็นกล่อง จึง ต้องวางเรียงกันที่หน้าร้านโดยเน้นสีสันของตัวอักษร รูปภาพบนกล่องให้ชัดเจน สดใสและดูแล้ว อยากรู้จักซื้อ แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการยังขาดทักษะความรู้ทางด้านการตลาด โดยเฉพาะอย่าง

ยิ่งในกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยในระดับชุมชนทำให้ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จำกัดการจำหน่ายอยู่ในเฉพาะพื้นที่ ขาดช่องทางจัดจำหน่ายและระบบการกระจายผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ผู้ซื้อไม่สามารถหาซื้อสินค้าที่ต้องการได้อย่างต่อเนื่อง และขาดความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มผู้ซื้อ (Trader) และกลุ่มผู้ผลิต ทำให้ไม่สามารถติดต่อสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตได้โดยตรง

2. ผลกระทบในการดำเนินธุรกิจ ในการทำธุรกิจย่อมเกิดปัญหาหรือมีผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจ ดังนั้นในการทำธุรกิจร้านขายไข่เค็มไชยา เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลกระทบในการดำเนินธุรกิจ ที่ผู้ประกอบการพบเจอตั้งแต่ประกอบธุรกิจร้านขายไข่เค็มไชยา และสามารถแยกเป็นด้านและเรียงตามลำดับความสำคัญมากไปหาน้อย ดังนี้

ด้านต้นทุนสินค้าที่นำมาผลิต เช่น วัตถุดิบ ถู กุ้ง ปลายฉลาก มีการปรับขึ้นราคา เนื่องจากต้นทุนในการผลิตของเจ้าของสินค้าหรือการขนส่ง ที่บวกค่าขนส่งเข้าไปจนทำให้ราคาสินค้าเพิ่มสูง ส่งผลให้การกำหนดราคาขายของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มสูงต้องบวกต้นทุนนี้เข้าไปในราคาขายด้วย

ด้านยอดขาย จำนวนลูกค้า ในแต่ละวันมีลูกค้าเข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับฤดูกาลท่องเที่ยว วันหยุดนักขัตฤกษ์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือการประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการ องค์การบริหารส่วนตำบล และหน่วยงานของรัฐ

ด้านค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ราคาน้ำมันที่ผันผวนส่งผลต่อต้นทุนขนส่งสินค้าทุกชนิด แม้แต่ธุรกิจไข่เค็ม ที่ได้รับผลกระทบไปด้วย โดยต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มสูงทำให้ราคาสินค้าต้องเพิ่มสูงตามไปด้วย ยังมีการขนส่งสินค้าไปขายในต่างพื้นที่ หรือระยะทางที่ไกล ๆ ต้นทุนค่าน้ำมันเพิ่มสูงขึ้น ไปด้วย

ด้านเงินลงทุน แม้เป็นเงินเก็บส่วนตัว ไม่มีอัตราดอกเบี้ย แต่ถือเป็นเงินลงทุนที่มีจำกัด เมื่อต้องการขยายกิจการหรือเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ จึงจำเป็นต้องหาเงินลงทุนเพิ่ม แต่เมื่อเลือกการขอกู้ยืมจากสถาบันการเงินไม่สามารถกระทำได้ หรืออาจถูกปฏิเสธเนื่องจากไม่มีรายได้ที่แน่นอน และขาดหลักฐานประกอบการยื่นกู้ ทำให้ต้องหันไปใช้บริการเงินกู้นอกระบบที่มีอัตราดอกเบี้ยสูง

3. มีวิธีการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการภายหลังจากพบเจอปัญหาแล้ว มีวิธีการแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง ดังนี้

แนวทางแก้ไขปัญหาด้านในการดำเนินธุรกิจ เริ่มศึกษาหาความรู้ด้วยตนเองเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจให้ถูกต้อง หรือสอบถามพูดคุยกับเพื่อนผู้ประกอบการด้วยกัน เข้าร่วมฝึกอบรมกับหน่วยงานของภาครัฐที่จัดอบรมผู้ประกอบการย่อยโดยสำนักงานเกษตรอำเภอ ปศุสัตว์ ศึกษาและดูงานจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ด้านเงินลงทุนใช้เงินทุนส่วนตัวในการขยายกิจการโดย

ไม่มีการกู้เงินเพื่อตัดปัญหาการเสียดอกเบี้ย หรือกู้ยืมเงินจากบุคคลในครอบครัวหรือญาติเพื่อนำมาใช้ลงทุนหรือชำระหนี้ยามจำเป็น

แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการขายและการวางจำหน่าย กำหนดวางขายร้านริมถนนเอเชียทุกวัน โดยเฉพาะวันเสาร์ - วัน อาทิตย์ จัดให้มีสินค้าวางมากกว่าวันปกติ เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวมาก ส่วนวันธรรมดา คือ วันจันทร์ - วันศุกร์ วางขายในตลาดสด ฝากขายตามแผงขายไข่ ร้านสะดวกซื้อ ร่วมออกร้านกับงานเทศกาลประจำอำเภอ และอำเภอใกล้เคียง รวมถึงงานกาชาดของจังหวัด ร่วมออกร้านกับงานมหกรรมสินค้าชุมชน หรืองานโอท็อปที่หน่วยงานภาครัฐจัดในแต่ละปี จัดลดราคาสินค้า เช่น ไข่ 3 กล่อง 100 บาท หรือซื้อ ครบ 500 บาท แถมไข่เค็มฟรี 1 ใบ

แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการผลิต โดยรวมกลุ่มกันซื้อไข่เป็ด ไข่แดง ไข่แดง ไข่แดง ในจำนวนมากเพื่อให้ได้มีอำนาจต่อรอง ทำให้ได้ราคาที่ถูกลง ติดต่อซื้อไข่เป็ดจากผู้ประกอบการในท้องถิ่น เพื่อลดต้นทุนการผลิตและค่าขนส่ง ลดการซื้อของเก็บไว้ในสต็อกให้น้อยลงซื้อวัตถุดิบแต่ละครั้งเพียงแค่ออใช้

แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการส่งเสริมการขายของ โดยใช้ชะลอมในการบรรจุไข่เค็มเพื่อลดต้นทุนใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ใช้ในช่วงงานที่คาดว่าจะมีปริมาณคนซื้อเยอะ เช่น งานมหกรรมแสดงสินค้า งานกาชาด งาน โอท็อป เพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้าหากต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและบวกราคาค่าบรรจุภัณฑ์ กรณีลูกค้าซื้อไปเป็นของฝาก ของขวัญปีใหม่ ใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม โดยยอมแบกรับค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือส่งเสริมการขายของทางร้านอย่างไม่มีทางเลือกเพื่อดึงดูดลูกค้า

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แนวทางดำเนินธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงแนวทางดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม

สรุปผลการวิจัย

ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ยระหว่าง 36-45 ปี มีระดับการศึกษามัธยมปลาย เริ่มดำเนินธุรกิจเมื่อ 4-10 ปีที่ผ่านมา

แนวคิดของธุรกิจไข่เค็ม การเริ่มก่อตั้งร้านไข่เค็มในรูปแบบธุรกิจครัวเรือน เป็นธุรกิจที่สืบทอดต่อกันจากรุ่นสู่รุ่นที่มีการทำมาตั้งแต่รุ่นปู่ ย่า ตายาย

ลักษณะของสินค้าไข่เค็มที่ผลิตและบรรจุเรียบร้อยพร้อมจำหน่ายในรูปแบบขนาดบรรจุถุง และกล่อง เพื่อให้ง่ายต่อการเลือก โดยบรรจุผลิตภัณฑ์ไข่เค็มในรูปแบบขนาดบรรจุ 4 ฟอง 5 ฟอง 11 ฟอง 17 ฟอง

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

เงินลงทุนเริ่มแรกในธุรกิจใช้เงินลงทุนเริ่มแรกในธุรกิจร้านไข่เค็ม จำนวน 10,000 - 50,000 บาท

ลักษณะการดำเนินธุรกิจในลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว (Individual Proprietorship) เจ้าของเป็นผู้บริหารงานเอง เพราะต้องการความคล่องตัวในการบริหารงาน ทำให้สามารถตัดสินใจในเรื่องของการบริหารงานได้เองเลยโดยไม่ต้องถามความเห็นของผู้อื่น

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท และรายได้หลังหักต้นทุนเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 15,000 บาท

การวางแผนการขายโดยขายผ่านร้านริมถนนเอเชีย ผักขายที่ร้านสะดวกซื้อ วางขายตามแผงในตลาดสด และขายส่งให้พ่อค้าคนกลาง โดยกำหนดยอดขายขั้นต่ำให้ได้เดือนละ 25,000 บาทขึ้นไป

การตลาดมุ่งขายปลีก โดยการวางขายหน้าร้านริมถนนเอเชียมากที่สุด

การสั่งการ (Leading) จากที่ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจในรูปแบบเจ้าของคนเดียว ในครัวเรือน หรือกลุ่มวิสาหกิจ จึงทำให้ง่ายต่อการสั่งการ ไม่มีรูปแบบโครงสร้างองค์กร เจ้าของร้านมีสิทธิออกความคิดและตัดสินใจได้คนเดียว

การผลิตสินค้าเองในครัวเรือน โดยใช้ได้หมู่บ้าน หรือบริเวณบ้านเป็นที่ผลิต ขั้นตอนในการผลิตไม่ยุ่งยาก และใช้ส่วนผสมที่ไม่มาก ทำให้ไม่จำเป็นต้องมีพื้นที่ กระบวนการที่ยุ่งยาก โดยความรู้ในการผลิตไข่เค็มมาจากภูมิปัญญาชาวบ้านที่สืบทอดกันมาแต่บรรพบุรุษ

การใช้เทคโนโลยีที่ผู้ประกอบการใช้คือ การนำความรู้ วิชาการ และประสบการณ์ต่างๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อช่วยในการผลิตสินค้าและบริการรวมทั้งการคิดค้นหาวิธีการนำทรัพยากรมาใช้ในด้านใหม่ๆ เพื่อให้ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

การเงิน มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย บัญชีลูกหนี้-เจ้าหนี้ ประมาณการขาย การผลิต รองลงมามีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย บัญชีลูกหนี้-เจ้าหนี้ ทำเฉพาะบัญชีรายรับ-รายจ่าย และไม่ได้ทำบัญชีใช้การจำและประสบการณ์

ขนาดของธุรกิจในปัจจุบัน เป็นกิจการขนาดเล็กในรูปแบบเจ้าของคนเดียว และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่ไม่ได้จดทะเบียนให้ถูกต้องตามกฎหมาย เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นเองในท้องถิ่น และบางครั้งหากไม่สะดวกในการขายสามารถหยุดหรือเลิกกิจการได้

ความเติบโตก้าวหน้าในช่วงที่ผ่านมา ธุรกิจร้านขายไข่เค็มไชยาเริ่มต้นเติบโตและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 - 2548 ถือเป็นช่วงที่ธุรกิจการท่องเที่ยวเติบโต มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวภาคใต้มาก การค้าขายถือโอกาสเจริญเติบโตเต็มที่ ผู้บริโภคต่างรู้จักไข่เค็มไชยาและมีการส่งไปจำหน่ายตามงานเทศกาลหรือมหกรรมสินค้าโอท็อปในกรุงเทพฯ และต่างประเทศ ภาครัฐให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนและส่งเสริมให้เกิดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีการหาตลาดที่สามารถรองรับสินค้าไข่เค็มไชยาหลายช่องทาง แต่หลังจากเกิดภัยธรรมชาติสึนามิที่จังหวัดพังงา จังหวัดภูเก็ต เมื่อปลายปี พ.ศ. 2549 และปัญหาความไม่สงบในสามจังหวัดภาคใต้ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างเห็นได้ชัด ปัญหาให้วัดคนกระบาดส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ยังมีปัญหาอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการค้าสินค้าเลือกบริโภคของลูกค้ายิ่งไปกว่าปัญหาค่าเงิน ค่าครองชีพที่สูงขึ้น ปัญหาการว่างงาน ทำให้ผู้บริโภคลดการบริโภคลง พ่อค้าคนกลางลดการสั่งซื้อ ประกอบกับภาวะค่าน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นตามไป

ด้วย ทำให้ราคาสินค้าต้องปรับตามเพื่อให้ธุรกิจร้านไข่เค็มไชยาอยู่รอด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัวด้วยจับกลุ่มรวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการไข่เค็มไชยาแล้วมาวางขายร่วมกันในจุดขายของฝากประจำอำเภอข้างถนนเอเชีย มีการแบ่งพื้นที่อย่างเป็นสัดส่วน ให้บริการน้ำดื่ม น้ำใช้ ห้องสุขาไว้ให้ใช้บริการอย่างเพียงพอ จัดให้มีที่จอดรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ให้จอดโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และมีการดูแลรักษาความปลอดภัยและจัดระเบียบของการจอด พ่อค้าแม่ค้า ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน มีที่ทิ้งขยะ ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ป้ายบอกชื่อสินค้าของดีเมืองไชยา และที่เห็นเด่นชัดคือ ป้ายไข่แดง ที่ตั้งเด่นชัดให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูปเป็นที่ระลึก

การวางแผนธุรกิจสำหรับอนาคตไข่เค็มไชยาที่ผู้ประกอบการคาดหวังที่ให้เติบโตขึ้นเรื่อยๆ มียอดขายตรงตามเป้าหมาย มีตลาดรองรับอย่างต่อเนื่อง แม้ไข่เค็มเป็นสินค้าที่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย แต่ผู้บริโภคยังนิยมเลือกซื้อไข่เค็มไชยา ดังนั้นผู้ประกอบการคาดหวังและวางแผนธุรกิจสำหรับอนาคตไว้ด้วยการเพิ่มช่องทางขายโดยวางขายตามแผงร้านค้าในตลาดหรือร้านสะดวกซื้อในเขตอำเภออื่นหรือในตัวเมือง ติดต่อยขายส่งให้กับห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ โดยตรง รวมกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อให้มีอำนาจต่อรองและกำหนดรูปแบบการจำหน่ายอันเป็นอัตลักษณ์ของอำเภอไชยา สดปัญหาในการตัดราคาหรือเขียนป้ายเชิญชวนที่เกินจริง หรือมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่าง พัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่น ๆ เช่น ไข่เค็มผง ไข่เค็มกระป๋อง ไข่เค็มสมุนไพร ไข่เค็มเสริมไอโอดีน ไข่เค็มไบโอดี ไข่เค็มไข่เค็ม น้ำพริกไข่เค็ม เพิ่มช่องทางในการให้ลูกค้าได้สั่งซื้อผ่าน การโทรสั่ง ลงโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ตามเวปของหน่วยงานท่องเที่ยว ร้านอาหารหรือจุดขายของฝากของฝาก

โอกาสและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการคาดหวังให้ธุรกิจดำเนินไปด้วยดี ดังนั้นผู้ประกอบการร้านไข่เค็มไชยาต่างมองเห็นโอกาสที่ทำให้ธุรกิจของตนเองเจริญเติบโต ในธุรกิจอาหารนั้น ไข่เค็มถือเป็นสินค้าอย่างหนึ่งที่สามารถเติบโตในตลาดค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคใช้บริโภคได้ตลอด สามารถซื้อเป็นของฝาก สามารถเก็บไว้ได้นาน และมีคุณภาพรวมถึงภาครัฐให้การส่งเสริมธุรกิจชุมชน มีตลาดรองรับกว้างขึ้น ดังนั้นการขายไข่เค็มถือเป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ได้รับการส่งเสริมให้มีการผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นด้วยเห็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของไชยา ดังนั้นในธุรกิจร้านไข่เค็มไชยาคควรใช้กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ สร้างคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้คงที่ และมีจุดเด่นอย่างสม่ำเสมอ และกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบ โดยการรวมกลุ่มกันกำหนดราคาและซื้อวัตถุดิบในราคาที่เท่ากัน กำหนดราคาขายเพื่อต่อรองพ่อค้าคนกลางทำให้สินค้ามีมาตรฐานในราคาเดียวกัน ไม่ทำให้เกิดการขายตัดราคา และ กลยุทธ์ด้านราคา ลดราคาเมื่อซื้อปริมาณมาก

ปัญหาและอุปสรรคของของผู้ประกอบการ

1. ปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ การขาย การผลิต หรือการวางจำหน่าย ในการดำเนินงานปัจจัยสำคัญคือเงินทุน จากสภาวะเศรษฐกิจที่การท่องเที่ยวลดน้อยลง ทำให้รายได้ที่คาดหวังกลับลดน้อยลงเป็นผลให้เงินลงทุนจม และไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ครบวงจรได้ ในการดำเนินธุรกิจของร้านไข่เค็มส่วนใหญ่เป็นธุรกิจครอบครัว ก่อตั้งขึ้นมาเองด้วยเงินทุนส่วนตัว และซื้อไข่เปิดจากพ่อค้ามาเป็นวัตถุดิบประกอบกับปัญหาไข่หวัดนกไม่อาจดำเนินการได้ อีกทั้งผู้บริโภคต่างลดปริมาณการซื้อลงเพราะกลัวผลกระทบต่อสุขภาพจากไข่หวัดนกและราคาที่สูงขึ้น ดังนั้นทางผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการเงิน ภาครัฐ แต่มักประสบปัญหาการขอกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน จึงต้องการทุนจากแหล่งเงินกู้นอกระบบที่มีอัตราดอกเบี้ยสูง

นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังขาดทักษะความรู้ในด้านการบริหารจัดการธุรกิจการวางแผนการตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การวางแผนการผลิตที่เป็นมาตรฐาน ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาการประกอบการ ขาดการสืบทอดภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น คนรุ่นใหม่ในชุมชนไม่เห็นคุณค่าของการอนุรักษ์หรือสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งผลให้ท้องถิ่นไม่สามารถสืบสานองค์ความรู้ดังกล่าวเพื่อสร้างให้ผลิตภัณฑ์มีอัตลักษณ์เฉพาะอันเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์

ปัญหาในการขายของผู้ประกอบการที่นำมาจำหน่ายมีลักษณะเดียวกัน เกิดการแข่งขันในการจำหน่าย โดยเฉพาะในช่องนอกฤดูตลาดท่องเที่ยวที่มีจำนวนลูกค้าลดลง ทำให้เกิดการขายผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าราคาต้นทุน อีกทั้งการนำสินค้าไปขายในต่างพื้นที่ที่ไม่ไม่คุ้มทุน โดยเฉพาะการนำไปจำหน่ายที่กรุงเทพฯ ขาดตลาดรองรับสินค้าที่ชัดเจน ขาดการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายด้านการตลาด การขาย แต่ก่อนมีการหน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุนจัดกิจกรรม เทศกาลขายสินค้าประจำเดือนในพื้นที่ และในกรุงเทพฯ แต่ปัจจุบันรัฐลดบทบาทลง ส่งผลให้แหล่งจำหน่ายหรือตลาดไม่แน่นอน รวมถึงขาดการประชาสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจในความเป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมไข่เค็มอันเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น

ปัญหาในการผลิต ในปัจจุบันผู้ประกอบการต้องซื้อไข่เปิดจากตลาด เนื่องจากผู้ประกอบการมิได้เลี้ยงเปิดและเก็บไข่เปิดมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต ประกอบกับในช่วง 1-2 ปีนี้ ได้เจออุปสรรคที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ คือ การเกิดโรคไข่หวัดนก ทำให้เปิดที่ทางชาวบ้านเลี้ยงไว้เก็บไข่เปิดขายนั้นตายหมด เป็นสาเหตุให้ต้องมีการซื้อไข่เปิดจากพ่อค้าคนกลาง หรือสั่งซื้อจากแหล่งอื่น อีกทั้งภาวะค่าน้ำมันที่แพงสูงขึ้นรวมถึงผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ไม่มีอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่น ง่ายต่อการลอกเลียนแบบ และเป็นการผลิตตามกันทำให้สินค้าไม่มีความแตกต่างกันต้องต่อสู้กันด้วยราคา ปัญหาด้านทักษะการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์

ดูไม่น่าสนใจ ขบวนการและขั้นตอนการผลิตยังไม่มีมาตรฐานพอ ทำให้สินค้ามีคุณภาพไม่ได้ สม่าเสมอทำให้ผู้ซื้อไม่มั่นใจในคุณภาพ ปริมาณการผลิตไม่แน่นอนเนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมหรืออุตสาหกรรมในครัวเรือน ในบางช่วงเวลาไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ แต่ในบางช่วงเวลาดินค้ากลับล้นตลาด

ปัญหาในการวางจำหน่ายหน้าร้านริมถนนถือเป็นจุดที่สามารถแสดงให้ลูกค้าได้มองเห็นอย่างชัดเจน แต่การจัดวางสินค้านั้นไม่สามารถทำให้ดูเด่นเพราะขนาดของบรรจุภัณฑ์เป็นกล่อง จึงต้องวางเรียงกันที่หน้าร้าน โดยเน้นสีสันของตัวอักษร รูปภาพบนกล่องให้ชัดเจน สดใสและดูแล้วอยากเลือกซื้อ แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการยังขาดทักษะความรู้ทางด้านการตลาดโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยในระดับชุมชนทำให้ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จำกัดการจำหน่ายอยู่ในเฉพาะพื้นที่ ขาดช่องทางจัดจำหน่ายและระบบการกระจายผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ผู้ซื้อไม่สามารถหาซื้อสินค้าที่ต้องการได้อย่างต่อเนื่อง และขาดความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มผู้ซื้อ (Trader) และกลุ่มผู้ผลิต ทำให้ไม่สามารถติดต่อสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตได้โดยตรง

2. ผลกระทบในการดำเนินธุรกิจ ด้านต้นทุนสินค้าที่นำมาผลิต เช่น วัตถุดิบ ถูกลง กล้วย กล้วยตาก มีการปรับขึ้นราคาเนื่องจากต้นทุนในการผลิตของเจ้าของสินค้าหรือการขนส่ง ที่บวกค่าขนส่งเข้าไปจนทำให้ราคาสินค้าเพิ่มสูง ส่งผลให้การกำหนดราคาขายของผู้ประกอบการร้านใหม่เต็มสูงต้องพวกต้นทุนนี้เข้าไปในราคาขายด้วย

ด้านยอดขาย จำนวนลูกค้า ในแต่ละวันมีลูกค้าเข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่เต็มไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับฤดูกาลท่องเที่ยว วันหยุดนักขัตฤกษ์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือการประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการ องค์การบริหารส่วนตำบล และหน่วยงานของรัฐ

ด้านค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ราคาน้ำมันที่ผันผวนส่งผลต่อต้นทุนขนส่งสินค้าทุกชนิด แม้แต่ธุรกิจใหม่เต็ม ที่ได้รับผลกระทบไปด้วย โดยต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มสูงทำให้ราคาสินค้าต้องเพิ่มสูงตามไปด้วย ยังมีการขนส่งสินค้าไปขายในต่างพื้นที่ หรือระยะทางที่ไกล ต้นทุนค่าน้ำมันเพิ่มสูงขึ้นไปด้วย

ด้านเงินลงทุน แม้เป็นเงินเก็บส่วนตัว ไม่มีอัตราดอกเบี้ย แต่ถือเป็นเงินลงทุนที่มีจำกัด เมื่อต้องการขยายกิจการหรือเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ จึงจำเป็นต้องหาเงินลงทุนเพิ่ม แต่เมื่อเลือกการขอกู้ยืมจากสถาบันการเงินไม่สามารถทำได้ หรืออาจถูกปฏิเสธเนื่องจากไม่มีรายได้ที่แน่นอน และขาดหลักฐานประกอบการยื่นกู้ ทำให้ต้องหันไปใช้บริการเงินกู้นอกระบบที่มีอัตราดอกเบี้ยสูง

3. วิธีการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการภายหลังจากพบปัญหาแล้ว มีวิธีการแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง ดังนี้

แนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจ เริ่มศึกษาหาความรู้ด้วยตนเองเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจให้ถูกต้อง หรือสอบถามพูดคุยกับเพื่อนผู้ประกอบการด้วยกัน เข้าร่วมฝึกอบรมกับหน่วยงานของภาครัฐที่จัดอบรมผู้ประกอบการย่อยโดยสำนักงานเกษตรอำเภอ ปศุสัตว์ ศึกษาและดูงานจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ด้านเงินลงทุนใช้เงินทุนส่วนตัวในการขยายกิจการ โดยไม่มีการกู้เงินเพื่อตัดปัญหาการเสียดอกเบี้ย

แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการขายและการวางจำหน่าย กำหนดวางขายร้านริมถนนเอเชีย ทุกวัน โดยเฉพาะวันเสาร์ - วัน อาทิตย์ จัดให้มีสินค้าวางมากกว่าวันปกติ ส่วนวันธรรมดา คือ วัน จันทร์ - วันศุกร์ วางขายในตลาดสด ฝากขายตามแผงขายไข่ ร้านสะดวกซื้อ ร่วมออกร้านกับงาน เทศกาลประจำอำเภอ และอำเภอใกล้เคียง รวมถึงงานกาชาดของจังหวัด ร่วมออกร้านกับงาน มหกรรมสินค้าชุมชน หรืองานไอทอปที่หน่วยงานภาครัฐจัดในแต่ละปี จัดลดราคาสินค้า เช่น ไข่ 3 กล่อง 100 บาท หรือซื้อ ครบ 500 บาท แถมไข่เค็มฟรี 1 ใบ

แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการผลิต โดยรวมกลุ่มกันซื้อไข่เป็ด ไข่ไก่ กล่อง ป้ายฉลาก ใน จำนวนมากเพื่อให้ได้มีอำนาจต่อรอง ทำให้ได้ราคาที่ถูกลง ติดต่อซื้อไข่เป็ดจากผู้ประกอบการใน ท้องถิ่น เพื่อลดต้นทุนการผลิตและค่าขนส่ง ลดการซื้อของเก็บไว้ในสต็อกให้น้อยลงซื้อวัตถุดิบแต่ ละครั้งเพียงแค่พอใช้

แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการส่งเสริมการขายของ โดยใช้ชะลอมในการบรรจุไข่เค็มเพื่อ ลดต้นทุนใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ใช้ในช่วงงานที่คาดว่าจะมีปริมาณคนซื้อเยอะ เช่น งานมหกรรม แสดงสินค้า งานกาชาด งานไอทอป เพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้าหากต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม และบวกราคาค่าบรรจุภัณฑ์ กรณีลูกค้าซื้อไปเป็นของฝาก ของขวัญปีใหม่ ใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม โดยยอมแบกรับค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือส่งเสริมการขายของทางร้านอย่างไม่มี ทางเลือกเพื่อดึงดูดลูกค้า

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยดังกล่าว สามารถที่นำมาอภิปรายตามประเด็นที่ตั้งไว้ ดังต่อไปนี้

1. แนวทางการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลจากการวิจัยพบว่า มีการก่อตั้งธุรกิจร้านไข่เค็มในรูปแบบของธุรกิจใน คราวเรือน เป็นอาชีพที่บรรพบุรุษดำเนินการมาก่อนแล้ว และลูกหลานมาสานต่อ โดยเจ้าของร้านไข่ เค็มเป็นผู้หญิง ถือกลุ่มเพศที่มีความละเอียดอ่อนในการค้าขาย การทำอาหารและการถนอมอาหาร มี อายุระหว่าง 36-45 ปี จบการศึกษามัธยมปลาย และดำเนินการค้าขายร้านไข่เค็มนี้มา 1 - 10 ปี ทำให้ มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจพอสมควร อีกทั้งยังเป็นธุรกิจของครอบครัวด้วย ถือเป็น

ช่องทางหนึ่งในการหารายได้ สร้างรายได้แก่ครัวเรือน โดยมีลักษณะของผลิตภัณฑ์เป็นการทำไข่
 เล็ม อันเป็นสินค้าเด่นและเป็นอัตลักษณ์ของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี บรรจุในขนาดบรรจุ
 ถูง หรือกล่องเพื่อให้ง่ายต่อการเลือกซื้อ มีหลากหลายขนาดให้เลือกตั้งแต่ ขนาดบรรจุ 4 ฟอง กล่อง
 5 ฟอง 11 ฟอง และ 17 ฟอง ด้วยเป็นธุรกิจเล็กๆ แบบกิจการเจ้าของคนเดียว ไม่มีการจดทะเบียน
 การค้า การลงทุนจึงใช้เงินทุนของตนเอง ตั้งแต่ 10,000 - 50,000 บาท และหากเงินส่วนตัวไม่พอ
 ลงทุนหันไปหยิบยืมจากญาติพี่น้อง ถือเป็นการลดความเสี่ยงในการเสียดอกเบี้ยที่สูงจากการกู้เงิน
 นอกระบบ หรือจากสถาบันการเงินที่มีขั้นตอนยุ่งยากและอาจไม่ได้รับการอนุมัติ และง่ายต่อการ
 บริหาร สั่งการ หรือตัดสินใจ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เสาวภา เศษกริมพันธ์ (2544) ได้ศึกษา
 การพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเอง กรณีศึกษาชุมชนคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช ถึงแนวคิดการ
 พัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเอง ศึกษาถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่เกิดจากการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง
 และสามารถรักษาสืบทอดภูมิปัญญานั้น ไว้ให้คงอยู่ได้จนถึงปัจจุบัน ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนา
 ชุมชนได้ใช้หลักการพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเอง ในทางปฏิบัติได้เกิดขึ้นมานานแล้ว โดยเฉพาะใน
 สังคมชนบทไทย ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและระดับชุมชน และความพยายามพึ่งตนเองในระดับ
 ต่างๆ เช่น ลักษณะภูมิศาสตร์ ความสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ การมีวัฒนธรรม ประเพณี
 วิถีชีวิตที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ ตลอดจนทำให้โครงสร้างทางสังคมของชุมชนนั้นเข้มแข็ง
 สามารถพึ่งตนเองได้

ในการดำเนินธุรกิจร้านไข่เล็มริมถนนเอเชีย เป็นธุรกิจของตนเอง มีตนเองเป็นเจ้าของ
 และบริหารเอง ย่อมมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นต่อเดือนเช่นเดียวกับกิจการอื่น โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน
 5,001 - 10,000 บาท เป็นค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าจ้างคนเฝ้าร้านในตอนกลางคืน ค่าเช่า ถึงแม้เป็นร้านขาย
 ของที่ระลึกริมทางที่ทางหน่วยงานของรัฐจัดการให้นำสินค้ามาขายรวมกัน แต่มีการเก็บค่าเช่า ค่า
 เช่าตรงนี้ทางหน่วยงานของรัฐได้นำมาใช้ประโยชน์โดยการจ้างเจ้าหน้าที่มาเก็บกวาดทำความสะอาด
 สะอาดบริเวณที่ขายของ การจัดตกแต่งพื้นที่ให้กว้างพอสำหรับจอดรถยนต์ของลูกค้าที่แวะมาซื้อ
 ของฝาก ค่าบริหารห้องน้ำที่มีให้บริการนักท่องเที่ยว จากการดำเนินการทำให้ผู้ประกอบการมี
 รายได้เฉลี่ยหลังหักต้นทุนเฉลี่ยต่อเดือนถึง 5,001 - 10,000 บาท นับว่าเป็นการทำธุรกิจที่สร้าง
 รายได้แก่ผู้ประกอบการ ช่วยให้ครอบครัวมีอาชีพและรายได้ในการจุนเจือครอบครัวโดยไม่ต้อง
 เดินทางย้ายถิ่นฐานมาทำงานในเมืองหรือกรุงเทพฯ มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง สอดคล้องกับ
 ผลงานวิจัยของ ธนัชชัย ไควสุรัตน์ (2551) ศึกษาธุรกิจชุมชน กรณีศึกษาธุรกิจทำไม้กวาด บ้าน
 สวนสน ตำบลคำเขื่อนแก้ว อำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษา
 กระบวนการดำเนินงาน รูปแบบการบริหารจัดการ และผลกระทบของธุรกิจชุมชนต่อคุณภาพชีวิต
 ของกลุ่มทำไม้กวาด บ้านสวนสน ตำบลคำเขื่อนแก้ว อำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี ผล

การศึกษาพบว่า กลุ่มทำไม้กวาดบ้านสวนสน ส่วนมากมีรายได้ประมาณ 100 บาทต่อวันและค่าจ้างระดับต่ำสุด 2,000 บาทต่อเดือนและสูงสุด 2,500 บาทต่อเดือน การมีรายได้ดังกล่าวส่งผลต่อคุณภาพชีวิตหลังการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม เพราะสามารถยกระดับหรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองให้ได้ก่อนแล้วเป็นที่พึ่งของคนอื่น และความเป็นอยู่หรือคุณภาพชีวิตของสมาชิกหรือเจ้าหน้าที่ดีขึ้นในระดับพอมีพอกินไม่ถึงกับดีมาก แต่ดีขึ้นในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน สังคม ครอบครัวและด้านเครื่องอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน

ด้านการวางแผนการขาย การตลาด การผลิต และการใช้เทคโนโลยี ผู้ประกอบการวางแผนการขายไข่เค็ม โดยขายผ่านร้านริมถนนเอเชีย ฝากขายที่ร้านสะดวกซื้อ วางขายตามแผงในตลาดสด และขายส่งให้พ่อค้าคนกลาง โดยกำหนดขอยอดขายไข่เค็มให้ได้เดือนละ 25,000 บาทขึ้นไป เพื่อให้คุ้มค่ากับการลงทุนและค่าใช้จ่ายต่อเดือนที่เกิดขึ้น ในรูปแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว อำนาจการสั่งการเป็นของเจ้าของ ส่งผลง่ายต่อการสั่งการ ไม่มีรูปแบบโครงสร้างองค์กร เมื่อก่อตั้งเริ่มดำเนินการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์โดยใช้พื้นที่ภายในบ้าน ครัวเรือน หรือได้ถุนบ้านเป็นแหล่งผลิต ขั้นตอนในการผลิตไม่ยุ่งยาก มีส่วนผสมและอุปกรณ์ที่ไม่มาก ทำให้ไม่จำเป็นต้องมีพื้นที่กระบวนการที่ยุ่งยาก โดยความรู้ในการผลิตไข่เค็มมาจากภูมิปัญญาชาวบ้านที่สืบทอดกันมาแต่บรรพบุรุษ ดังนั้นความรู้ ประสบการณ์ต่างๆ ของบรรพบุรุษ แนวความรู้การบริหารถือเป็นเทคโนโลยีที่มีค่าต่อผู้ประกอบการนำมาประยุกต์ใช้เพื่อช่วยในการผลิตสินค้าและบริการรวมทั้งการคิดค้นหาวิธีการนำทรัพยากรมาใช้ในด้านใหม่ๆ เพื่อให้ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ จนไข่เค็มกลายเป็นสินค้าขึ้นชื่อของอำเภอ จังหวัดและประเทศ สอดคล้องกับผลงานวิจัย ชีมาพร สุขาภิรมย์ (2543) ได้ศึกษา การจัดการธุรกิจผลิตสินค้าและค้าอ้อย กรณีศึกษาในเขตอำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่า การจัดการองค์การธุรกิจทุกขนาดไม่มีรูปแบบการจัดการที่ซับซ้อน ดำเนินงานโดยผู้ประกอบการและครอบครัวเท่านั้น มีการจ้างงานเฉพาะในสายการผลิตส่วนใหญ่เป็นแรงงานชั่วคราว การติดต่อประสานงานและการสั่งการทำโดยผู้ประกอบการเอง โดยสั่งการผ่านหัวหน้าคนงานด้วยวาจา การติดต่อประสานงานและการสั่งการทำโดยผู้ประกอบการเอง โดยสั่งการผ่านหัวหน้าคนงานด้วยวาจา การดำเนินการด้านการผลิต มีการเรียกผู้ประกอบการผลิตและการค้าอ้อยว่า หัวหน้าโคเวตา เป็นผู้ได้รับโควตาส่งอ้อยเข้าโรงงานน้ำตาล โดยปลูกอ้อยเองรับซื้ออ้อยที่ลานอ้อย การดำเนินการตลาด หลักเกณฑ์ที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจคือ การรักษาชื่อเสียงของผู้ประกอบการกับโรงงานน้ำตาลไว้ มีการนำปัจจัยทางการตลาดมาเกี่ยวข้อง ได้แก่ ราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดดำเนินการด้านการเงิน ผู้ประกอบการนำแหล่งเงินทุนมาจากทส่วนตัว ธนาคารและเงินส่งเสริมจากโรงงาน

การเงิน มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย บัญชีลูกหนี้-เจ้าหนี้ ประมาณการขาย การผลิต เนื่องด้วยผู้ประกอบการร้านไข่เค็มมีวุฒิการศึกษามัธยมปลาย จึงทำระบบบัญชีเพียงรายรับ-รายจ่าย ที่มีการซื้อขายกัน และผู้ประกอบการที่มีการศึกษาสูงในระดับปริญญาตรีเพิ่มการทำบัญชีการเงิน ในส่วนของบัญชีลูกหนี้-เจ้าหนี้ การประมาณการรายได้ หรือการทำต้นทุนการผลิตด้วย สอดคล้อง กับผลงานวิจัยของ กุสุมาลย์ รัตนแสง (2542) ได้ศึกษาถึงกระบวนการบริหารจัดการของธุรกิจ หัตถกรรมเสื้อทอบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ประกอบการยังต้องประเมินประสิทธิภาพการทำงานของสมาชิกและคุณภาพของสินค้า ที่ผลิตขึ้นด้วยตนเอง การบริหารการผลิต ผู้ประกอบการใช้เงินส่วนตัวร้อยละ 80 ในการลงทุนและ กู้ยืมจากธนาคารมาขยายกิจการให้สามารถผลิตได้ทันความต้องการของลูกค้า ผู้ประกอบการแต่ละ รายจัดทำบัญชีรายรับจ่ายด้วยตนเองมีลักษณะเป็นบัญชีอย่างง่ายธุรกิจหัตถกรรมเสื้อทอจึงเป็น ธุรกิจส่วนตัวที่ไม่มีแผนการ โฆษณาเพื่อกรจำหน่าย ดังนั้นการกระจายสินค้าและการแข่งขันราคา จึงขึ้นอยู่กับคุณภาพของสินค้าและบริการเป็นสำคัญ

ด้านความเติบโตก้าวหน้าในช่วงที่ผ่านมา พบว่าร้านไข่เค็มริมถนนเอเชียเกิดขึ้นและ เติบโตตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 เป็นต้นมา มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวภาคใต้อย่างต่อเนื่องส่งผลให้ ธุรกิจร้านไข่เค็มเกิดขึ้นตามไปด้วย ผู้คนเริ่มรู้จักไข่เค็มไชยา มีการรวมกลุ่มสินค้าโอท็อปของ อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีไว้ในจุดเดียวกัน เพื่อให้ง่ายต่อการเลือกซื้อหาของลูกค้า นอกจากนี้ยังได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐในการจัดงานเทศกาลสินค้าโอท็อปของอำเภอ จังหวัดและประเทศ แต่หลังจากเกิดวิกฤตภัยธรรมชาติสึนามิในภาคใต้ฝั่งตะวันตกประกอบกับ ปัญหาในสามจังหวัดภาคใต้ ทำให้นักท่องเที่ยวลดน้อยลง อีกทั้งปัญหาไข้หวัดนกระบาดส่งผลให้ ยอดขาดลดลงจากการที่ผู้บริโภคกลัวลดการบริโภคไข่เป็ด ถึงแม้ไข่เค็มผ่านกระบวนการแปรรูป แล้วก็ตามแต่ผู้บริโภคไม่เชื่อมั่น จนต้องหาวิธีการขายทางอื่นๆ ปัญหาภายในของประเทศไทยมากขึ้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดการเดินทาง อีกทั้งปัญหาค่าเงิน ค่าครองชีพที่สูงขึ้น เกิดการว่างงาน ทำให้ ผู้บริโภคลดการบริโภคลง ทำให้พ่อค้าคนกลางลดการผลิตลงอย่างเห็นได้ชัด ประกอบกับภาวะค่าน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นไปด้วยทำให้ราคาสินค้าต้องปรับตามเพื่อให้ ธุรกิจอยู่รอด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัวด้วยการส่งขายทางไปรษณีย์ และฝากขายตาม ร้านค้าต่างๆ และรวมตัวกันตั้งเป็นจุดขายของฝากไชยา โดยรวบรวมร้านไข่เค็มริมถนนเอเชียใน เขตอำเภอไชยามาอยู่รวมกัน และแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนในการให้ลูกค้าได้จอดรถ มีห้องน้ำไว้ บริการ และป้ายแสดงถึงสัญลักษณ์ของดีเมืองไชยาด้วยป้ายไข่แดงตั้งเด่นให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูป เป็นที่ระลึก ปัญหาในด้านภัยธรรมชาติผู้ประกอบการไม่สามารถแก้ไขหรือป้องกันได้ แต่ปัญหา เรื่องไข้หวัดนกที่ส่งผลกระทบต่อการทัศนคติของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องอาศัยและ

พึ่งพาหน่วยงานของรัฐในการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคเข้าใจว่า การบริโภคไข่เค็มนั้นไม่เกิดอันตรายและไม่มีเชื้อไข่หวัดนกอยู่ในเนื้อไข่ สร้างความเข้าใจแก้ไขข้อสงสัยให้แก่ผู้บริโภค ตรงจุดนี้หน่วยงานของรัฐอย่างกระทรวงสาธารณสุข กรมอนามัย หรือกรมการอาหารและยา ต้องร่วมมือและให้ความสำคัญด้วยเหลือผู้ประกอบการไข่เค็มหรือธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับสัตว์ปีก

การวางแผนธุรกิจสำหรับอนาคต มีโอกาสและกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการคาดหวังและวางแผนธุรกิจสำหรับอนาคตไว้ โดยเพิ่มช่องทางการขายโดยวางขายตามแผงร้านค้าในตลาดหรือร้านสะดวกซื้อในเขตอำเภออื่นหรือในตัวเมือง ติดต่อขายส่งให้กับห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ โดยตรง รวมกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อให้มีอำนาจต่อรองและกำหนดรูปแบบการจำหน่ายอันเป็นอัตลักษณ์ของอำเภอไชยา ลดปัญหาในการตัดราคาหรือเขียนป้ายเชิญชวนที่เกินจริง หรือมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่าง พัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่น เพิ่มช่องทางการให้ลูกค้าได้สั่งซื้อผ่านการใช้โทรศัพท์สั่ง ลงโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ตามเว็บของหน่วยงานท่องเที่ยว ร้านอาหาร อาหารหรือจุดขายของฝากของฝาก หน่วยงานภาครัฐต้องสนับสนุน สร้างโอกาสและรวมวางแผนธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการในท้องถิ่นของตนเอง ไข่เค็มไชยาถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสร้างชื่อเสียงให้แก่อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี และนำกลยุทธ์หรือแนวทางที่ผู้ประกอบการคิดและคาดหวัดทำให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน ไม่ใช่ปล่อยให้ผู้ประกอบการดำเนินการกันเอง และละเลยให้ความสนใจ หรือทำแบบผักชีโรยหน้า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองเห็นว่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไชยามีโอกาสเติบโตในตลาดค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคในบริโภคได้ตลอด สามารถซื้อเป็นของฝาก สามารถเก็บไว้ได้นาน และมีคุณภาพดีรสชาติแตกต่างจากไข่เค็มของท้องถิ่น ทำให้ไข่เค็มไชยาเป็นที่ต้องการของตลาด ปัจจุบันภาครัฐให้การส่งเสริมธุรกิจชุมชน ดังนั้นการขายไข่เค็มถือเป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ได้รับการส่งเสริมให้มีการผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นด้วยเห็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของไชยา กลยุทธ์ที่ใช้คือ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบ และกลยุทธ์ด้านราคา แต่หน่วยงานของภาครัฐยังคงละเลยหน้าที่และให้ความสนใจผู้ประกอบการน้อยมาก

สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เมธี พยอมยงค์ (2544) ศึกษาเรื่อง เศรษฐกิจชุมชน : ทางเลือกเพื่อการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน จากการศึกษาพบว่าในระบบเศรษฐกิจชุมชนต้องอาศัยแนวคิดในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง โดยปัจจัยที่กำหนดความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนต้องพิจารณาจากองค์ประกอบภายในและภายนอก ดังนี้ องค์ประกอบภายใน ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญและต้องพัฒนาไปพร้อมกันทุกด้านคือ โครงสร้างทางสังคม ระบบเศรษฐกิจของชุมชนต้องเป็นระบบเศรษฐกิจพึ่งตนเองและตอบสนองความต้องการเพื่อการยังชีพของชุมชนเป็นหลัก เน้นปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในชุมชน กระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต กำหนดความเข้มแข็งของชุมชนเพราะเป็นกลไกหลักที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้และพัฒนาระบบค่านิยมของคนในชุมชน กลุ่มผู้นำชุมชน ระบบ

ความสัมพันธ์เชิงสังคม มุ่งให้ความสำคัญกับคนมากกว่าผลประโยชน์ส่วนตัว ช่วยให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและอยู่ร่วมกันในลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน กลไกในการปฏิสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารกันและกันในสังคม เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร การเรียนรู้ ทัศนคติ และร่วมหารือกันในกลุ่ม ส่งผลให้เกิดความร่วมมือในชุมชน การประสานงานระหว่างชุมชนกับหน่วยงานต่างๆ ที่เข้ามาช่วยเหลือ การบริหารจัดการด้านการเงินภายในและระหว่างกลุ่มต่างๆ ในชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดความยั่งยืน กลุ่มเกษตรกรและชาวบ้านควรจัดตั้งกลุ่ม เพื่อดำเนินกิจกรรมชุมชนเพื่อประสานประโยชน์และมีอำนาจต่อรองในการซื้อขาย การบริหารงานปกครองของรัฐ ถ้ารัฐมีการปกครองแบบรวมศูนย์อำนาจมีผลกระทบต่อชุมชนสูง และทำให้ชุมชนอยู่ในภาวะอ่อนแอ นโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ต้องมีความต่อเนื่องและชัดเจนในระยะยาวมากขึ้น โดยแบ่งเป็นนโยบายในการยกระดับรายได้และชีวิตความเป็นอยู่ของคนชนบทให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น การสนับสนุนแหล่งเงินทุนที่เพียงพอและต่อเนื่อง และการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนเทคโนโลยี

2. ปัญหาและอุปสรรคของของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ อันดับแรกคือ ปัญหาด้านเงินทุน ภายหลังจากสภาวะเศรษฐกิจที่การท่องเที่ยวน้อยลง ทำให้รายได้ที่คาดหวังกลับลดน้อยลงเป็นผลให้เงินลงทุนจม และไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ครบวงจรเงินทุนเดิมเป็นเงินทุนส่วนตัว ญาติมิตรอาศัยแรงงานในครอบครัว ปัญหาที่สองคือวัตถุดิบคือ ไข่เป็ด ที่ผู้ประกอบการสั่งซื้อจากพ่อค้าคนกลางที่มีราคาแพงสูงขึ้น ปัญหาด้านไข่หัดนกที่เกิดกับสัตว์ปีก ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคที่รับประทานสัตว์ปีกหรือไข่ของสัตว์ปีกเกิดติดเชื้อโรคและอาจถึงตาย ทำให้ผู้บริโภคลดการบริโภค นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังประสบปัญหาด้านทักษะความรู้ในด้านการบริหารจัดการธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดทำแผนธุรกิจอย่างเป็นระบบเพื่อวางแผนการตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การวางแผนการผลิตที่เป็นมาตรฐาน ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาการประกอบการ ขาดการสืบทอดภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น คนรุ่นใหม่ในชุมชนไม่เห็นคุณค่าของการอนุรักษ์หรือสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งผลให้ท้องถิ่นไม่สามารถสืบสานองค์ความรู้ดังกล่าวเพื่อสร้างให้ผลิตภัณฑ์มีอัตลักษณ์เฉพาะอันเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์

ปัญหาในการขาย มีการลอกเลียนแบบทำไข่เค็มไชยา จนเกิดการแข่งขันในการจำหน่าย โดยเฉพาะในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีจำนวนลูกค้าลดลง ผู้ประกอบการขายตัดราคากันเอง การแย่งลูกค้า และปัญหาต้นทุนด้านการขนส่งเมื่อมีการนำสินค้าไปขายในต่างพื้นที่ที่ไม่คุ้มทุน

โดยเฉพาะการนำไปจำหน่ายที่กรุงเทพฯ ปัญหาด้านตลาดรองรับสินค้าที่ชัดเจน ขาดการเชื่อมโยง เป็นเครือข่ายด้านการตลาด การขาย

ปัญหาในการผลิต ในปัจจุบันผู้ประกอบการต้องซื้อไข่เป็ดจากตลาด เนื่องจากผู้ประกอบการมิได้เลี้ยงเป็ดและเก็บไข่เป็ดมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต ประกอบกับในช่วง 1-2 ปีนี้ ได้เจออุปสรรคที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ คือ การเกิดโรคไขหวัดนก ทำให้เปิดที่ทางชาวบ้านเลี้ยง ไข่เก็บไข่เป็ดขายนั้นตายหมด เป็นสาเหตุให้ต้องมีการซื้อไข่เป็ดจากพ่อค้าคนกลาง หรือสั่งซื้อจาก แหล่งอื่น อีกทั้งภาวะค่าน้ำมันที่แพงสูงขึ้น ทำให้ราคาของไข่เป็ดมีราคาแพงมากขึ้น เฉลี่ยใบละ ประมาณ 3.50บาท รวมถึงผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ไม่มีอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่น ง่ายต่อการ ลอกเลียนแบบ และเป็นการผลิตตามกันทำให้สินค้าไม่มีความแตกต่างกันต้องต่อสู้กันด้วยราคา ปัญหาด้านทักษะการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูไม่น่าสนใจ ขบวนการและขั้นตอนการผลิตยังไม่มีความมาตรฐานพอ ทำให้สินค้ามีคุณภาพไม่ได้สม่ำเสมอทำให้ผู้ซื้อไม่มั่นใจในคุณภาพ ปริมาณการผลิตไม่แน่นอนเนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็น อุตสาหกรรมหรืออุตสาหกรรมในครัวเรือน ในบางช่วงเวลาไม่สามารถตอบสนองความต้องการ ของตลาดได้แต่ในบางช่วงเวลาสินค้ากลับล้นตลาด

ปัญหาในการวางจำหน่าย การวางจำหน่ายหน้าร้านริมถนนถือเป็นจุดที่สามารถแสดงให้ ลูกค้าได้มองเห็นอย่างชัดเจน แต่การจัดวางสินค้านั้นไม่สามารถทำให้ดูเด่นเพราะขนาดของบรรจุ ภัณฑ์เป็นกล่อง จึงต้องวางเรียงกันที่หน้าร้านโดยเน้นสีส้มของตัวอักษร รูปภาพบนกล่องให้ชัดเจน สดใสและดูแล้วอยากเลือกซื้อ แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการขาดทักษะความรู้ทางด้านการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยในระดับชุมชนทำให้ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จำกัดการ จำหน่ายอยู่ในเฉพาะพื้นที่ ขาดช่องทางจัดจำหน่ายและระบบการกระจายผลิตภัณฑ์ทั้งในและ ต่างประเทศ ทำให้ผู้ซื้อไม่สามารถหาซื้อสินค้าที่ต้องการได้อย่างต่อเนื่อง และขาดความเชื่อมโยง ระหว่างกลุ่มผู้ซื้อ และกลุ่มผู้ผลิตทำให้ไม่สามารถติดต่อสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตได้โดยตรง

ผลกระทบในการดำเนินธุรกิจ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก และการสังเกต ผู้ประกอบการมีความคิดเกี่ยวกับผลกระทบในการดำเนินธุรกิจ แยกออกเป็นด้าน โดยเรียงลำดับ ตามความสำคัญมากไปคือน้อย ดังนี้

ด้านต้นทุนสินค้าที่นำมาผลิต เช่น วัตถุดิบ ไข่ กล่อง ไข่ยลลาก มีการปรับขึ้นราคา เนื่องจากต้นทุนในการผลิตของเจ้าของสินค้าหรือการขนส่ง ทำให้ราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ ราคาขายให้ผู้ประกอบการร้านไข่เค็มสูงตามไปด้วย

ด้านยอดขายจำนวนลูกค้า มีลูกค้าไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับฤดูกาลท่องเที่ยว อีกทั้งการ ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานท่องเที่ยว

ด้านค่าใช้จ่ายในการขนส่ง หลังจากปัญหาค่าน้ำมันขึ้นราคา ส่งผลให้ต้นทุนด้านการขนส่งของผู้ประกอบการเพิ่มสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการบรรทุกผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายตามร้าน งานเทศกาลหรือออกร้าน

ด้านเงินลงทุน ที่เป็นเงินเก็บส่วนตัว หรือจากการรวบรวมของบรรดาญาติพี่น้อง แต่เมื่อต้องการขยายกิจการหรือเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ขึ้นมา เมื่อดำเนินการขอกู้ยืมจากสถาบันการเงินถูกปฏิเสธเนื่องจากไม่มีรายได้ที่แน่นอน และขาดหลักฐานประกอบการยื่นกู้ ทำให้ต้องหันไปใช้บริการเงินกู้นอกระบบที่มีอัตราดอกเบี้ยสูง

3. มีวิธีการแก้ไขปัญหอย่างไร ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีแนวทางในการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น ดังนี้

แนวทางแก้ไขปัญหาด้านในการดำเนินธุรกิจ ศึกษาหาความรู้ด้วยตนเองเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจให้ถูกต้อง หรือสอบถามพูดคุยกับเพื่อนผู้ประกอบการด้วยกัน เข้าร่วมฝึกอบรมกับหน่วยงานของภาครัฐที่จัดอบรมผู้ประกอบการย่อยโดยสำนักงานเกษตรอำเภอ ปศุสัตว์ ศึกษาและดูงานจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เช่น การบริหารงานของร้านไข่เค็ม อสม. ที่ประสบความสำเร็จและไม่มีร้านริมถนนแต่มีร้านค้าในตัวอำเภอ และด้านเงินลงทุนใช้เงินทุนส่วนตัวในการขยายกิจการโดยไม่มีการกู้เงินเพื่อตัดปัญหาการเสียดอกเบี้ย หรือกู้ยืมเงินจากบุคคลในครอบครัวหรือญาติเพื่อนำมาใช้ลงทุนหรือชำระหนี้ยามจำเป็น

แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการขยายและการวางจำหน่าย เช่น วางขายร้านริมถนนเอเชียทุกวัน โดยเฉพาะวันเสาร์ - วันอาทิตย์ มีสินค้าวางมากจากปกติ เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวมาก ส่วนวันธรรมดา คือ วันจันทร์ - วันศุกร์ วางขายในตลาดสด ฝากขายตามแผงขายไข่ ร้านสะดวกซื้อ ร่วมออกร้านกับงานเทศกาลประจำอำเภอ และอำเภอใกล้เคียง รวมถึงงานกาชาดของจังหวัด ร่วมออกร้านกับงานมหกรรมสินค้าชุมชน หรืองานโอท็อปที่หน่วยงานภาครัฐจัดในแต่ละปี และจัดลดราคาสินค้า เช่น ไข่ 3 กล่อง 100 บาท หรือซื้อ ครบ 500 บาท แถมไข่เค็มฟรี 1 โย

แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการผลิต เช่น ร่วมกลุ่มกันซื้อไข่เป็ด ไข่ไก่ ไข่แดง ไข่ขาว ในจำนวนมากเพื่อให้ได้มีอำนาจต่อรองทำให้ได้ราคาที่ถูกลง ติดต่อซื้อไข่เป็ดจากผู้ประกอบการในท้องถิ่น เพื่อลดต้นทุนการผลิตและค่าขนส่ง ลดการซื้อของเก็บไว้ในสต็อกให้น้อยลงซื้อวัตถุดิบแต่ละครั้งเพียงแค่อำนาจ

แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการส่งเสริมการขายของ ใช้ชะลอมในการบรรจุไข่เค็มเพื่อลดต้นทุนใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ใช้ในช่วงงานที่คาดว่าจะมีปริมาณคนซื้อเยอะ เช่น งานมหกรรมแสดงสินค้า งานกาชาด งานโอท็อป เพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้าหากต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม และบวกราคาค่าบรรจุภัณฑ์ กรณีลูกค้าซื้อไปเป็นของฝาก ของขวัญปีใหม่ และใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม

โดยยอมแบกรับค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือส่งเสริมการขายของทางร้านอย่างไม่มีทางเลือกเพื่อดึงดูดลูกค้า

ปัญหาที่พบในการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบปัญหาบางประการดังต่อไปนี้

ด้านผู้ประกอบการ ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา ผู้ประกอบการไม่ค่อยคุ้นเคยกับการสัมภาษณ์หรือการทำวิจัยของนักศึกษาหรือหน่วยงาน จึงทำให้ค่อนข้างยาก และผู้ประกอบการมีความรู้ในการบริหารจัดการที่จำกัด จึงต้องใช้เวลาในการทำ ความเข้าใจพอสมควร

ด้านเวลา เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มีเวลาจำกัด ทำให้ผู้วิจัยมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวม ข้อมูลน้อย อีกทั้งผู้ประกอบการไม่ค่อยสนใจจึงต้องมีการเดินทางไปพบถึงบ้านใช้ระยะเวลาพอสมควร และทำให้เสียเวลาในการเดินทาง

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลตั้งแต่ต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังต่อไปนี้

ช่องทางการจำหน่าย ด้านสถานที่ ณ ศูนย์จำหน่ายสินค้าของฝากไชยา ควรมีการตกแต่ง สถานที่จัดจำหน่ายให้ดูดี น่าเชื่อถือ มีสีสัน ทำให้คนซื้อเกิดความรู้สึกดี มองเห็นว่าร้านค้าสะอาด วางสินค้าเป็นระเบียบ มีการเน้นสีฉูดฉาดหรือนำต้นไม้แทรกบ้าง เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมชาติ ไม่จัดวางสินค้าแน่นเกินไป ทำให้ผู้ซื้อมองดูว่า ร้านไข่เค็มร้านนี้ขายสินค้าไม่ออก ทำให้มีสินค้าแน่นเต็มร้าน ควรจัดวางให้พอเหมาะพอดี หารูปแบบการผลิตใหม่ เพื่อขยายตลาดไปยังภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ เมืองท่องเที่ยวอื่นๆ หรือแม้แต่ต่างประเทศ นอกจากนี้ ควรมีการสร้างเครือข่ายผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายในลักษณะหุ้นส่วนธุรกิจ ทำให้ลดปัญหาพ่อค้าคนกลางที่ตัดราคาได้เป็นอย่างดี

สร้างเครือข่ายพันธมิตรทางด้านการตลาดทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อสร้างเครือข่ายการกระจายผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการแสดงสินค้าทั้งในระดับท้องถิ่นภายในประเทศ และต่างประเทศเพื่อเร่งสร้างกิจกรรมส่งเสริมการใช้และการขายผลิตภัณฑ์ ให้แพร่หลายเพื่อช่วยลดผลกระทบจากภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจที่เป็นผลมาจากการคาดการณ์ว่าการส่งออกในปี 2554 ชะลอตัวลงมากอันเป็นผลมาจากชะลอของเศรษฐกิจโลกที่เกิดจากวิกฤตการเงินโลกในขณะนี้ กำลังลุกลามเข้าไปในภาคเศรษฐกิจที่แท้จริง

ปลูกจิตสำนึกให้ชาวชุมชนเห็นคุณค่าและภาคภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่นของตน เพื่อให้เกิดการผลิตต่อเนื่องและยั่งยืนในรุ่นถัดๆ ไป โดยสนับสนุนให้เยาวชนมีส่วนร่วมเรียนรู้ เสริมสร้างประสบการณ์ผ่านการถ่ายทอดจากปราชญ์ชาวบ้านและปวงชนิยุคคลของท้องถิ่น

ส่งเสริมการพัฒนา รูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และตอบสนองต่อการใช้งานของผู้บริโภค และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับการตลาด สนับสนุนการศึกษาวิจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมการผลิตและข้อมูลสนับสนุนทางวิชาการเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ยกระดับความสามารถทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การผลิตและการตลาดตามลักษณะเฉพาะของธุรกิจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

ควรมีการศึกษายทศาสตร์การพัฒนาชุมชนอำเภอไชยาให้เข้มแข็งแบบยั่งยืนจากความร่วมมือขององค์กรท้องถิ่นทุกหน่วยงาน โดยยึดธุรกิจไข่เค็มเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนโครงการ เพื่อเป็นต้นแบบชุมชนเข้มแข็งที่สามารถเกิดขึ้นได้จากองค์ประกอบของท้องถิ่นอย่างแท้จริง

ควรมีการศึกษารูปแบบ กระบวนการในการผลิตไข่เค็มในรูปแบบของเอกสารงานวิจัย และวีดิทัศน์ เพื่อให้เป็นหลักการและเครื่องมือในการศึกษาและสืบทอดการทำไข่เค็มสู่อนุชนรุ่นหลังต่อไป

ควรมีการศึกษารูปแบบการร่วมมือเครือข่ายธุรกิจชุมชน เช่น ธุรกิจไข่เค็ม อสม เพื่อให้เห็นวิธีการขยายเครือข่ายให้ธุรกิจเจริญเติบโตจากการจำหน่ายไข่เค็มในระดับหมู่บ้าน อำเภอ จังหวัด ประเทศ ทั้งนี้เพื่อแสวงหาช่องทางในการขยายตลาดให้กว้างมากขึ้นอันเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการ

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

ควรมีการเปรียบเทียบการขยายไข่เค็มในอดีตและปัจจุบันในการทำธุรกิจไข่เค็มริมถนนเอเชีย เพื่อให้เห็นความแตกต่างในด้านการบริหารจัดการ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรมการปกครอง.เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง : แนวคิดยุทธศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น, 2541.

กรมการพัฒนาชุมชน.คู่มือการปฏิบัติการเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชนเพื่อยกระดับรายได้ครัวเรือน. กรุงเทพมหานคร, 2538.

_____. คู่มือการปฏิบัติงานวิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพมหานคร, 2546.

_____.คู่มือการปฏิบัติการเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชนเพื่อยกระดับรายได้ครัวเรือน. กรุงเทพมหานคร, 2549.

กุศมาลย์ รัตนแสง. "กระบวนการบริหารจัดการของธุรกิจหัตถกรรมเลื้อยทอบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม." วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2542.

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. ธุรกิจชุมชน : เส้นทางที่เป็นไปได้. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2540.

ดาวเรือง พัฒนวิบูลย์. "การบริหารและจัดการกลุ่มธุรกิจผลิตและจำหน่ายขนมจีนบ้านโพนดาว ตำบลศรีสว่าง อำเภอโพนทราย จังหวัดร้อยเอ็ด." วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2542.

เดิม แยมเสมอ.การบริหารการศึกษาในรูปแบบคณะกรรมการ. กรุงเทพมหานคร : อักษรสมัย, 2542.

ชเนศ ศรีวิชัยคำพันธ์. "การวิเคราะห์ประเมินศักยภาพธุรกิจชุมชน." ในรายงานผลโครงการฝึกอบรมทีมงานพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท., 2542.

ชนันชัย ไกลสุรัตน์. ธุรกิจชุมชน กรณีศึกษาธุรกิจทอไม้อวด บ้านสวนลับ ตำบลคำเขื่อนแก้ว อำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2551.

ธิมพร สุขากิริมย์. "การจัดการธุรกิจผลิตสินค้าและค้าอ้อย กรณีศึกษาในเขตอำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี." วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2543.

ธีระวัฒน์ เจริญราษฎร์. "ธุรกิจชุมชน วิถีทางสู่การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา อำเภอภูซุ้ม จังหวัดยโสธร." กรุงเทพมหานคร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2544.

บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด. เดิมสุขทุกเส้นทางกับฮอนด้า. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท., 2553.

บงกช หงษ์คำมี. "องค์ประกอบในการดำรงอยู่ของธุรกิจขนาดย่อมในชุมชน." โครงการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2537.

บางกอกโกโก้. แผนที่ทางหลวงประเทศไทยและหัวเมือง. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ : ม.ป.ท., 2553.

เมธี พยอมยงค์. "เศรษฐกิจชุมชน : ทางเลือกเพื่อการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน." วิทยานิพนธ์ปริญญาพัฒนาศักยภาพศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2544.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2540.

ศากุล ช่างไม้. การเก็บข้อมูล การจัดการกับข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน, 2546.

สมยศ นาวิการ. การบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร : ดอกหญ้า, 2538.

สุภางค์ จันทวานิช. การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

เสาวภา เตชะกิมนท์. "การพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเอง กรณีศึกษาชุมชนคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช." วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2544.

อุทัย หิรัญโต. การบริหารประยุกต์. กรุงเทพมหานคร : โอเคียนสโตร์, 2532.

ภาษาอังกฤษ

Anstey, Edgar. Committees. London : Allen Unwin Ltd, 1962.

Bales, R.E. Interaction Process Analysis: A Method for the Study of Small Groups. (Readings, Mass : Addison-Wesley Publishing, 1951.

Bernard, M. Bass. Leadership. Psychology and Organization Behavior. New York : Harper & Row, 1960.

Cattell, R.B., cited in Marvin E. Group Dynamics. New York : McGraw-Hill Book Company. , 1971.

Ernest Dale. Management : Theory and Practice. New York : McGraw-Hill, 1973.

Graneheim, B.L. Qualitative content analysis in nursing resrarch : concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. Nurse Education Today , 2004.

- Homans, George. The Human Group. New York : Harcourt Brace Jovanovich, 1950.
- Kotler, Philip. Marketing Management. Englewood Cliffs. New Jersey : Prentice Hall, 1988.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. Qualitative data analysis, 2nd ed. Thousand Oaks : SAGE Publications, 1994.
- Peter F. Drucker. Management Challenges for 21st Century. New York : Harper Business, 1999.
- Steer, Richard M. Interofuction to Organizational Behavior. Glenview, Illinois : Scott, Foresman and Company, 1981.
- William J. Stanton. Marketing. New York: McGraw-Hill, 1996.



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แบบสัมภาษณ์

แนวทางการดำเนินธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่มักริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านไข่มักริมถนนประกอบด้วย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, ระยะเวลาในการทำร้านไข่มักริมถนน

2. แนวคิดของธุรกิจไข่มักริมถนน ได้แก่

- 2.1 การเริ่มก่อตั้งร้านไข่มักริมถนน
- 2.2 สินค้ามีลักษณะอย่างไร
- 2.3 เงินลงทุนเริ่มแรกในธุรกิจ
- 2.4 ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
- 2.5 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนและรายได้หลังหักต้นทุนเฉลี่ยต่อเดือน
- 2.6 การวางแผนการขาย
- 2.7 การตลาด
- 2.8 การจัดการ
- 2.9 การผลิต
- 2.10 การใช้เทคโนโลยี
- 2.11 การเงิน
- 2.12 ขนาดของธุรกิจในปัจจุบัน
- 2.13 ความเติบโตก้าวหน้าในช่วงที่ผ่านมาอย่างไร

ผลงานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ระดับปริญญาตรี

2.14 การวางแผนธุรกิจสำหรับอนาคตอย่างไร

2.15 มีโอกาสและกลยุทธ์อย่างไร

3. ปัญหาและอุปสรรคของของผู้ประกอบการร้านไข่มักริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่

3.1 ปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ การขาย การผลิต หรือการวางแผนจำหน่ายอย่างไร

3.2 มีผลกระทบด้านใดบ้างในการดำเนินธุรกิจ

3.3 มีวิธีการแก้ไขปัญหามาอย่างไร



ภาคผนวก ข
สรุปการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านไปเค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ สังกัด ผู้ประกอบการร้านไข่มุกริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา
จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ชื่อร้าน	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	ระยะเวลา
1. ร้านบั้งหนับไข่มุกริม (นายชาติ อัจฉรงค์)	ชาย	58	มัธยมปลาย	25
2. ร้านชาญชัยไข่มุกริม (นายชาญชัย แก้วพิพัฒน์)	ชาย	61	มัธยมต้น	30
3. ร้านแม่กิมเจียไข่มุกริม (นางกิมเจีย แซ่ตั้ง)	หญิง	75	ป.6	30
4. ร้านมณีไข่มุกริม (นางมณี ช่อเกตุ)	หญิง	42	ปริญญาตรี	12
5. ร้านจตุมาไข่มุกริม (นางจตุมา มณีเพ็ญ)	หญิง	39	ปริญญาตรี	5
6. ร้านสุมาลีไข่มุกริม (นางสุมาลี จิตเพ็ญ)	หญิง	36	ปริญญาตรี	4
7. ร้านแม่แล่มไข่มุกริม (นายสมชาย เกียรติวัฒนา)	หญิง	59	ปวส.	15
8. ร้านอรวรรณไข่มุกริม (น.ส.อรวรรณ วรรณท์)	หญิง	39	มัธยมปลาย	8
9. ร้านโสภิตไข่มุกริม (นางโสภิต เวชกิตติ)	หญิง	45	มัธยมปลาย	15
10. ร้านแสงจันทร์ไข่มุกริม (นายเจริญ ทองแก้ว)	ชาย	42	มัธยมปลาย	10
11. ร้านวันชัยไข่มุกริม (นายวัน ชัยยะ)	ชาย	65	มัธยมต้น	35
12. ร้าน 999 ไข่มุกริม (นายศ. จันทรวงศ์)	ชาย	72	ป.6	28
13. ร้านสุนิสาไข่มุกริม (นางสุนิสา วงศ์แก้ว)	หญิง	45	ปริญญาตรี	10
14. ร้านราชาไข่มุกริม (สมบัติ อิ่มจันทร์)	ชาย	48	ปวช.	8
15. ร้านพิชัยไข่มุกริม (นายพิชัย ทองเก้าช่าง)	ชาย	43	มัธยมปลาย	5
16. ร้านสุริรัตน์ไข่มุกริม (นางสุริรัตน์ ยิ้มแย้ม)	หญิง	40	มัธยมปลาย	4
17. ร้านกิมตไข่มุกริม (นางกิมต รังนากง)	หญิง	40	ปริญญาตรี	8
18. ร้านแม่อารีไข่มุกริม (นางอารี วงษ์ตระกูล)	หญิง	38	ปริญญาตรี	5
19. ร้าน ข ไข่มุกริม (นายเขมรัตน์ ไกรพจน์)	ชาย	61	มัธยมปลาย	20
20. ร้านขวัญเรือนไข่มุกริม (นางนงเยาว์ ไพโรเงิน)	หญิง	47	ปวส.	10

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้านไข่มุขริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 20 ราย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เนื่องจากพฤติกรรมอุปนิสัยของผู้หญิงที่ชอบการค้าขาย อีกทั้งมีความละเอียดอ่อนในการติดต่อกับผู้คน ทำให้นำมาซึ่งการค้าขาย รวมถึงมีความละเอียดในการจดบันทึก รายการรับจ่าย ทำบัญชี การค้าเบื้องต้น ยิ่งสภาพครอบครัวที่มีธุรกิจการทำไข่มุขเป็นทุนเดิม ส่งผลให้การประกอบธุรกิจร้านไข่มุขมากกว่าเพศชาย

เพศหญิง จำนวน 12 ราย , เพศชาย จำนวน 8 ราย

อายุเฉลี่ยของผู้ประกอบการร้านไข่มุขริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี อยู่ระหว่าง 36 - 75 ปี โดยมีอายุระหว่าง 36 - 45 ปี มากที่สุด ถึง 11 ราย และเป็นผู้อาวุโสที่มีอายุระหว่าง 56-75 ปี จำนวน 7 ราย ซึ่งผู้อาวุโสเหล่านี้ถือเป็นเจ้าของต้นตำรับในการทำไข่มุขไชยามานานถึง 30 ปี นับว่าเป็นผู้ประกอบการที่มีความรู้ความชำนาญและรักษามาตรฐานการทำไข่มุขไชยามาเนิ่นนานจนเป็นที่รู้จักของลูกค้าและนักท่องเที่ยวจนสามารถดำเนินกิจการอยู่ถึงปัจจุบัน

ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษามากที่สุด จำนวน 7 ราย และระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี 6 ราย นอกนั้นมีระดับการศึกษา ป.6 มัธยมต้น ปวส. และ ปวช.

เริ่มดำเนินธุรกิจร้านไข่มุขริมถนนเอเชียเมื่อ 4-10 ปีที่ผ่านมามากที่สุดถึง 11 ราย เป็นร้านที่เปิดดำเนินการภายหลังจากที่เจอภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ เกิดการเลิกจ้าง ไม่สามารถสู้กับภาวะค่าครองชีพที่สูงในเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพฯ กลุ่มคนที่ทำร้านไข่มุขมา 12-15 ปี จำนวน 3 ราย กลุ่มนี้เป็นการรับช่วงจากพ่อแม่ที่ทำการไว้ก่อนหน้านี้ และมาต่อยอดธุรกิจไข่มุขให้มีรูปแบบการบรรจุที่สวยงามและขยายการตลาดมากขึ้น และทำร้านไข่มุข 20 ปี ถึง 30 ปี จำนวน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 แนวคิดของธุรกิจไข่มุข

1. การเริ่มก่อตั้งร้านไข่มุข ผู้ประกอบการจำนวน 6 ราย เริ่มดำเนินธุรกิจจากธุรกิจที่เป็นของครอบครัวที่ทำกันมาตั้งแต่ปู่ย่าตายายเลยรับช่วงต่อในการทำไข่มุขจำหน่าย และมีบางส่วนที่ทำเป็นอาชีพของครอบครัวเมื่อปี 2545 ที่มีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือโอท็อป เพื่อกลับมาทำงานที่บ้านเกิด นอกนั้นทำเนื่องจากการท่องเที่ยวภาคใต้เริ่มบูม และทำเนื่องจากถูกปลดงานเลยกลับมาบ้านเกิดแล้วหาอาชีพสร้างรายได้และได้อยู่กับครอบครัว

2. ลักษณะของสินค้า จากสินค้าที่มีความเหมือนกันทั้งคุณภาพ และรูปแบบ ทำให้การสร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการทำเป็นไข่เค็มบรรจุแพ็คและกล่องเพื่อให้ง่ายต่อการเลือกซื้อ ไข่เค็มที่ถูกค้าซื้อไปนั้นสามารถนำไปปรุงเป็นอาหารต่อได้ เช่น ไข่ดาว ไข่ต้ม ยำ หรือปรุงเป็นอาหารอย่างอื่น เช่น ไปยาลงไข่เค็ม ผัดปลาหมึกไข่เค็ม เป็นต้น โดยสามารถเก็บไว้ได้นาน 1 เดือน

ขนาดของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไชยา (นางสุมาลี จิตเฟื่อง, 2554)

- | | | |
|---|-----------------|-------------------------------|
| 1 | ขนาดแพ็ค 4 ฟอง | ราคา 24 บาท |
| 2 | ขนาดกล่อง 5 ฟอง | ราคา 35 บาท (3 กล่อง 100 บาท) |
| 3 | กล่อง 11 ฟอง | ราคา 70 บาท (3 กล่อง 200 บาท) |
| 4 | กล่อง 17 ฟอง | ราคา 100 บาท |

จากข้อมูลเบื้องต้น พบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ไข่เค็มที่เป็นที่ต้องการและผู้บริโภคเลือกซื้อ มากที่สุดเป็นขนาด กล่อง 11 ฟอง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ออกซื้อไปเป็นของฝาก ซื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน ถือเป็นขนาดบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและราคาเป็นธรรม ส่วนในการวางขายตามตลาดสด และร้านสะดวกซื้อ จะเป็นขนาดแพ็ค 4 ฟอง แม้สินค้าทำเลียนแบบซ้ำๆ กัน แต่ลูกค้ายังเลือกซื้อกระจายไปตามร้านค้าต่างๆ อย่างทั่วถึง เพราะเข้าใจว่าคุณภาพไข่เค็มไม่แตกต่างกัน

3. เงินลงทุนเริ่มแรกในธุรกิจ คือเงินที่ผู้ประกอบการนำมาลงทุนในการทำธุรกิจร้านขายไข่เค็มในตอนเริ่มแรกของการทำธุรกิจ โดยจากข้อมูลที่ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนี้

เงินลงทุน 10,000 – 50,000 บาท จำนวน 10 ราย

เงินลงทุน 50,000 – 100,000 บาท จำนวน 6 ราย

เงินลงทุน 100,000 บาทขึ้นไป จำนวน 4 ราย (นางสุนิสา วงศ์แก้ว 2554)

จากข้อมูลเบื้องต้น พบว่า ผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เริ่มลงทุนในการดำเนินธุรกิจร้านไข่เค็มด้วยเงินทุนเริ่มแรกในธุรกิจจากทุนส่วนตัว ในวงเงิน 10,000 – 50,000 บาท ทำให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียวหรือธุรกิจครัวเรือน โดยที่มาของแหล่งเงินทุนมาจากเงินออมส่วนตัว เงินยืมหรือลงทุนร่วมของญาติพี่น้องหรือสมาชิกในครอบครัวที่รวมกันลงทุน 3-5 คน ตามด้วยเงินลงทุน 50,000 - 100,000 บาท และเงินลงทุน 100,000 บาทขึ้นไป เป็นเงินลงทุนที่มาจากเงินเก็บออมของตนเอง จากการกู้ยืมจากญาติพี่น้อง หรือร่วมลงทุนด้วย ซึ่งการหาเงินทุนจากคนใกล้ชิดเพื่อลดปัญหาการเสียดอกเบี้ย แต่

สำหรับผู้ประกอบการบางรายที่ไม่มีทั้งเงินออมและญาติพี่น้องที่จะให้กู้ยืมได้ ก็ต้องหันไปพึ่งกับการกู้ยืมเงินนอกระบบซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยที่สูง แต่ก็จำเป็นต้องกู้เนื่องจากอยู่กับสถาบันการเงินมีขั้นตอนยุ่งยากและไม่มีเอกสารครบถ้วนตามที่สถาบันการเงินต้องการ

4. ลักษณะการดำเนินธุรกิจ จากการลงทุนด้วยเงินของตนเอง และมีได้จดทะเบียนการค้าเป็นนิติบุคคล ทำให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่เป็นการดำเนินธุรกิจในลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว (Individual Proprietorship) คือ ผู้ก่อตั้งกิจการ เป็นกิจการขนาดเล็ก เจ้าของเป็นผู้บริหารงานเอง เพราะต้องการความคล่องตัวในการบริหารงาน ทำให้สามารถตัดสินใจในเรื่องของการบริหารงานได้เองเลยโดยไม่ต้องถามความเห็นของผู้อื่น และเมื่อกิจการมีกำไรก็ได้รับกำไรแต่เพียงผู้เดียว แต่ถ้ากิจการขาดทุนก็รับผิดชอบผลการขาดทุนและหนี้สินที่เกิดขึ้นแต่เพียงผู้เดียว รวมถึงการติดต่อกู้ยืมเงินจากนอกระบบก็สามารถทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก

5. ค่าใช้จ่ายและรายได้ต่อเดือน จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจร้านไข่เค็มในแต่ละเดือน เฉลี่ยเดือนละ 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 9 ราย บางรายมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาท หรือสูงกว่า 10,000 บาท โดยค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นแต่ละเดือน ประกอบด้วย ค่าเช่า ค่าจ้างคนเฝ้าร้าน ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าบำรุงสถานที่ (ค่าเก็บขยะ ค่าเจ้าหน้าที่ทำความสะอาด ค่าบำรุงห้องน้ำ เป็นต้น) โดยร้านที่มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนที่แตกต่างกันนั้นเป็นค่าไฟฟ้า อาทิ บางร้านเปิดพัดลมตลอดทั้งวัน บางร้านนำพัดลมไอน้ำมาเปิดให้บริการลูกค้าและตัวเอง

จากการศึกษาพบว่า ในส่วนของรายได้ที่ได้รับเกิดจากการประกอบธุรกิจร้านไข่เค็ม ในแต่ละเดือนจะมีรายได้เฉลี่ยหลังหักต้นทุนต่อเดือน 5,000 - 15,000 บาท เป็นรายได้ที่เกิดขึ้นจากการขายไข่เค็มทั้งขายหน้าร้านและฝากขาย โดยรายได้ส่วนใหญ่จะเพิ่มสูงขึ้นในช่วงเทศกาล วันหยุดนักขัตฤกษ์ ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีและภาคใต้ แต่ในช่วงปกติหรือไม่ใช่เทศกาลการท่องเที่ยวหรือวันหยุดยาวจะขายได้น้อย ทำให้ต้องปรับกลยุทธ์การขายโดยนำไปฝากขายที่ร้านสะดวกซื้อ นำไปเปิดแผงวางขายในตลาดสด หรือขายส่งให้พ่อค้าคนกลางที่นำไปขายต่อหรือส่งขายในกรุงเทพฯ รวมทั้งขายโดยโทรสั่งทางโทรศัพท์ แต่ในส่วนนี้ส่วนใหญ่จะเปิดลูกค้าประจำ

6. การวางแผนการขาย ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการวางแผนการขายไข่เค็มตามประสบการณ์และความคิดเห็นของตนเองและสมาชิก โดยส่วนใหญ่จะขายผ่านร้านริมถนนเอเชีย บางส่วนนำไปฝากขายที่ร้านสะดวกซื้อซึ่งจุดนี้จะเสียค่าฝากขาย จากยอดขายร้อยละ 5 และมีการวางขายตามแผงในตลาดสด

และขายส่งให้พ่อค้าคนกลาง โดยกำหนดยอดขายไข่เค็มให้ได้เดือนละ 25,000 บาทขึ้นไป แบ่งสัดส่วนในการขาย ดังนี้

7. การตลาด ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่ได้มีการวางแผนการตลาดโดยมุ่งขายปลีกมากกว่าแบบอื่น โดยการวางขายหน้าร้านริมถนนเอเชียในจุดที่ซื้อของฝาก จำนวน 12 ราย ทุกคนมองว่า จุดนี้สามารถขายให้กับลูกค้าได้ตรงเป้าหมาย แม้ขายได้ในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด แต่ขายได้ในปริมาณมาก นอกจากนี้ผู้ประกอบการร้านไข่เค็มยังวางแผนการตลาดในการขายฝากในแผงตลาดต่างๆ ร้านสะดวกซื้อในอำเภอ และนำไปออกร้านขายตามงานเทศกาลที่ทางหน่วยงานราชการจัดขึ้น รวมถึงขายส่งให้กับพ่อค้าคนกลางที่เดินทางมาซื้อไปขายในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

8. การสั่งการ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นแบบกิจการเจ้าของคนเดียว ไม่มีการจดทะเบียนการค้า รวมกลุ่มกันของสมาชิกในครัวเรือน หรือกลุ่มวิสาหกิจ จึงทำให้ง่ายต่อการสั่งการ ไม่มีรูปแบบโครงสร้างองค์กร ทุกคนมีสิทธิที่จะออกความคิดและตัดสินใจได้

9. การผลิต ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดำเนินการผลิตไข่เค็มเองในครัวเรือน โดยใช้บริเวณใต้ถุนบ้าน หรือบริเวณบ้านเป็นที่ผลิต ซึ่งขั้นตอนในการผลิตไม่ยุ่งยาก และใช้ส่วนผสมที่ไม่มาก ทำให้ไม่จำเป็นต้องมีพื้นที่ กระบวนการที่ยุ่งยาก โดยความรู้ในการผลิตไข่เค็มก็มาจากภูมิปัญญาชาวบ้านที่สืบทอดกันมา แต่บรรพบุรุษ ในการผลิตแต่ละครั้ง จะมีการคำนวณการผลิตจากยอดของสินค้าที่คงเหลือและขายไป ซึ่งจะทำให้การผลิตไว้พอกับการขาย ไม่ผลิตเกินหรือเก็บไว้ในสต็อก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความสด มีคุณภาพได้มาตรฐานและคงความอร่อยในการบริโภค

10. การใช้เทคโนโลยี ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้ความสำคัญเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยีอุปกรณ์ที่ทันสมัย ไม่ได้ใช้ เพราะไข่เค็มใช้มือปั้น และคลุก ซึ่งง่ายต่อการผลิต อีกทั้งการบรรจุก็มีเพียงแผ่น โฟม ถาดกระดาษ ชะลอม ถุง ซึ่งซื้อจากตลาด หรือสั่งโรงพิมพ์ให้เขาพิมพ์ชื่อร้านใส่ข้างๆ ถาด ดังนั้นเทคโนโลยี ในที่นี้ที่ผู้ประกอบการเข้าใจและนำมาใช้คือ การนำความรู้ วิทยาการ และประสบการณ์ต่างๆ ในการทำไข่เค็มมาประยุกต์ใช้เพื่อช่วยในการผลิตสินค้าและบริการรวมทั้งการคิดค้นหาวิธีการนำทรัพยากรมาใช้ในด้านใหม่ๆ เพื่อให้ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังนั้นในธุรกิจร้านไข่เค็มจึงจำความรู้ทางวิชาการในการผลิต ประสบการณ์มาให้และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ มีประโยชน์ โดยการส่งไข่เค็มไปให้หน่วยงานของรัฐตรวจสอบเพื่อตรวจสอบคุณภาพของไข่ที่ได้

มาตรฐาน เพื่อให้ได้เครื่องหมายรับรองคุณภาพ อันจะสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า รวมถึงการสร้างรูปแบบการบรรจุให้สวยงามเพื่อดึงดูดความสนใจจากลูกค้าตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น

11. การเงิน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า การบริหารการเงินของผู้ประกอบการจะมีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย บัญชีลูกหนี้-เจ้าหนี้ มีการประมาณการขายและการผลิต ซึ่งจากข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมปลายและปริญญาตรี ทำให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับการทำบัญชีการเงินพอสมควร จึงมีการประกาศการเงินเพื่อให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ และคำนวณรายได้-รายจ่ายอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ผู้ประกอบการรายอื่นก็ทำเฉพาะบัญชีรายรับ-รายจ่าย บัญชีลูกหนี้-เจ้าหนี้ แต่ก็มีบางรายที่อาศัยประสบการณ์ขายมานาน ใช้วิธีการจำและประสบการณ์ในการคำนวณการเงิน

12. ขนาดของธุรกิจในปัจจุบัน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนใหญ่มีขนาดธุรกิจขนาดเล็ก ในรูปแบบเจ้าของคนเดียว หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีสมาชิก 3-5 คน แต่ไม่ได้จดทะเบียนให้ถูกต้องตามกฎหมาย จัดกลุ่มกันและช่วยกันแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจ เพราะเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นเองในท้องถิ่น และบางครั้งหากไม่สะดวกในการขายก็หยุดหรือเลิกกิจการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก

13. ความเติบโตก้าวหน้า ผลการสำรวจแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้ ในช่วงปี 2545 - 2548 ถือเป็นช่วงที่มีการท่องเที่ยวบูมสุดๆ มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวภาคใต้เป็นจำนวนมาก ทำให้ธุรกิจร้านไข่เค็มเปิดขึ้นเป็นจำนวนมาก และการค้าขายถือว่าเติบโตได้เต็มที่ ผู้คนรู้จักไข่เค็มไชยามากขึ้น และมีการส่งไปจำหน่ายตามงานเทศกาลหรือมหกรรมสินค้าโอท็อป ในกรุงเทพฯ และต่างประเทศ และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ช่วงระยะนี้ขายดีมาก ๆ พ.ต.ท. ดร. ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนทำให้มีตลาดรองรับสินค้าไข่เค็มหลายแหล่ง ทำให้เพิ่มช่องทางในการขาย และมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวภาคใต้ตลอดทั้งปี

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ปี 2549 หลังจากเกิดภัยธรรมชาติสึนามิเข้าพึ่งภูเก็ต ประกอบกับปัญหาในสามจังหวัดภาคใต้ ทำให้นักท่องเที่ยวลดน้อยลง ประกอบกับปัญหาไข้หวัดนกระบาดส่งผลให้ยอดขายลดลงจากการที่ผู้บริโภคกลัวลดการบริโภคไข่เป็ด ไข่ไก่ลง ถึงแม้ไข่เค็มจะผ่านกระบวนการแปรรูปแล้วก็ตามแต่ผู้บริโภคก็ไม่เชื่อมั่น ส่งผลให้ยอดขายไข่เค็มไชยาลดน้อยลง จนต้องหาวิธีการขายทางอื่นๆ เช่น การขายทางไปรษณีย์โดยให้ลูกค้าสั่งซื้อแล้วทางร้านส่งไปรษณีย์ไปให้ลูกค้า แต่ได้จำหน่ายได้ไม่มาก และผู้บริโภคยังต้องการความเชื่อมั่นว่าปลอดภัย จนทำให้เจ้าของไข่เค็มต้องสร้างความเชื่อมั่นด้วยการส่งไข่เค็มไปให้หน่วยงานภาครัฐอย่าง ภาควิชาพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ หรือส่งตัวอย่างให้สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ตรวจสอบและออกใบรับรองคุณภาพ เพื่อให้ผู้ขายนำมายื่นให้ลูกค้าได้ว่าปลอดภัย

ปี 2550-2553 ปัญหาภายในของประเทศมีมากขึ้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดการเดินทาง อีกทั้งปัญหาค่าเงิน ค่าครองชีพที่สูงขึ้น เกิดการว่างงาน ทำให้ผู้บริโภคลดการบริโภคลง ทำให้พ่อค้าคนกลางลดการผลิตลงอย่างเห็นได้ชัด ประกอบกับภาวะค่าน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นไปด้วยทำให้ราคาสินค้าก็ต้องปรับตามเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัวด้วยการส่งขายทางไปรษณีย์ และฝากขายตามร้านค้าต่างๆ และรวมตัวกันตั้งเป็นจุดขายของฝากไชยา โดยรวบรวมร้านไข่เค็มริมถนนเอเชียในเขตอำเภอไชยามารวมกัน และแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนในการให้ลูกค้าได้จอดรถ มีห้องน้ำไว้บริการ และป้ายแสดงถึงสัญลักษณ์ของดีเมืองไชยาคู่ด้วยป้ายไข่แดงตั้งเด่นให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูปเป็นที่ระลึก

14. การวางแผนธุรกิจสำหรับอนาคต ไข่เค็มถือเป็นสินค้าที่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่ายๆ ดังนั้นผู้ประกอบการก็คาดหวังและวางแผนธุรกิจสำหรับอนาคตไว้ดังนี้

1. เพิ่มช่องทางการขายโดยวางขายตามแผงร้านค้าในตลาดหรือร้านสะดวกซื้อในเขตอำเภออื่นหรือในตัวเมือง
2. ติดต่อขายส่งให้กับห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ โดยตรง
3. รวมกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อให้มีอำนาจต่อรองและกำหนดรูปแบบการจำหน่ายอันเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอไชยา ลดปัญหาในการตัดราคาหรือเขียนป้ายเชิญชวนที่เกินจริง หรือมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่าง
4. พัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่น ๆ เช่น ไข่เค็มผง ไข่เค็มกระป๋อง ไข่เค็มสมุนไพร ไข่เค็มเสริมไอโอดีน ไข่เค็มไบเบิ้ล ข้าวผัดไข่เค็ม น้ำพริกไข่เค็ม เป็นต้น
5. เพิ่มช่องทางในการให้ลูกค้าได้สั่งซื้อผ่านการใช้โทรสั่ง ลงโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ตามเว็บไซต์ของหน่วยงานท่องเที่ยว ร้านอาหารหรือจุดขายของฝากของฝาก

15. โอกาสและกลยุทธ์ในการทำธุรกิจโอกาสที่ธุรกิจไข่เค็มจะเติบโตในตลาดค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคริโภคได้ตลอด สามารถซื้อเป็นของฝาก สามารถเก็บไว้ได้นาน และมีคุณภาพ

ปัจจุบันภาครัฐให้การส่งเสริมธุรกิจชุมชน ดังนั้นการขายไข่เค็มถือเป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ได้รับการส่งเสริมให้มีการผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นด้วยเห็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของไชยา

กลยุทธ์ที่ใช้ คือ

1. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ สร้างคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้คงที่ และมีจุดเด่นอย่างสม่ำเสมอ
2. กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบ โดยการรวมกลุ่มกันกำหนดราคาและซื้อวัตถุดิบในราคาที่เท่ากัน กำหนดราคาขายเพื่อต่อรองพ่อค้าคนกลางทำให้สินค้ามีมาตรฐานในราคาเดียวกัน ไม่ทำให้เกิดการขายตัดราคา กลยุทธ์ด้านราคา ลดราคาเมื่อซื้อปริมาณมาก

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคของของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ การขาย การผลิต หรือการวางจำหน่ายอย่างไร

1. ปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ในการดำเนินงานปัจจัยสำคัญคือเงินทุน ดังนั้นจากสภาวะเศรษฐกิจที่การท่องเที่ยวลดน้อยลง ทำให้รายได้ที่คาดหวังกลับลดน้อยลงเป็นผลให้เงินลงทุนจม และไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ครบวงจรได้ ซึ่งในการดำเนินธุรกิจของร้านไข่เค็มส่วนใหญ่เป็นธุรกิจครอบครัว ก่อตั้งขึ้นมาเองด้วยเงินทุนส่วนตัว ญาติมิตร อาศัยแรงงานในครอบครัว และยังซื้อไข่เป็ดจากพ่อค้ามาเป็นวัตถุดิบด้วย ยิ่งเมื่อประสบปัญหาไข่หวัดนกก็ไม่อาจดำเนินการได้ อีกทั้งผู้บริโภคก็ลดปริมาณการซื้อลงเพราะกลัวผลกระทบจากไข่หวัดนกและราคาที่สูงขึ้น ดังนั้นทางผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการเงิน ภาครัฐ แต่มักประสบปัญหาการขอกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินเพื่อนำมาลงทุนหรือขยายการลงทุน หรือนำมาใช้เป็นทุนหมุนเวียน เนื่องจากไม่ได้จัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบมาตรฐาน รวมทั้งขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ จึงต้องการทุนจากแหล่งเงินกู้นอกระบบทำให้มีอัตราดอกเบี้ยสูง อันเป็นผลให้ต้นทุนการดำเนินการสูง ยังเป็นการไม่ส่งเสริมให้มีการเติบโตอย่างแข็งแกร่งได้

นอกจากนี้ผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชนยังขาดทักษะความรู้ในด้านการบริหารจัดการธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดทำแผนธุรกิจอย่างเป็นระบบเพื่อวางแผนการตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรลุภัณฑ์ การวางแผนการผลิตที่เป็นมาตรฐาน ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาการประกอบการ ขาดการสืบพอดภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น คนรุ่นใหม่ในชุมชนไม่เห็นคุณค่าของการอนุรักษ์หรือสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งผลให้ท้องถิ่นไม่สามารถสืบสานองค์ความรู้ดังกล่าวเพื่อสร้างให้ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะอันจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์

2. ปัญหาในการขาย ในการขายของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา

จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก แต่สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีลักษณะเดียวกัน จึงเกิดการแข่งขันในการจำหน่าย โดยเฉพาะในชองนอกฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีจำนวนลูกค้าลดลง ทำให้ผู้ประกอบการขายผลิตภัณฑ์ตัดราคากันเองเพื่อให้ได้ขายสินค้า อีกทั้งการนำสินค้าไปขายในต่างพื้นที่ซึ่งไม่คุ้มทุนโดยเฉพาะการนำไปจำหน่ายที่กรุงเทพฯ นอกจากนี้ยังขาดตลาดรองรับสินค้าที่ชัดเจน ขาดการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายด้านการตลาด การขาย ซึ่งแต่ก่อนมีการหน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุนจัดกิจกรรม เทศกาลขายสินค้าประจำเดือนในพื้นที่ และในกรุงเทพฯ แต่ปัจจุบันรัฐลดบทบาทลง ส่งผลให้แหล่งจำหน่ายหรือตลาดไม่แน่นอน รวมถึงขาดการ

ประชาสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจในความเป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมไข่เค็มอันเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น

3. ปัญหาในการผลิต ในปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องทำการซื้อไข่เปิดจากตลาด เนื่องจากผู้ประกอบการมิได้ทำการเลี้ยงเป็ดและเก็บไข่เปิดมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต ประกอบกับในช่วง 1-2 ปีนี้ได้เจออุปสรรคที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ คือ การเกิดโรคไขหวัดนก ทำให้เปิดที่ทางชาวบ้านเลี้ยงไว้เก็บไข่เปิดขายนั้นตายหมด เป็นสาเหตุให้ต้องมีการซื้อไข่เปิดจากพ่อค้าคนกลางหรือสั่งซื้อจากแหล่งอื่น อีกทั้งภาวะค่าน้ำมันที่เพิ่งสูงขึ้น ทำให้ราคาของไข่เปิดมีราคาแพงมากขึ้นเฉลี่ยใบละประมาณ 3.50 บาท รวมถึงผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ไม่มีเอกลักษณ์ความเป็นท้องถิ่น ง่ายต่อการลอกเลียนแบบ และเป็นการผลิตตามกันทำให้สินค้าไม่มีความแตกต่างกันต้องต่อสู้กันด้วยราคาปัญหาด้านทักษะการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูไม่น่าสนใจ ขบวนการและขั้นตอนการผลิตยังไม่มีความมาตรฐานพอ ทำให้สินค้ามีคุณภาพไม่ได้สม่ำเสมอทำให้ผู้ซื้อไม่มั่นใจในคุณภาพ ปริมาณการผลิตไม่แน่นอนเนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมหรืออุตสาหกรรมในครัวเรือน ซึ่งในบางช่วงเวลาไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้แต่ในบางช่วงเวลาสินค้ากลับล้นตลาด

4. ปัญหาในการวางจำหน่าย การวางจำหน่ายหน้าร้านริมถนนถือเป็นจุดที่สามารถแสดงให้เห็นลูกค้าได้มองเห็นอย่างชัดเจน แต่การจัดวางสินค้านั้นไม่สามารถทำให้ดูเด่นเพราะขนาดของบรรจุภัณฑ์เป็นกล่อง จึงต้องวางเรียงกันที่หน้าร้าน โดยเน้นสีส้มของตัวอักษร รูปภาพบนกล่องให้ชัดเจน สดใสดุแล้วอยากเลือกซื้อ ผู้ประกอบการขาดทักษะความรู้ทางการตลาดโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยในระดับชุมชนทำให้ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ จำกัดการจำหน่ายอยู่ในเฉพาะพื้นที่ ขาดช่องทางจัดจำหน่ายและระบบการกระจายผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ผู้ซื้อไม่สามารถหาซื้อสินค้าที่ต้องการได้อย่างต่อเนื่อง และขาดความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มผู้ซื้อ และกลุ่มผู้ผลิต ทำให้ไม่สามารถติดต่อสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตได้โดยตรง

ผลกระทบในการดำเนินธุรกิจ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก และการสังเกต ผู้ประกอบการมีความคิดเกี่ยวกับผลกระทบในการดำเนินธุรกิจ แยกออกเป็นด้านโดยเรียงลำดับตามความสำคัญมากไปตายน้อย ดังนี้

1. ผลกระทบด้านต้นทุนสินค้าที่นำมาผลิต เช่น วัตถุดิบ ฤง กล่อง ป้ายฉลาก เป็นต้น มีการปรับขึ้นราคาเนื่องจากต้นทุนในการผลิตของเจ้าของสินค้าหรือการขนส่ง ทำให้ราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ราคาขายให้ผู้ประกอบการร้านไข่เค็มสูงตามไปด้วย

2. ผลกระทบด้านยอดขายจำนวนลูกค้า ซึ่งมีลูกค้าไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับฤดูกาลท่องเที่ยว อีกทั้งการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานท่องเที่ยว

3. ผลกระทบด้านค่าใช้จ่ายในการขนส่ง หลังจากปัญหาค่าน้ำมันขึ้นราคา ส่งผลให้ต้นทุนด้านการขนส่งของผู้ประกอบการเพิ่มสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการบรรทุกผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายตามร้าน งานเทศกาลหรือออกร้าน

4. ผลกระทบด้านเงินลงทุน ที่เป็นเงินเก็บส่วนตัว หรือจากการรวบรวมของบรรดาญาติพี่น้อง แต่เมื่อต้องการขยายกิจการหรือเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ขึ้นมา เมื่อดำเนินการขอกู้ยืมจากสถาบันการเงินก็ถูกปฏิเสธเนื่องจากไม่มีรายได้ที่แน่นอน และขาดหลักฐานประกอบการยื่นกู้ ทำให้ต้องหันไปใช้บริการเงินกู้ยืมในระบบที่มีอัตราดอกเบี้ยสูง

วิธีการแก้ไขปัญหา

ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ดังนี้

1. แนวทางแก้ไขปัญหาด้านในการดำเนินธุรกิจ

1.1 ทำการศึกษาหาความรู้ด้วยตนเองเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจให้ถูกต้อง หรือสอบถามพูดคุยกับเพื่อนผู้ประกอบการด้วยกัน

1.2 เข้าร่วมฝึกอบรมกับหน่วยงานของภาครัฐที่จัดอบรมผู้ประกอบการย่อยโดยสำนักงานเกษตรอำเภอ ปศุสัตว์

1.3 ศึกษาและดูงานจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เช่น การบริหารงานของร้านไข่เค็ม อสม. ที่ประสบความสำเร็จและไม่มีร้านริมถนนแต่มีร้านค้าในตัวอำเภอ

1.4 ด้านเงินลงทุนใช้เงินทุนส่วนตัวในการขยายกิจการโดยไม่มีการกู้เงินเพื่อตัดปัญหาการเสียดอกเบี้ย หรือกู้ยืมเงินจากบุคคลในครอบครัวหรือญาติเพื่อนำมาใช้ลงทุนหรือชำระหนี้ยามจำเป็น

2. แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการขายและการวางจำหน่าย

2.1 วางขายร้านริมถนนเอเชียทุกวัน โดยเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ จะมีสินค้าวางมากกว่าปกติ เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวมาก ส่วนวันธรรมดา คือ จันทร์-ศุกร์ วางขายในตลาดสด ฝากขายตามแผงขายไข่ ร้านสะดวกซื้อ

2.2 ร่วมออกร้านกับงานเทศกาลประจำอำเภอ และอำเภอใกล้เคียง รวมถึงงานกาชาดของจังหวัด

2.3 ร่วมออกร้านกับงานมหกรรมสินค้าชุมชน หรืองานโอท็อปที่หน่วยงานภาครัฐ จัดในแต่ละปี

2.4 จัดลดราคาสินค้า เช่น ชื้อ 3 กล่อง 100 บาท หรือชื้อ ครบ 500 บาท แถมไข่เค็ม ฟรี 1 ใบ เป็นต้น

3. แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการผลิต

2.1 ร่วมกลุ่มกันชื้อไข่เป็ด ไข่ไก่ กล่อง ป้ายฉลาก ในจำนวนมากเพื่อให้ได้มีอำนาจ ต่อรองทำให้ได้ราคาที่ถูกลง

2.2 ติดต่อชื้อไข่เป็ดจากผู้ประกอบการในท้องถิ่น เพื่อลดต้นทุนการผลิตและค่า ขนส่ง

2.3 ลดการชื้อของเก็บไว้ในสต็อกให้น้อยลงชื้อวัตถุดิบแต่ละครั้งเพียงพอใช้

4. แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการส่งเสริมการขายของ

4.1 ใช้ชะลอมในการบรรจุไข่เค็มเพื่อลดต้นทุนใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ซึ่งจะใช้ ในช่วงงานที่คาดว่าจะมีปริมาณคนชื้อมาก เช่น งานมหกรรมแสดงสินค้า งานกาชาด งานโอท็อป เป็นต้น

4.2 เพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้าหากต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม และบวกราคาค่า บรรจุภัณฑ์ กรณีลูกค้าชื้อไปเป็นของฝาก ของขวัญปีใหม่

4.3 ใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม โดยยอมแบกรับค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือ ส่งเสริมการขายของทางร้านอย่างไม่มีทางเลือกเพื่อดึงดูดลูกค้า

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - ชื่อสกุล	นายเอกกมล ทับเวช
วัน เดือน ปีเกิด	2 ธันวาคม 2524
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	89/137 หมู่บ้านพฤษ์ลดา ซ.19 ตำบลบางเตย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม 73210
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	พนักงานการบัญชี 6
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	การรถไฟแห่งประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2548 บัณฑิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี