



แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการ  
ในจังหวัดตรัง

Guidelines for the Development of Traditional Cake Products  
Business of Entrepreneurs in Trang Province



จตุพร บุตรครุฑ  
JATUPORN BUTKRUT

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2564

ชื่อวิทยานิพนธ์	แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการ ในจังหวัดตรัง
ชื่อ นามสกุล	จตุพร บุตรครุฑ
ชื่อปริญญา	คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (คหกรรมศาสตร์)
สาขาวิชา	คหกรรมศาสตร์
คณะ	เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญากัณฑ์ กี่อารีโย

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว

  
.....ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิสุทธิ หนักแน่น)

  
.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้อมจิตต์ สุธิบุตร)

  
.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญากัณฑ์ กี่อารีโย)

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์  
ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

  
.....คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
(นางปิยะธิดา สีหะวัฒน์กุล)

วันที่ 11 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2566

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการ ในจังหวัดตรัง สำเร็จได้ด้วยความเมตตากรุณาอย่างสูง และความเอาใจใส่เป็นพิเศษจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร กีอาริโอ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิสุทธิ หนักแน่น ประธานกรรมการสอบ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้อมจิตต์ สุธิบุตร กรรมการสอบ ที่อุทิศเวลาให้คำปรึกษา แนะนำ และแก้ไขเพิ่มเติมตลอดระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ขอขอบคุณบุคคลที่เขียนหนังสือ ตำราทุกเล่ม บทความ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยทั้งภายในและ ต่างประเทศ แหล่งข้อมูลวิชาการและเอกสารอ้างอิงต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าและนำมา อ้างอิงในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ญาติพี่น้องและเพื่อน ๆ ทุกคน ที่ให้กำลังใจและคอย ช่วยเหลือเสมอมา รวมทั้งขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ต่าง ๆ คำแนะนำตลอดจนเป็นกำลังใจและช่วยเหลือมาโดยตลอด ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจขนาดย่อม ภาคค้าปลีก เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ในประเทศ และต่างประเทศ รวมถึงการขยายธุรกิจสู่การตลาดออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

จตุพร บุตรครุฑ



ชื่อวิทยานิพนธ์	แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง
ชื่อ นามสกุล	จตุพร บุตรครุฑ
ชื่อปริญญา	คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (คหกรรมศาสตร์)
สาขาวิชา และคณะ	คหกรรมศาสตร์ เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2564

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง 2) ศึกษาปัญหาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง 3) เปรียบเทียบระดับปัญหาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตามสภาพในการดำเนินธุรกิจ และ 4) นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ประชากรคือ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำนวน 25 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า 1) ชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของธุรกิจคือ เค้กสามรส ซึ่งดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นเวลามากกว่า 31 ปี โดยมีช่องทางการตลาดเป็นการขายหน้าร้าน ทั้งนี้ธุรกิจมีปริมาณการผลิตวันละประมาณ 51-100 กล่อง และมากกว่า 151 กล่อง ทำให้มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เดือนละประมาณ 100,001 - 200,000 บาท และส่วนใหญ่ธุรกิจตั้งอยู่บริเวณชุมชนย่านการค้าในเขตเมือง 2) ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการเงิน รองลงมาคือ ด้านการขาย และน้อยที่สุดคือ ด้านการบริหารจัดการ 3) ผลการเปรียบเทียบระดับปัญหาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตามสภาพในการดำเนินธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีสภาพในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังไม่แตกต่างกัน ยกเว้นผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และทำเลที่ตั้งของธุรกิจ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) แนวทางในการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรังคือ ผู้ประกอบการควรเอาใจใส่ในการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพคงที่ สม่ำเสมอ มีการออกแบบขนมเค้กให้สวยงาม และมีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น เพิ่มช่องทางการสั่งซื้อในรูปแบบออนไลน์ ได้แก่ การสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน และมีบริการจัดส่งแบบเดลิเวอรี่ด้วยการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย อย่างรัดกุม มีการตรวจสอบยอดขายอย่างสม่ำเสมอ มีการส่งเสริมพนักงานให้มีความเป็นมืออาชีพ และสามารถสร้างและรักษาคุณค่าของธุรกิจของตนเองไว้ได้อย่างเหนียวแน่น

**คำสำคัญ:** แนวทางการพัฒนา, ขนมเค้กแบบดั้งเดิม, การดำเนินธุรกิจ, ผู้ประกอบการ, จังหวัดตรัง

<b>Thesis Title</b>	Guidelines for the Development of Traditional Cake Products Business of Entrepreneurs in Trang Province
<b>Author</b>	Jatuporn Butkrut
<b>Degree</b>	Master of Home Economics (Home Economics)
<b>Major Program</b>	Home Economics
<b>Academic Year</b>	2021

## ABSTRACT

The purposes of this research were : 1) to study the conditions of business operation of traditional cake products of entrepreneurs in Trang Province.2) To study the problems in business operation of traditional cake products of entrepreneurs in Trang Province. 3) To compare the level of problems in business operations of traditional cake products of entrepreneurs in Trang Province classified by business conditions and, 4) to present guidelines for the development of business operations of traditional cake products of entrepreneurs in Trang Province. The population is 25 traditional cake products business entrepreneurs in Trang Province. The research instrument was a questionnaire. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. One-way ANOVA and analyze descriptive data.

The results showed that 1) The results showed that: 1) the traditional type of cake in the business is three flavor cakes, which has been in business for more than 31 years with a marketing channel as a point of sale. The business has an estimated daily production about 51-100 boxes or more than 151 boxes, earning approximately about 100,001-200,000 baht from product distribution and most of the businesses are located in the commercial area in the city. 2) Entrepreneurs have a high level of business problems. When considering each aspect in descending order, it was found that the aspect with the highest mean was finance, followed by sales, and the least was management.3 ) Comparison of the level of problems in business operations of traditional cake products of entrepreneurs in Trang province classified by business conditions found that entrepreneurs with different business conditions had no different problems in operating the traditional cake products business in Trang Province, except for entrepreneurs with a period of business and the location of the businesses were statistically different at the .05 level., and 4) the guidelines for the development of traditional cake products business of entrepreneurs in Trang Province are entrepreneurs should pay attention to the selection of raw materials that are of constant quality. There should be more beautiful cake designs and more variations. There should be an online ordering channel, such as ordering through the website or an application and has a delivery service. There should be a concise accounting of income and expenses, and sales are monitored regularly. Employees are encouraged to be professional and able to sustain and maintain their own business values.

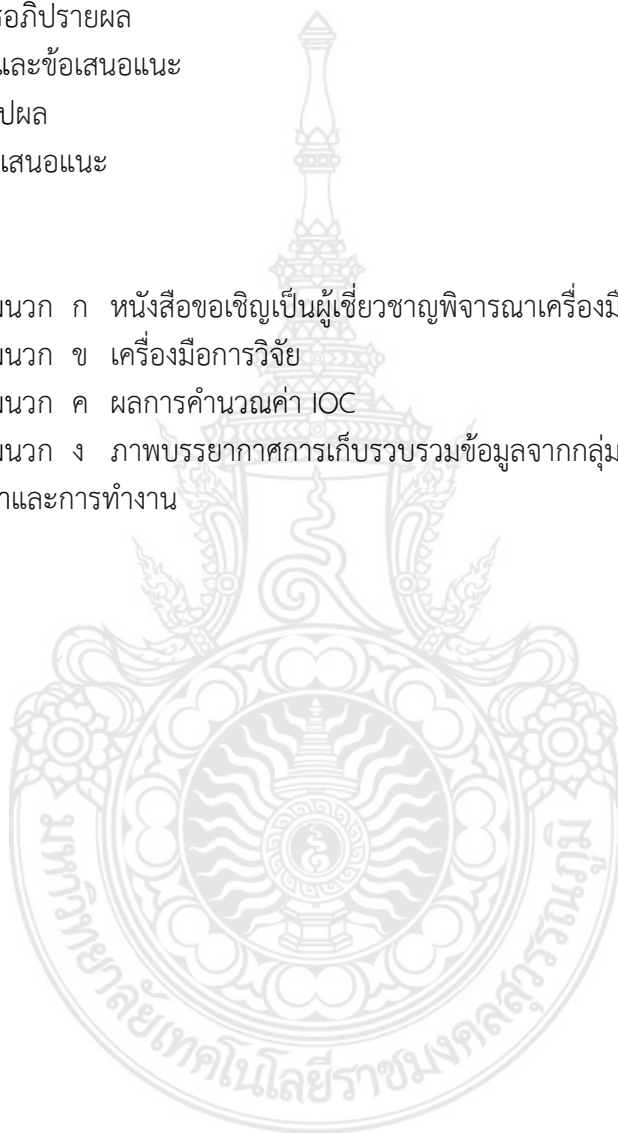
**Keywords:** Development Guidelines, Traditional Cakes, Business Operations, Entrepreneurs, Trang Province

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
Abstract	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญภาพ	(8)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.4 ตัวแปร	3
1.5 นิยามศัพท์	4
1.6 สมมติฐาน	4
1.7 กรอบแนวความคิด	5
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับขนมเค้กแบบดั้งเดิม	7
2.2 แนวคิดทฤษฎีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ	11
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ	20
2.4 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดตรัง	25
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	34
บทที่ 3 วิธีดำเนินการ	43
3.1 เครื่องมือที่ใช้	43
3.2 วิธีการ	44
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล	47
4.1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
4.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม ของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง	50
4.3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม ของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง	53
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	59

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล (ต่อ)	
4.5 การวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้ก แบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง	73
4.6 การอภิปรายผล	76
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	83
5.1 สรุปผล	84
5.2 ข้อเสนอแนะ	87
เอกสารอ้างอิง	89
ภาคผนวก	94
ภาคผนวก ก หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย	96
ภาคผนวก ข เครื่องมือการวิจัย	102
ภาคผนวก ค ผลการคำนวณค่า IOC	111
ภาคผนวก ง ภาพบรรยากาศการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ประวัติการศึกษาและการทำงาน	118 122



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง	45
4.1	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	48
4.2	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	48
4.3	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	49
4.4	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่งปัจจุบัน	49
4.5	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทำเลที่ตั้งธุรกิจ	49
4.6	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม	50
4.7	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	51
4.8	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม	51
4.9	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณการผลิตต่อวัน	52
4.10	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายต่อเดือน	52
4.11	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทำเลที่ตั้งของธุรกิจ	53
4.12	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง โดยรวม	53
4.13	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตามด้านวัตถุดิบที่ใช้	54
4.14	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตามด้านการผลิต	55
4.15	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตามด้านการขาย	56
4.16	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตามด้านการเงิน	57
4.17	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตามด้านพนักงาน	57



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.18	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตาม ด้านการบริหารจัดการ	58
4.19	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำแนกตามชนิดผลิตภัณฑ์ขนม เค้กแบบดั้งเดิม	60
4.20	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำแนกตามระยะเวลาในการ ดำเนินธุรกิจ	62
4.21	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง ด้านวัตถุดิบที่ใช้ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)	63
4.22	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำแนกตามช่องทางการตลาด ของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม	65
4.23	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำแนกตามปริมาณการผลิต ต่อวัน	67
4.24	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำแนกตามรายได้จากการ จำหน่ายต่อเดือน	69
4.25	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำแนกตามทำเลที่ตั้งของธุรกิจ	71
4.26	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง ด้านการเงิน โดยเปรียบเทียบ รายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)	72

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวความคิด	5
2.1	ขั้นตอนการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมเมืองตรัง	9
2.2	เค้กฝอยทอง	9
2.3	เค้กสามรสและเค้กใบเตย	10
2.4	เค้กใบเตย	10
2.5	เค้กสามรส	10
2.6	ตราประจำจังหวัด	25
2.7	ต้นไม้ประจำจังหวัด	25



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตามนโยบายของรัฐบาล (พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา) 11 ด้าน ซึ่งนโยบายด้านที่ 6 การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้านอุตสาหกรรม ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับศักยภาพพื้นฐานของประเทศ เช่น ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยการพัฒนาวัตถุดิบและกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพมาตรฐาน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อาหารไทยบนพื้นฐานความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และภูมิปัญญา ส่งเสริมการวิจัยเกษตรแปรรูป เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรและแก้ปัญหาที่สำคัญของประเทศ รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมให้เข้มแข็งสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเพิ่มองค์ความรู้ในด้านการปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และพัฒนาการบริหารจัดการภายในองค์กร ปรับโครงสร้างกลไกการสนับสนุน การขับเคลื่อนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นระบบและมีเอกภาพที่ชัดเจนทั้งด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการบริการทางการเงินและการลงทุนสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การตลาดและโอกาสในการลงทุนในต่างประเทศ (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน, 2562)

แผนยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่ครัวโลก พ.ศ. 2559-2564 มีขอบเขตครอบคลุมเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมอาหาร ตั้งแต่ต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ และธุรกิจสนับสนุน คือ 1) ต้นน้ำ ได้แก่ สินค้าเกษตร ซึ่งครอบคลุมทั้งสินค้าเกษตรอาหาร สินค้าเกษตรแปรรูปเบื้องต้น 2) กลางน้ำ คือ สินค้าอุตสาหกรรม ครอบคลุมถึงสินค้าอาหารและเกษตรแปรรูปต่างๆ 3) ปลายน้ำ คือ ธุรกิจบริการด้านอาหาร ซึ่งครอบคลุมธุรกิจร้านอาหาร โรงเรียนสอนทำอาหาร และธุรกิจการจัดอาหารสำหรับคนหมู่มาก (Catering) และ 4) ธุรกิจ/กิจกรรมสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง อาทิ การตรวจประเมินมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร ธุรกิจโลจิสติกส์สินค้าอาหาร เครื่องจักรกลการเกษตรแปรรูป การวิจัย และพัฒนาด้านสินค้าเกษตรและอาหาร ธุรกิจบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาบุคลากร (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน, 2562)

จังหวัดตรัง ตั้งอยู่ทางภาคใต้ของประเทศไทยด้านฝั่งทะเลตะวันตก ติดทะเลอันดามันและมหาสมุทรอินเดียเป็นเมืองท่าค้าขายสำคัญของไทยมาแต่ครั้งโบราณ มีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านอาหารรวมถึงประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงาม มีประชากรชาวไทยเชื้อสายจีนอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมของชาวจีนและชาวไทยเข้าด้วยกัน สังเกตได้จากการนำประเพณีและความเชื่อมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติเช่น ตรุษจีน แข็งเม้ง สารทจีน เป็นต้น ซึ่งแต่ละเทศกาลจะมีการไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ เทวดาฟ้าดิน ไหว้เจ้า ไหว้บรรพชน หรือสิ่งที่ให้ความเคารพนับถือต่างๆ โดยความเชื่อเหล่านี้ถูกส่งกันมาตั้งแต่รุ่นของบรรพชนมาจนกระทั่งรุ่นของลูกหลานในปัจจุบัน

ในการประกอบพิธีมักจะต้องมีของเซ่นไหว้ซึ่งขนมเค้กแบบดั้งเดิมก็เป็นหนึ่งในขนมที่ได้รับความนิยมในการนำไปประกอบพิธีต่างๆด้วย เชื่อกันว่าขนมเค้กแบบดั้งเดิมเปรียบเสมือนความเฟื่องฟูและความเจริญรุ่งเรืองของลูกหลานอีกด้วย มีเอกลักษณ์โดดเด่นคือ มีรูตรงกลาง มีลักษณะกลมแบบวงแหวน และหน้าเค้กผิวเรียบ ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของเมืองตรัง บุคคลริเริ่มคือ นายชุกมิ่ง แซ่เฮง ที่ตำบลลำภูรา อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง โดยพัฒนาจากขนมไข่ของคนจีน เพื่อรับประทานเป็นอาหารว่าง คู่กับชา กาแฟ ต่อมาได้มีการทำขนมเค้กเป็นธุรกิจในครัวเรือนกันอย่างแพร่หลายและมีรสชาติต่างๆ มากมาย ได้แก่ เค้กเนยหรือรสดั้งเดิม เค้กกาแฟ เค้กใบเตย เค้กสามรส เค้กมะพร้าว เค้กผลไม้รวม เค้กส้ม เป็นต้น (ประพนธ์, 2556)

เนื่องด้วยยุคสมัยและวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ความนิยมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมลดลง เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ต่างๆที่แปลกใหม่มากมาย มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อและห้างสรรพสินค้าหาได้ง่าย คนรุ่นใหม่จึงไม่ค่อยสนใจในการบริโภคขนมเค้กแบบดั้งเดิมเท่าที่ควร ทำให้ผู้ประกอบการมียอดขายลดลงและประสบปัญหาต่างๆ เช่น การดำเนินธุรกิจในด้านความเข้าใจในการบริหารจัดการธุรกิจ การวางแผนการผลิต การขนส่ง ความคิดสร้างสรรค์ต่อยอดผลิตภัณฑ์ การหาแหล่งเงินทุน ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ดีเท่าที่ควร

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นเหตุจูงใจให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจสำหรับผู้สนใจในการดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกัน หรือประยุกต์ใช้กับธุรกิจขนาดเล็กประเภทอื่นๆ ได้

## 1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง

1.2.2 เพื่อศึกษาปัญหาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง

1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบระดับปัญหาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตามสภาพในการดำเนินธุรกิจ

1.2.4 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง

### 1.3 ขอบเขตของการศึกษา

#### 1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา

- 1.3.1.1 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับสภาพการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม
- 1.3.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม
- 1.3.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม

#### 1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนมเค้ก จำนวน 25 ราย ที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม

#### 1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ทำวิจัยได้ศึกษาเฉพาะพื้นที่ในจังหวัดตรัง

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ใช้เวลาในการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้เวลาในช่วงเดือน สิงหาคม ถึงเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

### 1.4 ตัวแปร

1.4.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) คือ สภาพในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ได้แก่

- 1.4.1.1 ชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม
- 1.4.1.2 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ
- 1.4.1.3 ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม
- 1.4.1.4 ปริมาณการผลิตต่อวัน
- 1.4.1.5 รายได้จากการจำหน่ายต่อเดือน
- 1.4.1.6 ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ

#### 1.4.2 ตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่

1.4.2.1 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง

- 1) ด้านวัตถุดิบที่ใช้
- 2) ด้านการผลิต
- 3) ด้านการขาย
- 4) ด้านการเงิน
- 5) ด้านพนักงาน
- 6) ด้านการบริหารจัดการ

1.4.2.2 แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง

## 1.5 นิยามศัพท์

**1.5.1 สภาพการดำเนินธุรกิจ** หมายถึง ลักษณะโดยทั่วไปในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม ประกอบด้วย 1) ชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม 2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 3) ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม 4) ปริมาณการผลิตต่อวัน 5) รายได้จากการจำหน่ายต่อเดือน และ 6) ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ

**1.5.2 ปัญหาด้านการดำเนินธุรกิจ** หมายถึง ข้อจำกัด และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม ได้แก่ 1) ด้านวัตถุดิบที่ใช้ 2) ด้านการผลิต 3) ด้านการขาย 4) ด้านการเงิน 5) ด้านพนักงาน 6) ด้านการบริหารจัดการ

**1.5.3 ธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม** หมายถึง ธุรกิจที่ผลิตและจำหน่ายขนมเค้กแบบดั้งเดิม

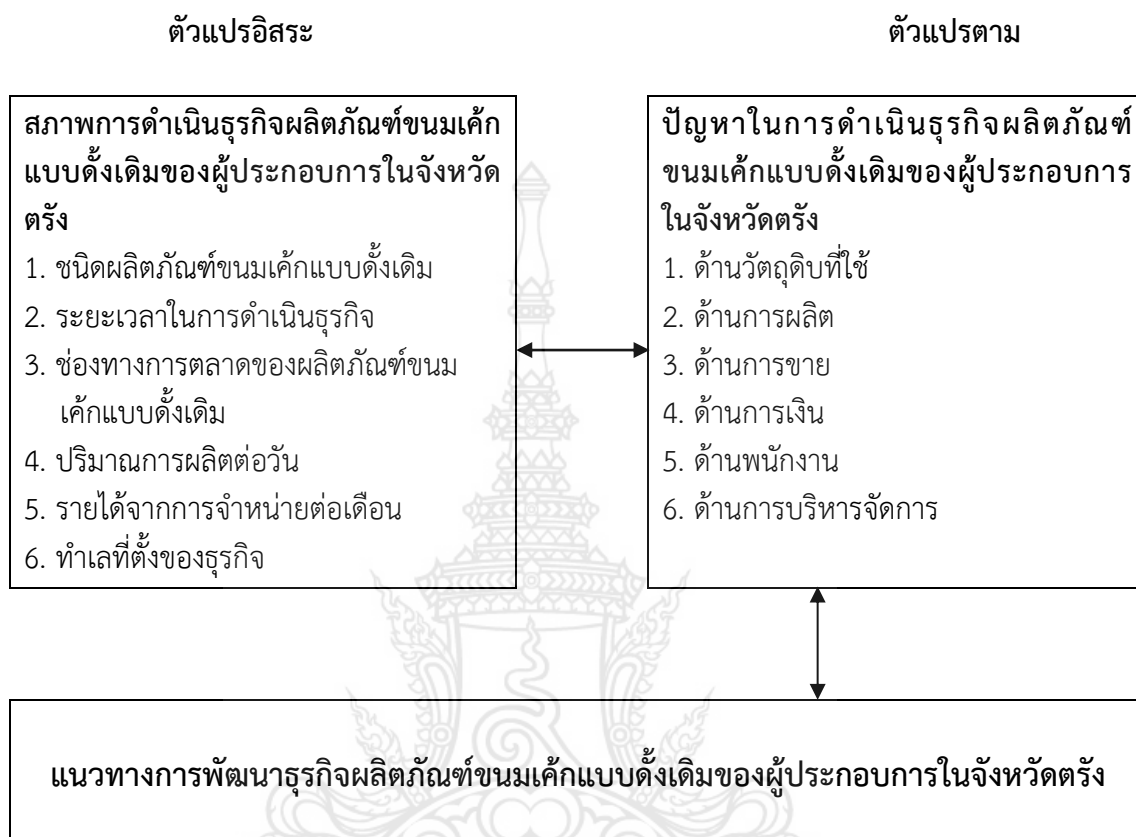
**1.5.4 ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะกลมแบบวงแหวน มีรูตรงกลาง หน้าเค้กผิวเรียบ และมีความนุ่มฟู มีส่วนผสมของแป้งสาลี ไข่ไก่ เนย และน้ำตาลเป็นหลัก

**1.5.5 ผู้ประกอบการ** หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นเจ้าของกิจการ หรือหุ้นส่วน และเป็นผู้บริหารจัดการด้วยตนเองโดยยอมรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ

## 1.6 สมมติฐาน

ผู้ประกอบการที่มีสภาพในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม ได้แก่ 1) ชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม 2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 3) ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม 4) ปริมาณการผลิตต่อวัน 5) รายได้จากการจำหน่ายต่อเดือน และ 6) ทำเลที่ตั้งของธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม แตกต่างกันไป

## 1.7 กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิด

## 1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ซึ่งคาดว่าจะได้รับประโยชน์ 3 ด้าน ดังนี้

### 1.8.1 ด้านผู้ประกอบการ

1.8.1.1 เป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมสำหรับใช้เป็นแนวทางการแก้ปัญหาในการผลิต และการขยายตลาดธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังต่อไป

1.8.1.2 เป็นข้อมูลในการเตรียมความพร้อมประกอบการตัดสินใจการลงทุนและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ผลิต และจำหน่ายในธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมรายใหม่

## 1.8.2 ด้านหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ

1.8.2.1 เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายของรัฐและแผนพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดตั้งในการส่งเสริมสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ผลิต และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมเพื่อพัฒนาจังหวัดตั้ง ซึ่งเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจ ส่งเสริมการท่องเที่ยว และส่งเสริมคุณภาพ ของธุรกิจด้านอาหารต่อไป

1.8.2.2 เป็นข้อมูลที่ทำให้ทราบสภาพการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม เพื่อใช้เป็นแนวทางให้กับสถาบันการเงินและการลงทุนของภาคเอกชน

## 1.8.3 ด้านการศึกษา

1.8.3.1 เป็นข้อมูลให้แก่สถาบันการศึกษาที่จัดหลักสูตรการเรียนการสอนในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจการค้าและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

1.8.3.2 เป็นประโยชน์แก่สถาบันการศึกษาต่างๆ ที่ดำเนินการจัดหลักสูตรการเรียนการสอนในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องการออกแบบผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม เพื่อที่สามารถนำข้อมูลไปออกแบบให้ตรงกับความต้องการของตลาดธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม





## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวិทยานิพนธ์เรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับขนมเค้กแบบดั้งเดิม
- 2.2 แนวคิดทฤษฎีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ
- 2.4 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดตรัง
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับขนมเค้กแบบดั้งเดิม

##### 2.1.1 ความหมายของขนมเค้กแบบดั้งเดิม

กระทรวงวัฒนธรรม (2564) กล่าวว่า ขนมเค้กแบบดั้งเดิมเมืองตรัง เป็นอาหารพื้นเมืองที่มีรสชาติหอมหวาน เนื้อละเอียดนุ่ม และมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นคือ มีรูปร่างกลม มีลักษณะกลมแบบวงแหวน และหน้าเค้กผิวเรียบสำหรับเป็นของว่างรับประทานคู่กับชา กาแฟ ชาวจีนไหหลำเรียกด้วยสำเนียง พื้นถิ่นว่า “ขนมเก๊ก” ที่มีส่วนผสมหลักคล้ายกับขนมไข่ของคนจีน

##### 2.1.2 ประวัติความเป็นมาของขนมเค้กแบบดั้งเดิม

กระทรวงวัฒนธรรม (2564) ขนมเค้กแบบดั้งเดิมเมืองตรัง เป็นขนมที่พัฒนามาจากขนมไข่ของคนจีน คนตรังยุคแรก เรียกว่า “ขนมไข่ไก่” ใช้ในพิธีแต่งงานและงานมงคลต่างๆ นิยมใส่ในชั้นหมาก แต่คิดรูปแบบใหม่แทนที่จะทำเป็นก้อนกลมๆ เล็กๆ เหมือนขนมไข่ทั่วไป ก็คิดทำเป็นรูปแบบเค้กก้อนกลมใหญ่ใส่กล่อง มีเครื่องแต่งหน้าและปรุงแต่งกลิ่นรสต่างๆ

ขนมเค้กแบบดั้งเดิมเมืองตรัง เป็นของฝากขึ้นชื่อของจังหวัดตรัง ถือกำเนิด หรือผลิตขึ้นครั้งแรกที่ตำบลลำภูรา อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง โดยชาวจีนไหหลำ เค้กตรังยุคแรกที่เป็นที่รู้จักกันคือ “เค้กขุกมิ่ง” ได้ชื่อจาก ขุกมิ่ง แซ่เฮง เจ้าตำรับขนมเค้กเมืองตรัง ที่อพยพเดินทางมาเมืองไทยโดยเรือ และทำงานที่จังหวัดนราธิวาส เมื่อปี พ.ศ. 2472 ต่อมาเดินทางมาตั้งรกรากสร้างครอบครัวอยู่ที่จังหวัดตรัง เปิดร้านกาแฟที่ ตำบลลำภูรา ก็คิดทำขนมของตนเองเพื่อรับประทานคู่กับชากาแฟ โดยสังเกตวิธีทำเค้กมาจากร้านขนมที่ตำบลทับเที่ยง แล้วทดลองคิดค้นจนได้ขนมเค้กเมืองตรัง ที่กลายเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปจนถึงปัจจุบัน

จังหวัดตรังรวมตัวกันพัฒนาขนมเค้กในนาม “ชมรมขนมเค้กจังหวัดตรัง” โดยมี นายยี่ไค้ วงศ์สัมพันธ์ เจ้าของร้านเค้กรสเลิศ เป็นประธานชมรม มีการเผยแพร่และจัดสอนแก่ผู้ผลิตรายย่อย โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย เพื่อเป็นการสนับสนุนให้เค้กตรังมีรสชาติ คุณภาพ และมาตรฐานเดียวกัน

ปัจจุบัน จังหวัดตรัง มีการทำขนมเค้กเป็นกิจการในครัวเรือนกันอย่างแพร่หลาย และพัฒนาจนมีรสต่างๆ มากมาย เช่น รสกาแฟ ใบเตย เค้กสามรส เค้กสีส้ม เค้กนมสด เค้กมะพร้าว เค้กเผือก เค้กส้ม เค้กชาเขียว เค้กขนุน เค้กลิ้นจี่ เค้กเนย เค้กพุทรา เค้กผลไม้รวม เค้กฝอยทอง เค้กอบกรอบ และอื่นๆ ซึ่งสูตรการทำขนมเค้กมีการสืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน ลูกหลานชาวตรัง และนักท่องเที่ยวนิยมนำไปเป็นของฝากแก่เพื่อนฝูง ญาติมิตร ผู้หลักผู้ใหญ่ จนกลายเป็นของฝากขึ้นชื่อประจำจังหวัดตรัง

เทศกาลขนมเค้กจังหวัดตรัง จะจัดช่วงระหว่างเดือน สิงหาคม ของทุกปี บริเวณลานพระบรมราชานุสาวรีย์ รัชกาลที่ 5 อำเภอเมือง จังหวัดตรัง (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตรัง, 2560)

### 2.1.3 สูตรขนมเค้กแบบดั้งเดิม

ส่วนผสม (สำหรับเค้กขนาด 1 ปอนด์ 2 ก้อน) เตรียม 10 นาที ปูร่ง 1.15 ชั่วโมง		
ไข่ไก่เบอร์ 1	5	ฟอง (หรือน้ำหนัก 260 กรัม)
เนยจืดหั่นเต๋าเล็กแช่เย็น	180	กรัม
น้ำตาลทราย	180	กรัม
แป้งสาลีอเนกประสงค์	150	กรัม
นมข้นจืดสูตรเข้มข้น	80	กรัม
ผงฟูชนิดดับเบิ้ลแอกชั่น	8	กรัม
น้ำใบเตยคั้นข้นๆ	¼ ถ้วย (50 กรัม)	
กลิ่นวานิลลา	½	ช้อนชา
พิมพ์ขนมทรงกลมแบบมีรู และกระดาษไขสำหรับรองพิมพ์ขนม		

### 2.1.4 ขั้นตอนการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิม

ขั้นตอนการผลิตมีดังนี้

1. อุ่นเตาอบด้วยไฟบนล่างที่อุณหภูมิ 250 องศาเซลเซียส จากนั้นร่อนแป้งกับผงฟูรวมกันเตรียมไว้

2. ตอกไข่ไก่ 1 ฟอง ใส่ลงในอ่างผสมของเครื่องตีเค้ก ใส่เนยสดลงไป ตีด้วยหัวใบไม้ด้วยความเร็วระดับกลาง แล้วค่อยๆ ใส่น้ำตาลลงไปทีละครึ่งส่วนจากนั้นเร่งความเร็วสูงสุด ตีจนน้ำตาลละลายดีและเนยขึ้นฟู

3. เปลี่ยนหัวตีเป็นแบบตะกร้อ ใช้ความเร็วสูงสุด ทอยไข่ใส่ไข่ลงไปตีทีละฟองจนขึ้นฟูตามด้วยนมสด กลิ่นวานิลลา และน้ำใบเตย ตีจนส่วนผสมเข้ากัน และขึ้นฟูดี (ระยะเวลาทั้งหมดนี้ไม่ควรเกิน 10 นาที)

4. ลดความเร็วเป็นระดับกลาง ค่อยๆ ใสแป้งลงไปทีละน้อยจนหมด เมื่อแป้งเริ่มผสมกับส่วนผสมอื่นเป็นเนื้อเดียวกันแล้ว เร่งความเร็วขึ้นจนสุด ตีต่อไม่เกิน 5 นาที ให้สังเกตว่าเนื้อส่วนผสมจะเปลี่ยนเป็นสีนวลสวยและเนียน ปิดเครื่อง

5. ตักกระดาษไขเป็นวงกลมให้ใหญ่กว่าขนาดพิมพ์เล็กน้อย และเจาะรูตรงกลาง โดยกะว่าเมื่อกดกระดาษลงติดพิมพ์แล้ว จะเหลือชายกระดาษด้านข้างสูงชันประมาณครึ่งพิมพ์

6. ตักส่วนผสมเค้กลงในพิมพ์ 400 กรัมแล้วนำเข้าเตาอบ โดยปรับอุณหภูมิกลงที่ 200 องศาเซลเซียส นาน 1 ชั่วโมง

7. นำเค้กที่สุกแล้วออกจากพิมพ์พักไว้ให้เย็น จัดเสิร์ฟ คู่กับชาหรือกาแฟ



ภาพที่ 2.1 ขั้นตอนการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมเมืองตรัง  
ที่มา: ร้านเค้กสายใจ (2564)

2.1.5 ชนิดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม

ขนมเค้กแบบดั้งเดิมเมืองตรังจะแบ่งออกเป็น 2 ชนิดดังนี้

2.1.5.1 ขนมเค้กแบบดั้งเดิมที่เนื้อสัมผัสมีความแน่น นุ่ม ลักษณะคล้ายบัตเตอร์เค้ก



ภาพที่ 2.2 เค้กฟอยทอง  
ที่มา: ร้านเค้กรสเลิศ (2564)



ภาพที่ 2.3 เค้กลาบรสและเค้กใบเตย  
ที่มา: ร้านเค้กรสเลิศ และร้านเค้กไสยใจ (2564)

2.1.5.2 ขนมเค้กแบบดั้งเดิมที่เนื้อสัมผัสมีความนุ่มลื่นลักษณะคล้ายชีฟอนเค้ก



ภาพที่ 2.4 เค้กใบเตย  
ที่มา: ร้านเค้กเลิศรสกันตั้ง (2564)



ภาพที่ 2.5 เค้กลาบรส  
ที่มา: ร้านเค้กกุหลาบ ชินหุยเฮียง (2564)

### 2.1.6 การนำไปใช้ในเทศกาลต่างๆ

ขนมเค้กแบบดั้งเดิมเมืองตรัง นิยมรับประทานเป็นอาหารว่าง คู่กับชา กาแฟ เป็นของฝากอันลือชื่อ คนตรังนิยมใช้ในงานมงคลหรืองานสำคัญในเทศกาลต่างๆ ใช้สำหรับไหว้เจ้า ไหว้บรรพชน เพราะเป็นขนมที่สื่อถึงความเพื่องฟูเจริญรุ่งเรืองของลูกหลาน ในปัจจุบันสามารถ หารับประทานได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไปในเขตจังหวัดตรัง หรือ ย่านการค้าในเขตเทศบาลนครตรัง งานประจำปี เช่น งานเทศกาลหมุย่างและขนมเค้กเมืองตรัง งานตรุษจีนนครตรัง และงานลากพระ และวัฒนธรรมเมืองตรัง (จังหวัดตรัง, 2560)

## 2.2 แนวคิด ทฤษฎีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

### 2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการผลิต

#### 2.2.1.1 ความหมายของการบริหารการผลิต

ชนินทร์ (2554) การบริหารการผลิต หมายถึง การพิจารณาศึกษากิจกรรม ทางการผลิตที่จำเป็นและมีผลต่อการก่อให้เกิดการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพปัจจัยที่ใช้นำมาศึกษา ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการผลิต การควบคุมการผลิตและคุณภาพการผลิต

ภพพล (2555) ทฤษฎีด้านการผลิต ( Production Management) หมายถึง การพิจารณาศึกษากิจกรรมทางการผลิตที่จำเป็นและมีต่อการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยที่นำมาศึกษา ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการผลิต การควบคุมการผลิต และคุณภาพการผลิต

#### 2.2.1.2 ความสำคัญของการบริหารการผลิต

ภพพล (2555) การผลิตเป็นการสร้างอรรถประโยชน์หรือประโยชน์ ทางเศรษฐกิจให้กับปัจจัยการผลิตชนิดต่างๆ เพื่อให้เกิดเป็นสินค้าและบริการเพื่อบำบัดความต้องการของผู้บริโภค ปัจจัยการผลิต แบ่งออกเป็น 4 ชนิด ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน ทุน และผู้ประกอบการ โดยผลตอบแทนของการใช้ปัจจัยการผลิตจะอยู่ในรูปของค่าเช่า ค่าจ้าง ดอกเบี้ย และกำไร ตามลำดับ นอกจากนี้เรายังแบ่งปัจจัยการผลิตดังกล่าวออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยคงที่ และปัจจัยผันแปร อรรถประโยชน์แบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ อรรถประโยชน์จากการแปรรูป อรรถประโยชน์จากการเปลี่ยนสถานที่ อรรถประโยชน์ทางด้านเวลา อรรถประโยชน์ทางด้านกรรมสิทธิ์ และอรรถประโยชน์ ทางด้านบริการ ต้นทุนการผลิตคือค่าใช้จ่ายในปัจจัยการผลิตที่ใช้ ในกระบวนการผลิต แบ่งออกเป็น ต้นทุนคงที่กับต้นทุนผันแปรตามประเภทของการใช้จ่ายในปัจจัย คงที่และปัจจัยผันแปร นอกจากนี้ต้นทุนการผลิตยังแบ่งออกเป็นระยะสั้น ซึ่งเป็นระยะเวลาที่มีการใช้ ปัจจัยคงที่ร่วมกับปัจจัยผันแปรในกระบวนการผลิต และระยะยาว ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ปัจจัยการผลิต ทุกประเภทเป็นปัจจัยผันแปรทั้งหมด การผลิตขนาดใหญ่เป็นการผลิตที่ได้ผลผลิตคราวละจำนวนมาก อาศัยหลักของการแบ่งงานกันทำ เน้นใช้ปัจจัยทุน ซึ่งได้แก่เครื่องมือเครื่องจักรเป็นสำคัญลำดับขั้น ของการผลิต ได้แก่ การผลิตขั้นปฐมภูมิ (ขั้นแรก) การผลิตขั้นทุติภูมิ (ขั้นที่สอง) และการผลิต ขั้นตติภูมิ (ขั้นที่สาม)

การผลิตเป็นการสร้างสรรค์สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการ มนุษย์ ผู้ซึ่งมีความต้องการอย่างไม่สิ้นสุด แต่เนื่องจากการมีทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดนั้น จึงได้เข้ามา เป็นตัวกำหนดบทบาทในกระบวนการผลิตเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงทำให้เกิดการบริหารการผลิต

เพื่อช่วยให้ผลผลิตที่ออกมามีคุณภาพ และตรงตามความต้องการของมนุษย์ อีกประการหนึ่งยังเป็นการช่วยให้เรานำเอาทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดนั้น มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดอีกด้วย โดยการผลิตเพื่อผลกำไรและความพอใจ มีการแปรรูปปัจจัยนำเข้าต่างๆ ผ่านกระบวนการที่ทำให้ผลผลิตที่ได้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นมากกว่าปัจจัยนำเข้า ดังนั้นการผลิตจึงเป็นหนึ่งในหน้าที่หลักของการบริหารธุรกิจที่มีผลโดยตรงต่อความอยู่รอดขององค์กร และต้องสัมพันธ์เกี่ยวกับหน้าที่อื่น อาทิเช่น ความสัมพันธ์ในหน้าที่ของฝ่ายการตลาด ฝ่ายการเงิน และฝ่ายการผลิต ภายในองค์กรธุรกิจใดๆ ซึ่งเริ่มจากฝ่ายการตลาดมีหน้าที่ค้นหา และเสนอสิ่งที่ลูกค้าต้องการ แล้วฝ่ายการเงินจัดสรรเงินทุนทรัพยากรมาให้ฝ่ายการผลิต ใช้สร้างสิ่งที่ลูกค้าต้องการให้เป็นรูปธรรมขึ้นมา ซึ่งการดำเนินงานของทั้งสามหน้าที่หลักนี้ ต้องมีประสิทธิภาพพร้อมทั้งต้องประสานงานกันอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้องค์กรธุรกิจบรรลุเป้าหมายสูงสุดนั้นก็คือนำกำไรจากการดำเนินธุรกิจ ปัจจัยในการผลิตแบ่งออกได้เป็น 6 ปัจจัยหรือ 6 M ดังนี้

1. Man หมายถึง บุคลากรผู้ที่จะต้องเกี่ยวข้องกับระบบงาน หรือ หมายถึง คนทุกคนที่เกี่ยวข้องกับระบบนั่นเอง อาจจะประกอบไปด้วยผู้บริหารระดับต่าง ๆ ซึ่งจะมีทั้ง ผู้บริหารระดับสูง ระดับกลาง และระดับปฏิบัติการ และอาจประกอบด้วยนักวิชาการในระดับต่างๆ แต่จะนับรวมลูกจ้าง หรือผู้บริโภคนั้นเป็นผู้ที่มีความสำคัญไม่น้อยของระบบด้วยหรือไม่ก็ย่อมสุดแล้วแต่นักวิชาการทางด้านบริหารระบบจะตัดสินใจ

2. Money หมายถึง เงิน หรือทรัพย์สินที่มีค่าเป็นเงินของระบบซึ่งนับเป็นหัวใจที่สำคัญอย่างหนึ่งของระบบเช่นเงินทุนเงินสดเงินหมุนเวียนเงินค่าใช้จ่ายหรือเงินรายรับรายจ่ายต่างๆ เหล่านี้เป็นต้น ถ้าการเงินของระบบไม่ดีพอระบบนั้นย่อมจะประสบกับความยุ่งยาก หรืออาจถึงแก่การหายนะได้ เพราะฉะนั้น ระบบธุรกิจทุกชนิดจะต้องมีความระมัดระวังในเรื่องของการเงินเป็นพิเศษ

3. Material หมายถึง ตัวสินค้า หรือวัสดุที่ใช้ในการผลิตสินค้าซึ่งเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญของระบบไม่น้อย ปัญหาในเรื่อง Material หรือ สินค้าและวัสดุนี้มีสองประการใหญ่ๆ

3.1) ประการแรก เป็นการขาดแคลนวัสดุ เช่น การขาดวัตถุดิบสำหรับใช้ในการผลิตสินค้าของโรงงานอุตสาหกรรม เมื่อขาดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตก็จะทำให้ไม่มีสินค้าสำหรับขาย ผลก็คือการขาดทุน

3.2) ประการที่สอง คือ การมีวัตถุดิบมากเกินไปเกินความต้องการ เช่น สินค้าที่จำหน่าย หรือขายไม่ออกมากเกินไป ทำให้เงินทุนไปจมอยู่กับวัตถุดิบ ทำให้เกิดการขาดทุนเช่นเดียวกัน นั่นเอง

4. Machine หมายถึง เครื่องจักรอุปกรณ์ และเครื่องมือเครื่องใช้ในโรงงานหรือ ในสำนักงานซึ่งนับว่าเป็นองค์ประกอบที่สร้างปัญหาให้กับระบบอย่างสำคัญประการหนึ่งเหมือนกับปัญหาที่ทำให้ได้กำไร หรือขาดทุนมากที่สุดของธุรกิจ มักเกิดจากเครื่องจักรและอุปกรณ์การทำงานเป็นส่วนใหญ่ เช่น เครื่องมีกำลังผลิตไม่พอ เครื่องเก่าหรือเป็นเครื่องที่ล้าสมัย ทำให้ต้องเสียค่าซ่อมบำรุงสูง มีกำลังการผลิตน้อย ประสิทธิภาพในการทำงานต่ำแต่มีค่าใช้จ่ายในการ

ซ่อมบำรุงหรือ ทำงานได้ล่าช้า ทำงานไม่ทันตามเวลาที่กำหนดไว้ทำให้เกิดความเสียหาย และขาดรายได้ หรือขาดทุน เป็นต้น

5. Management หมายถึง การบริหารระบบซึ่งเป็นอีกเรื่องหนึ่ง ที่ทำให้ระบบเกิดปัญหาเพราะการบริหารที่ไม่ดี หรือการบริหารที่ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อม หรือไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่อสังคมเศรษฐกิจ และการเมืองที่เรียกกันว่าไม่เป็นไปตามโลกาภิวัตน์ หรือการได้ผู้บริหารที่ไม่มีประสิทธิภาพมาบริหารงานซึ่งส่วนมากมักเกิดขึ้นในระบบราชการสำหรับระบบทางธุรกิจของเอกชนจะถือว่าการบริหารงานเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดเพราะถ้าการบริหารไม่ดีแล้วธุรกิจนั้นก็ไม่สามารถที่จะอยู่ได้กิจการต้องล้มเลิกไปในที่สุด

6. Morale หมายถึง ขวัญ และกำลังใจของบุคคลในระบบ หรือ หมายถึง ค่านิยมของคนที่มีต่อระบบ หรือต่อองค์กรมากกว่าซึ่งเป็นค่านิยมของคนในระบบที่มีขวัญ และกำลังใจ ในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นค่านิยมของผู้บริโภคหรือบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนให้ระบบอยู่รอด และกระตุ้นใจด้วยวิธีต่างๆ ก็มีจุดมุ่งหมายในสิ่งนี้ ระบบที่ขาดค่านิยมหรือ ขาดความเชื่อมั่นของบุคคลระบบนั้นก็มักจะอยู่ต่อไปไม่ได้จะต้องประสบกับความล้มเหลวในที่สุด

## 2.2.2 แนวคิดด้านการบริหารการตลาด

### 2.2.2.1 ความหมายของการบริหารการตลาด

ทิตจิตตา (2560) การบริหารการตลาด เป็นกระบวนการที่ทำให้สินค้า หรือบริการถึงมือผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจ ในการสร้างความได้เปรียบทางการตลาด โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด หรือเรียกว่า 7Ps

### 2.2.2.2 กลยุทธ์ทางการตลาด

ทิตจิตตา (2560) การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดจำเป็นต้องคำนึงถึงส่วนประสมทางการตลาด ที่เป็นกระบวนการที่ทำให้สินค้า หรือบริการถึงมือผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจ ในการสร้างความได้เปรียบทางการตลาด โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด หรือเรียกว่า 7 Ps ประกอบด้วย

1) ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Services) หมายถึง สิ่งที่เสนอขาย เพื่อสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตน (Tangible) หรือไม่มีตัวตนก็ได้ (Intangible) ผลิตภัณฑ์ จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องพยายามคำนึงถึง ปัจจัยต่อไปนี้

1.1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และ (หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

1.2) พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่าง ลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น

1.3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อใช้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสาย ผลิตภัณฑ์ (Product Line)

2) ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน และราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1) คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์สูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์นั้น

2.2) ต้นทุนสินค้า และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3) การแข่งขัน

2.4) ปัจจัยอื่นๆ

3) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง การจัดสถานที่ให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการต้องเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่มีขั้นตอนซับซ้อน ทำให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการได้มากที่สุด และทำเลที่ตั้งให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและลักษณะธุรกิจ เช่น ทำเลที่ตั้งของร้านหนังสืออยู่ใกล้กับสถาบันการศึกษา และมีเว็บไซต์ในการสั่งซื้อพร้อมบริการจัดส่งถึงบ้าน การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

3.1) ช่องทางการจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ หรือกิจกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2) การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Market Logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้าจึงประกอบด้วยงานที่สำคัญ ต่อไปนี้

3.2.1) การขนส่ง (Transportation)

3.2.2) การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing)

3.2.3) การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขาย กับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่ง หรือหลายเครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication) (IMC)



โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ มีดังนี้

4.1) การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร และ ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงิน โดยอุปถัมภ์รายการกลยุทธ์การโฆษณาเกี่ยวข้องกัน

4.1.1) กลยุทธ์การสร้างสรรค์งานโฆษณา (Creative Strategy) และยุทธวิธีการโฆษณา (Advertising Tactics)

4.1.2) กลยุทธ์สื่อ (Media Strategy)

4.2) การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสาร และจูงใจตลาด โดยใช้บุคคล งานในข้อนี้ที่เกี่ยวข้องกัน

4.2.1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling Strategy)

4.2.2) การจัดการหน่วยงานขาย (Sales Force Management)

4.3) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขาย โดยใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ

4.3.1) การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion)

4.3.2) การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade Promotion)

4.3.3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales Force Promotion)

4.4) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผน โดยองค์กรหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อ องค์กรให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing) และการตลาดเชื่อมตรง (online Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ประกอบด้วย

4.5.1) การขายทางโทรศัพท์

4.5.2) การขายโดยใช้จดหมายตรง

4.5.3) การขายโดยใช้แคตตาล็อก

4.5.4) การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คูปอง แลกซื้อ

## 5) บุคลากร หรือพนักงานขององค์กร (People)

5.1) ด้านบุคคล หรือ พนักงานขององค์กร จะต้องมีความสามารถในการตอบสนองผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ หรือ เพื่อการสร้างค่านิยมให้แก่องค์กร

5.2) ความรู้ความสามารถและความน่าเชื่อถือขององค์กร

5.3) ตัวคน ในองค์กรมีการบริการดี หรือมีคนเก่งทำงานในองค์กร

5.4) บุคลากร ถือว่ามีความสำคัญกับธุรกิจที่ต้องทำหน้าที่บริการ เพราะธุรกิจต่าง ๆ ในปัจจุบันส่วนใหญ่อาศัยคนเป็นเครื่องมือในการทำงาน หากต้องการให้บริการ ถูกจัดอันดับอยู่ในชั้นดีเลิศ ต้องสรรหาผู้ที่มีใจรักงานทางด้านบริการ บุคลิกดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ที่สำคัญจะต้องมีความรู้ และความสามารถพิเศษในหน้าที่เป็นอย่างดี นอกจากนี้แล้วยังต้องมีความอดทนต่อปัญหาที่เกิดขึ้น และพยายามเรียนรู้ที่จะแก้ไขปัญหาเพื่อนำไปสู่การให้บริการที่ดี

5.5) การรักษาความภักดีในสินค้าของผู้บริโภคได้ด้วยการให้บริการ ทั้งก่อน ระหว่างและหลังการขาย

5.6) การพัฒนาตนเอง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริการ นั้นถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ เพื่อให้การบริการสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้สูงสุด

6) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการสร้างคุณภาพ โดยรวมให้กับภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ รวมทั้งด้านปรับปรุงคุณภาพทางกายภาพอื่นๆ เช่น แพ็คเกจ มีรูปแบบ สีเส้นที่โดดเด่น ดึงดูดใจในการซื้อสินค้า บรรยากาศภายในร้าน สะอาดเรียบร้อยทันสมัย พนักงานมีการใส่ยูนิฟอร์มเหมือนกัน ทำให้มีความเชื่อถือในมาตรฐานของร้าน รวมทั้งได้รับการฝึกอบรม ความรู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสามารถตอบข้อซักถาม แก้ไขปัญหา แนะนำในสินค้า และบริการที่เหมาะสม และคุ้มค่าต่อลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

7) กระบวนการให้บริการ (Processes) กระบวนการต่างๆ ในการจัดการด้านสินค้าและบริการ มีระเบียบข้อปฏิบัติที่ชัดเจน และรวดเร็ว ผิดพลาดน้อย เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ และเกิดความภักดีในตัวสินค้า

### 2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการเงิน

#### 2.2.3.1 ความหมายของการบริหารการเงิน

กิตติ (2553) การบริหารการเงิน หมายถึง เงิน หรือทรัพย์สินที่มีค่าเป็นเงินของระบบซึ่งนับเป็นหัวใจที่สำคัญอย่างหนึ่งของระบบเช่น เงินทุน เงินสด เงินหมุนเวียน เงินค่าใช้จ่าย หรือเงินรายรับรายจ่ายต่างๆ เหล่านี้ เป็นต้น ถ้าการเงินของระบบไม่ดีพอ ระบบนั้นย่อมจะประสบกับความยุ่งยาก หรืออาจถึงแก่การหายนะได้ เพราะฉะนั้น ระบบธุรกิจทุกชนิดจะต้องมีความระมัดระวังในเรื่องของการเงินเป็นพิเศษ

ปภพพล (2555) ทฤษฎีด้านการเงิน (System of Internal control) หมายถึง กระบวนการที่ใช้ควบคุมดูแลการใช้ทรัพย์สินต่างๆ ของบริษัทให้เกิดประโยชน์สูงสุด ถูกต้องเหมาะสม สอดคล้องกับความจำเป็นในการปฏิบัติงานแต่ละอย่าง เพื่อบรรลุถึงเป้าหมายของบริษัทที่กำหนดไว้ ตัวแปรที่นำมาใช้พิจารณา ได้แก่ แหล่งที่มาของสินทรัพย์ (Sources of Total Assets) แหล่งที่มาของสินทรัพย์ทั้งหลาย ได้แก่ เงินสด หลักทรัพย์ระยะสั้น ลูกหนี้การค้า ตัวเงินรับและ

สินค้ำคงเหลือ แหล่งที่มาของหนี้สิน ได้แก่ หนี้สินระยะสั้น หนี้สินระยะยาวตลอดจนค่าใช้จ่ายค้างจ่ายต่างๆ ส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่ม ได้แก่ การลงทุนเพิ่มของผู้ถือหุ้น และกำไรสะสมของผู้ถือหุ้น แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน (Sources of the use of Assets) จะพิจารณาถึงการใช้ไปของเงินทุนในส่วนของผู้ถือหุ้นหนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น ผลการดำเนินงานของบริษัท (The Financial Operation) ซึ่งจะพิจารณาถึงผลการดำเนินงานของบริษัทที่เกิดขึ้น

### 2.2.3.2 ความสำคัญของการเงิน

- 1) เพื่อให้เจ้าของกิจการสามารถควบคุมอย่างใกล้ชิด และเมื่อปรากฏข้อบกพร่อง อย่างใดอย่างหนึ่งก็อาจแก้ไขได้ทันที
- 2) เพื่อช่วยให้เจ้าของกิจการ นำข้อมูลทางการบัญชีไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย และการตัดสินใจ
- 3) เพื่อช่วยให้ทราบผลการดำเนินงาน ของกิจการในขณะใดขณะหนึ่ง ว่ากิจการมีสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นจำนวนเท่าไร
- 4) เพื่อช่วยให้ทราบฐานะการเงินของกิจการในขณะใดขณะหนึ่งว่า กิจการมีผลการดำเนินงานในรอบปีที่ผ่านมา กิจการมีกำไรหรือขาดทุนเป็นจำนวนเท่าไร
- 5) เพื่อประโยชน์ในการเพิ่มทุนหรือลดทุน ตลอดจนการขอสินเชื่อจากธนาคารเพื่อขยายกิจการ
- 6) เพื่อใช้เป็นหลักฐานสำคัญในการคำนวณภาษีได้อย่างถูกต้องตามความเป็นจริง
- 7) เพื่อให้บุคคลภายนอกใช้ในการอ้างอิงประกอบการพิจารณาความมั่นคงของกิจการ

### 2.2.3.3 หน้าที่ทางการบริหารการเงิน

ธนาศักดิ์ (2553) การบริหารการเงินอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้มูลค่าของธุรกิจสูงขึ้นซึ่งหน้าที่ทางการบริหารทางการเงิน ประกอบด้วย

- 1) การวางแผนเกี่ยวกับการเงิน (Financial Planning) เกี่ยวข้องกับการวางแผน รายรับ-รายจ่าย ของธุรกิจ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงกลยุทธ์ทางการเงิน และโครงการในอนาคตซึ่งการวางแผนควรมีทั้งแผนการเงินระยะสั้น และระยะยาวโดยมีความสัมพันธ์สอดคล้องกันเพื่อบรรลุเป้าหมายของธุรกิจที่ตั้งไว้
- 2) การตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดหาเงินทุน (Financial Decision) แหล่งที่มาของเงินทุนมี 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ
  - 2.1) จากการกู้ยืมเป็นการจัดหาเงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้น
  - 2.2) จากการออกหุ้นสามัญเป็นการจัดหาเงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้น
- 3) การตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดสรรเงินทุน (Investment Decision) การจัดสรรเงินทุนเป็นการใช้ไปในสินทรัพย์ 2 ประเภท คือ
  - 3.1) สินทรัพย์หมุนเวียน ได้แก่ เงินสด หลักทรัพย์ในความต้องการของ ตลาด ลูกหนี้การค้า และสินค้ำคงเหลือ

3.2) สินทรัพย์ถาวร ได้แก่ อาคารโรงงานเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ ระบบการทำบัญชี สำหรับวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ควรบรรลุวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

3.2.1) มีระบบที่ถูกต้องเพื่อแสดงผลการดำเนินงานได้อย่างแท้จริง

3.2.2) ระบบการบันทึกสามารถเปรียบเทียบข้อมูล ในปัจจุบัน กับข้อมูลการดำเนินงานในอดีต และช่วยในการวางแผนด้านงบประมาณในอนาคต

3.2.3) การบันทึกควรจะแสดงงบการเงินสำหรับฝ่ายบริหาร และผู้ที่จะนำมาใช้ในการตัดสินใจ

3.2.4) ระบบควรอำนวยความสะดวกในการทำรายงานได้อย่างรวดเร็วตลอดจนใช้ในการเรียกภาษีคืน และสามารถนำเสนอแก่ส่วนราชการ เพื่อเสียภาษี

3.2.5) ระบบควรจะช่วยควบคุม ป้องกันการทุจริต และลดการสูญเปล่าได้

4) การบริหารสภาพคล่องการบริหารเงินสดให้เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ โดยพิจารณาในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

4.1) เงินสด สำรองเงินสดไว้อย่างสมเหตุสมผลลงทุนเพื่อให้เกิดดอกผลได้ แต่ต้องคำนึงถึงสภาพคล่อง

4.2) ลูกหนี้ประเมินเครดิตลูกหนี้อย่างรอบคอบสม่ำเสมอ ขอหลักประกันการชำระหนี้ถ้าเป็นไปได้ จัดเก็บข้อมูลลูกหนี้อย่างครบถ้วน รวมถึงระเบียบการวางใบแจ้งหนี้ และรับเช็ควางใบแจ้งหนี้แต่เนิ่นๆ ติดตามหนี้ที่ครบกำหนดอย่างสม่ำเสมอ จ่ายค่าคอมมิชชั่นให้ผู้แทนขายต่อเมื่อเก็บหนี้ได้ ทำเรื่องการรับชำระหนี้แบบหักบัญชีอัตโนมัติ ให้ส่วนลดเมื่อ จ่ายหนี้เร็ว จัดลำดับชั้นของลูกหนี้ เพื่อสามารถบริหารที่มีประสิทธิภาพ ฯลฯ

4.3) สินค้าคงคลัง จัดเก็บสินค้าคงคลังตามความเหมาะสม เช่น เก็บที่ส่วนกลาง กระจายตามคลังย่อย ใกล้แหล่งผลิต หรือใกล้ตลาด วางแผนจัดซื้อ ใช้จำนวนสั่งซื้อที่ ประหยัด (Economic Order Quantity: EOQ) วางแผนการลำเลียงวัตถุดิบเข้าคลัง ที่สอดคล้องกับ อุปสงค์ และกำลังการผลิต กำหนดสต็อกสินค้าสำเร็จรูป ให้เหมาะสมกับกลยุทธ์ของบริษัท ผลักภาระให้ Supplier เป็นผู้จัดเก็บ ฯลฯ

4.4) เจ้าหนี้ การค้างชำระหนี้ได้เร็ว กรณีได้ส่วนลด ขอเงื่อนไขการชำระหนี้ ที่สมเหตุสมผล ชะลอการชำระหนี้โดยไม่ให้เสียเครดิต กระจายการซื้อจากผู้ค้าหลายรายเพื่อป้องกันความเสี่ยง

4.5) สินทรัพย์ถาวร ขายหรือให้เช่าสินทรัพย์ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ พิจารณาเงื่อนไขการซื้อเช่า เช่าซื้ออย่างรอบคอบ ใช้สินทรัพย์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทำประกันภัย

4.6) หนี้สิน รักษาอัตราหนี้สินต่อทุน อย่างเหมาะสม สร้างสัมพันธ์กับธนาคารหลายแห่งใช้แหล่งเงินกู้ที่ต้นทุนต่ำ ก่อนขอวงเงินเพื่อไว้อามฉุกเฉิน บริหารวันครบชำระหนี้ให้ตรงกัน หาหลักประกันให้เพียงพอ

4.7) ทุน เตรียมทุนสำรองยามฉุกเฉิน ยกยอดขาดทุนสะสมมาใช้เพื่อลดภาษี ในปีที่มีกำไร ระดมทุนจากตลาดหลักทรัพย์เมื่อมีโอกาส

4.8) รายได้ รักษาฐานลูกค้าเดิม หาดตลาดใหม่ คิดเชิงสร้างสรรค์  
หาโอกาสใหม่ในการทำธุรกิจ

4.9) ค่าใช้จ่าย ทำแผนลดชะลอค่าใช้จ่าย ศึกษาข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง  
กับการเลิกจ้างชดเชย

4.10) ภาษี วางแผนภาษีอย่างรอบคอบ ตรวจสอบความถูกต้องของ  
หลักฐานทางบัญชี ขอคืนภาษีที่ชำระไว้เกิน เป็นต้น

5) การจัดการความเสี่ยง ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
สามารถจัดการ และควบคุมความเสี่ยงต่างๆ ได้ด้วยการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง การลดความเสี่ยง  
การผลักระยะความเสี่ยง ในการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงสามารถทำได้ด้วยวิธีการดังนี้ คือ การหาสิ่งอื่น  
มาทดแทน การถ่วงดุล และการขจัดความเสี่ยง ในการลดความเสี่ยง ผู้ประกอบการจะมีวิธีการ  
หรือ ระบบการจัดการที่ดีในการเข้ารับความเสี่ยงผู้ประกอบการ สามารถผลักระยะความเสี่ยงไปยัง  
บุคคล อื่นๆ ได้ เช่น การรับเหมาช่วงการซื้อขายล่วงหน้า และการทำประกันภัย

## 2.2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานบุคลากร

### 2.2.4.1 ความหมายของการบริหารงานบุคคล

ธนาศักดิ์ (2553) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการ  
ดำเนินงานที่เกี่ยวกับบุคลากรขององค์กร อันประกอบด้วยภารกิจหลัก 4 ด้าน คือ การจัดหา  
การพัฒนาประโยชน์ การเก็บรักษาบุคลากร เพื่อให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุด และคุณค่าของ  
บุคลากรจะส่งผลต่อเป้าหมายขององค์กร ขณะเดียวกันบุคลากรก็มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน  
และมีความเจริญก้าวหน้าตามความมุ่งหวังของแต่ละบุคคล

วรารุช (2557) ให้คำนิยามว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ คือการบริหาร  
จัดการกิจกรรมในการดึงดูด พัฒนา จูงใจ และเก็บรักษาบุคลากร ที่มีศักยภาพในการทำงานสูงไว้กับ  
องค์กร องค์กรเจริญก้าวหน้าไปสู่ความเป็นเลิศ โดยการบูรณาการ หรือประสานความต้องการของ  
แต่ละบุคคล ในด้านความเจริญก้าวหน้า และการพัฒนากับเป้าหมายองค์กร

### 2.2.4.2 ความสำคัญของการบริหารงานบุคคลกับงานบริการ

พุดิยา (2560) เมื่อองค์กรธุรกิจเอกชนมีเป้าประสงค์ 3 ประการ ได้แก่  
การอยู่รอดด้วยผลกำไรที่เพียงพอ การมีขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน และการมี  
ความชอบธรรมทางสังคม เป้าประสงค์เหล่านี้ย่อมส่งผลต่อเป้าประสงค์ของการบริหารจัดการ  
ทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งอาจจะสามารถแปลงเป้าประสงค์ใหญ่ระดับองค์กร มาสู่เป้าประสงค์ย่อยในระดับ  
การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งสามารถช่วยให้เราเห็นภาพของการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ได้  
ดังนี้

1) ในแง่ของการที่จะสร้างความมั่นใจว่าองค์กรจะสามารถอยู่รอดได้  
พร้อมไปกับความสามารถที่จะมีกำไรในการประกอบธุรกิจได้อย่างเพียงพอ นั้น การบริหารจัดการ  
ทรัพยากร มนุษย์จะต้องทำให้องค์กรเกิดความคุ้มค่าในการลงทุนเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคลในองค์กร

2) ในแง่ของการที่องค์กรประสงค์ที่จะมีความได้เปรียบในการแข่งขัน  
อย่างยั่งยืน การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ก็ต้องกำหนดเป้าประสงค์ ในแง่ของการที่จะทำให้อ  
องค์กร พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นการทำให้้องค์กรมีความยืดหยุ่น พร้อมรับการ

เปลี่ยนแปลงและการแข่งขันอย่างยั่งยืน จึงเป็นเป้าประสงค์ที่สำคัญอีกประการของงานด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์

3) ในแง่ของการที่องค์กร ประสงค์ที่จะมีความชอบธรรมทางสังคม ก็ถือเป็นภาระหน้าที่สำคัญของการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ที่จะต้องมีเป้าหมายที่มุ่งเน้นการสร้างความรู้สึกรู้สึกในองค์กรให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรับผิดชอบต่อบุคลากรภายในองค์กร ซึ่งต่อมาได้ขยายนิยามความรับผิดชอบต่อออกไปสู่ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ลูกค้า ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มต่างๆ

## 2.2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการ

### 2.2.5.1 ความหมายของการบริหารจัดการ

นันทน์ภัส (2559) ให้ความหมายของการบริหารไว้ว่างานบริหารทุกอย่างจำเป็นต้องกระทำโดยมีหลักเกณฑ์ ซึ่งกำหนดจากการวิเคราะห์ ศึกษาโดยรอบคอบ ทั้งนี้ เพื่อให้มีวิธีที่ดีที่สุด ในอันที่จะก่อให้เกิด ประสิทธิภาพในการผลิตมากยิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์สำหรับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

พิทักษ์ (2558) การบริหารจัดการ หมายถึง การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใดๆ ของหน่วยงานของรัฐ และ/หรือ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ที่เกี่ยวข้องกับคน สิ่งของ และหน่วยงาน โดยครอบคลุมถึงเรื่องต่างๆ เช่น การบริหารนโยบาย ( policy) การบริหารอำนาจหน้าที่ (Authority) การบริหารคุณธรรม (Morality) การบริหารที่เกี่ยวข้องกับสังคม(Society) วางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) การรายงาน (Reporting) และการงบประมาณ (Budgeting) เช่นนี้ เป็นการนำ "กระบวนการบริหาร " หรือ "ปัจจัยส่วนสำคัญต่อการบริหาร" ที่เรียกว่า แพมส์-โพสคอร์บ (PAMS-POSDCORB) แต่ละตัวมาเป็นแนวทางในการให้ความหมาย

สรุปได้ว่า การบริหารและการบริการจัดการ คือ กระบวนการใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

### 2.3.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

จันทิมา (2554) ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ก่อตั้งกิจการเป็นเจ้าของและเป็นหุ้นส่วน และดำเนินกิจการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ เพื่อผลกำไร และความพึงพอใจของตนเอง

ทิตจิตตา (2560) "ผู้ประกอบการ" หรือ "เถ้าแก่" ภาษาอังกฤษ คือ Entrepreneurs ในพจนานุกรมภาษาอังกฤษหมายถึง บุคคลที่ยอมรับความเสี่ยง ตั้งองค์กรธุรกิจขึ้นมาเพื่อหวังผลกำไร นอกจากนั้น ก็มีนักเศรษฐศาสตร์ ที่มีชื่อเสียงอีกหลายคน ได้ให้คำนิยามไว้มากมาย และแตกต่างกัน บุคคลที่จะเป็นผู้ประกอบการนั้น จะต้องเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นขวนขวายที่จะเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ มาผสมผสานด้วย หลักการการจัดการ ทำให้เกิดเป็นสินค้าแปลกใหม่ เกิดผู้ประกอบการใหม่ มีการแสวงหาตลาดหรือช่องทางที่ทำให้เกิดกำไร เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ให้กับสินค้าตัวเดิมอยู่เสมอ หรือปรับปรุงกระบวนการผลิตเดิมให้ดีขึ้น

นันทน์ภัส (2559) ได้สรุปความหมายของผู้ประกอบการ คือ บุคคลผู้จัดตั้งและบริหารธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยพร้อมยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ และมองเห็นโอกาสที่จะทำกำไร ผลักดันให้เกิดการสร้างสรรคเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง ที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม สร้างสิ่งที่มีคุณค่า และเป็นทางเลือกใหม่ๆ ให้กับสังคม ตลอดจน เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยการผลิตสินค้าชนิดใหม่ที่มีประสิทธิภาพที่ดีกว่าเดิมขึ้นมาเสนอขายในตลาด เพื่อเป้าหมายในการสร้างสรรคความมั่นคงแก่ธุรกิจขนาดย่อม

ปรเมษฐ์ (2554) ได้กล่าวถึงความหมายของผู้ประกอบการไว้ว่า หมายถึง บุคคลผู้ก่อตั้งองค์กร เป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วน และดำเนินกิจการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ เพื่อผลกำไร และความพอใจด้วยตนเอง

พิชญา (2554) ได้กล่าวถึงความหมายของผู้ประกอบการไว้ว่า หมายถึง ผู้ที่ริเริ่มธุรกิจ โดยมีความเชื่อมั่นในตัวเองที่จะปฏิบัติตามความคิด หรือเป้าหมายของตน ด้วยความกล้าเสี่ยง เสาะแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ มุ่งมั่นอุตสาหะสู่ความสำเร็จ และเป็นผู้รับผิดชอบบริหารธุรกิจ จัดหาทุน และทรัพยากรดำเนินการ รวมทั้งยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจเพื่อผลกำไร และความพอใจ

พิทยา (2556) ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่คิดริเริ่มดำเนินธุรกิจขึ้นมา เป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงาน และดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อมุ่งหวังผลกำไร ที่เกิดจากผลการดำเนินงานของตนเอง

วิมลวิภา (2556) ได้กล่าวถึงความหมายของผู้ประกอบการไว้ว่า หมายถึงเป็นผู้ที่มองเห็นโอกาสในสถานการณ์ต่างๆ รวมทั้งพร้อมยอมรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น และมุ่งมั่นอุตสาหะสู่ความสำเร็จของธุรกิจด้วยตัวเอง โดยที่ผู้ประกอบการจะมีความรู้เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ และมีส่วนร่วม ร่วมต่อการดำเนินธุรกิจทุกขั้นตอน และกล้าตัดสินใจในการขยายธุรกิจ จากธุรกิจขนาดเล็ก ไปสู่ธุรกิจขนาดใหญ่

ธาสนี (2557) ได้กล่าวถึง ความหมายของผู้ประกอบการไว้ว่า หมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งองค์กร เป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วน ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจ โดยต้องยอมรับถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ ในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อผลกำไร และความพอใจ

สุธิดา (2555) กล่าวว่าผู้ประกอบการ หมายถึง เป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในสังคมตลาดการค้าเสรี เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นผู้มองเห็นโอกาส และไขว่คว้าโอกาสนั้น ๆ โดยนำความรู้ ประสบการณ์ ทักษะทั้งทางการเงินและทางสังคมที่ตนมีอยู่มาลงทุน เพื่อสร้างองค์กรธุรกิจ ขึ้นมา และใช้ทุนเหล่านั้นในการดำเนินกิจกรรมในเชิงธุรกิจ ผลักดันให้เกิดการสร้างสรรค นำไปสู่การเปลี่ยนแปลง ที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม สร้างสิ่งที่มีคุณค่า และเป็นทางเลือกใหม่ๆ ให้กับสังคม ตลอดจน เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ ได้แก่ ผลกำไร และการเติบโตทางธุรกิจ ในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการมีหน้าที่สำคัญในการเป็นผู้วางแผน บริหารจัดการ และผลักดันให้ธุรกิจเกิดการพัฒนา ไปสู่ความสำเร็จตามที่ได้คาดหวังไว้ รวมทั้งเป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย และกลยุทธ์ต่างๆ ให้พัฒนาเหมาะสมกับสิ่งแวดล้อม และสังคมที่ดำเนินธุรกิจอยู่

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นทั้งเจ้าของกิจการ หรือ หุ้นส่วน และเป็นผู้บริหารจัดการงานต่างๆ ของกิจการนั้นๆ ด้วยตนเองโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจทางการขายที่มีอยู่ ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานที่สำคัญ คือ ขอบเขตตลาดที่เหมาะสม ชัดจำกัดในด้านเวลา ช่องทางในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และอายุของสินค้า หรือ บริการ ที่สามารถวางอยู่ในตลาดได้ (Shelf Life)

1) คุณลักษณะทางจิตวิทยา คือ เป็นความสามารถของผู้ประกอบการแต่ละคนที่จะปรับตัวเผชิญกับสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งขึ้นกับปัจจัยทางจิตวิทยาที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่

- 1.1) ความต้องการอิสระ
- 1.2) ความอดทนต่อสภาวะเสี่ยง
- 1.3) ความต้องการประสบความสำเร็จ
- 1.4) ความต้องการมีอิทธิพลทางสังคม หรือมีอำนาจในการจูงใจ
- 1.5) ความต้องการเป็นผู้มีอำนาจอย่างจริยธรรม

2) ทักษะความสามารถในการบริหารจัดการและนำไปสู่การเติบโต คือ ทักษะที่สำคัญ ได้แก่ การสร้างและการจัดการกับการเปลี่ยนแปลง การสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งให้การส่งเสริมและสนับสนุน

3) วัฒนธรรมองค์กร ที่ผลักดันให้เกิดการเติบโต คือ ลักษณะของวัฒนธรรมที่สำคัญ ประกอบด้วย การเอาใจใส่ผู้ใต้บังคับบัญชา และการให้รางวัลแก่ผลงานที่จับต้องได้ การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และการสนับสนุนให้วัฒนธรรมดังกล่าวอยู่ในองค์กร

### 2.3.2 ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ธุรกิจที่ต้องประสบความสำเร็จ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีผู้บริหารที่มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ที่เชื่อมโยงถึงการปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่ได้วางไว้ และใช้ในสถานการณ์ที่มีความท้าทาย มีการเสนอกรอบความคิด และมุมมองของการเป็นผู้ประกอบการว่า ขึ้นอยู่กับลักษณะของวัฒนธรรมขององค์กรที่แตกต่างกัน

ณัฐวุฒิ (2555) ได้กล่าวถึง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางของ Miller (1983) ไว้ว่า คุณลักษณะเฉพาะของการเป็นผู้ประกอบการ จะต้องประกอบด้วย การสร้างนวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก ซึ่งเป็นพฤติกรรมของผู้ประกอบการ แต่ละรายที่แสดงออกในการดำเนินธุรกิจ

นราธร (2558) ได้เสนอคุณลักษณะที่เป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญ ของเจ้าของธุรกิจ ขนาดย่อม หรือผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ 10 คุณลักษณะ คือ

1) ความสามารถเชิงเทคนิค (Technical competence) เป็นคุณลักษณะที่สำคัญ ต่อความสำเร็จ ของผู้ประกอบการขนาดย่อม คือความได้เปรียบด้านเทคนิค โดยเจ้าของธุรกิจ จำเป็นต้องเข้าใจธุรกิจที่ดำเนินอยู่

2) ความสามารถทางจิตใจ (Mental ability) เป็นความสามารถ ในการรับรู้ และเข้าใจผู้ประกอบการจะใช้ความสามารถทางจิตใจ ในการพัฒนากลยุทธ์การแข่งขัน ผู้ประกอบการ ควรเป็นผู้มีความสามารถที่หลากหลาย และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งการให้



ความช่วยเหลือผู้จัดการธุรกิจ ในการให้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานต่างๆ ที่มีความสำคัญในการพัฒนาแผนงาน และวัตถุประสงค์ของธุรกิจ หรือความสามารถในการบูรณาการต่างๆ เข้าด้วยกัน

3) การแสวงหาโอกาส (Opportunity Orientation) ผู้ประกอบการ ที่ประสบความสำเร็จ และสามารถพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโตได้นั้น จะต้องเป็นผู้แสวงหาโอกาส มากกว่าการแสวงหาปัจจัยด้านทรัพยากร โครงสร้าง หรือกลยุทธ์ สามารถเข้าถึงปัจจัยสำคัญต่างๆ ที่เป็นโอกาสเพื่อกำหนดเป้าหมายธุรกิจ

4) ความคิดริเริ่มและความรับผิดชอบ (Initiative and responsibility) การที่ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้บุกเบิกธุรกิจด้วยตนเอง ผู้ประกอบการจึงต้องเป็นผู้รับผิดชอบ ต่อความสำเร็จ หรือล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ และเป็นผู้นำในการแก้ปัญหาต่างๆ ของธุรกิจ

5) ความซื่อสัตย์ และความน่าเชื่อถือ (Integrity and reliability) ความซื่อสัตย์และความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องจาก มีส่วนสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และการให้การยอมรับของบุคคลต่างๆ เช่น นักลงทุน พันธมิตรทางธุรกิจ ลูกค้า และผู้ให้สินเชื่อ

6) ความอดทนต่อความล้มเหลว (Tolerance for failure) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ จะต้องเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ล้มเหลวในอดีต มาแก้ไขปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดีขึ้น โดยจะต้องมีความอดทน และมองหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ อยู่เสมอ

7) การควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายใน (Internal locus of control) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมีความเชื่อมั่นในตนเอง และจะต้องไม่เชื่อว่าความสำเร็จ หรือล้มเหลวเกิดขึ้นจากโชคชะตา แต่เชื่อว่าเป็นผลมาจากการควบคุมภายในของผู้ประกอบการเอง

8) ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human relation skills) ผู้ประกอบการจะต้องมีทักษะในการสื่อสารที่ดี กับบุคคลอื่นๆ เช่น พนักงาน กลุ่มธุรกิจ คู่ค้า และลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิธีการติดต่อสื่อสาร เช่น การสื่อสารข้อความภารกิจของธุรกิจที่เข้าใจตรงกัน วิธีการจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยวิธีการต่างๆ และความมีภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ

9) ความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ (High achievement drive) เป็นผู้มีความมุ่งมั่นที่จะทำงานให้ประสบความสำเร็จ มีความมุ่งมั่นพยายามปฏิบัติงานด้วยความมีประสิทธิภาพ เป็นนักแสวงหาโอกาส กล้าเผชิญกับความเสี่ยง ติดตามประเมินผลการดำเนินงาน และพัฒนาความสำเร็จ ให้ดีขึ้นเรื่อยๆ

10) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์วิธีการต่าง ๆ เช่น มีความคิดค้นพัฒนาทางด้านวัฒนธรรม มีการสังเคราะห์หรือผสมผสานบูรณาการข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างวิธีการทำงานใหม่ๆ มีการขยายองค์ความรู้ใหม่ๆ ในธุรกิจ รวมทั้งการนำแนวความคิดที่เป็นประโยชน์ของผู้อื่นมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง

วิมพีวีกา (2556) ได้แบ่งองค์ประกอบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่

1) ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) หมายถึง ความสามารถ และความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่โอกาส เป็นคนที่สามารถทำงานได้ด้วยตนเอง และสามารถตัดสินใจได้ในภาวะที่บีบบังคับ

2) ความมีนวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การเป็นผู้นำมีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้าใหม่ๆ การบริการและเทคโนโลยีใหม่ๆ

3) ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) ความกล้าเสี่ยงแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ กล้าเสี่ยงต่อสิ่งไม่รู้ กล้าใช้ทรัพยากรเงินจำนวนมากสำหรับก่อตั้งธุรกิจ และกล้ากู้ยืมทรัพยากรเงินจำนวนมาก

4) การบริหารจัดการ (Business Management) หมายถึง เป็นกระบวนการที่ทำให้เป้าหมายขององค์กรประสบผลสำเร็จ

5) ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) หมายถึง การที่เจ้าของกิจการมีความมั่นคง ไม่เก็บสิ่งผิดพลาดมาเป็นอารมณ์ หรือผิดพลาดท้อแท้แต่จะนำเอาประสบการณ์เหล่านั้นมาเรียนรู้

6) ความใฝ่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) หมายถึง ความต้องการที่จะบรรลุมาตรฐานแห่งความเป็นเลิศ และความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะประสบความสำเร็จในการแข่งขัน

Allen (2006) ได้เสนอคุณลักษณะของผู้ประกอบการ 5 ประการ ประกอบด้วย

1) การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking) ผู้ประกอบการเป็นผู้รับผิดชอบ และเผชิญต่อความเสี่ยง ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจส่งผลต่อความสำเร็จ หรือล้มเหลว

2) ความต้องการประสบความสำเร็จ (Need for achievement) ผู้ประกอบการต้องมีความรับผิดชอบต่อการแก้ปัญหาต่างๆ ภายในธุรกิจ มีการกำหนดเป้าหมาย เพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ

3) ความเป็นอิสระ (A sense of independence) ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจอย่างเป็นอิสระ และรับผิดชอบต่อการตัดสินใจของตนเอง

4) การควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายใน (Internal locus of control) ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง และมีความเชื่อว่า ความสำเร็จหรือความล้มเหลวมาจากการกระทำของตน

5) ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน (Tolerance for ambiguity) ผู้ประกอบการต้องมีความอดทนต่อสิ่งต่างๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ ความไม่แน่นอน หรือความไม่ชัดเจนในปัจจัยต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น

## 2.4 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดตรัง

### 2.4.1 ตราประจำจังหวัด



ภาพที่ 2.6 ตราประจำจังหวัด

ที่มา: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตรัง (2564)

### 2.4.2 คำขวัญประจำจังหวัด

คำขวัญประจำจังหวัด ชาวตรังใจกว้าง สร้างแต่ความดี  
คำขวัญส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำจังหวัด “เมืองพระยารัษฎาฯ ชาวประชาใจกว้าง  
หมอย่างรสเลิศ ถิ่นกำเนิดยางพารา เด่นสง่าดอกศรีตรัง ปะการังใต้ทะเล  
เสน่ห์หาดทรายงาม น้ำตกสวยตระการตา ”  
อักษรย่อ : ตง.

### 2.4.3 ต้นไม้ประจำจังหวัด



ภาพที่ 2.7 ต้นไม้ประจำจังหวัด

ที่มา: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตรัง (2564)

**ต้นศรีตรัง** เป็นพันธุ์ไม้พระราชทานเพื่อปลูกเป็นมงคลจังหวัดตรัง

ชื่อวิทยาศาสตร์ : *Jacaranda obtusifolia* Humb. & Bonpl.

วงศ์ : BIGNONIACEAE

ชื่อสามัญ : Green ebony , Jacaranda

ชื่ออื่น : แคนฝอย

ไม้ต้นขนาดเล็กผลัดใบ สูง 4 - 10 เมตร ทรงเรือนยอดโปร่ง เปลือกต้นสีน้ำตาลอ่อนปนเทา โคนหยาบ เป็นใบประกอบแบบขนนกสองชั้น ออกตรงกันข้าม ใบย่อยขนาดเล็กมาก ปลายใบแหลม โคนใบมน ดอกสีม่วง ออกเป็นช่อแขนงขนาดใหญ่ตามปลายกิ่ง โคนกลีบดอกเชื่อมกันเป็นหลอด มี 5 กลีบ เมื่อบานเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 2 เซนติเมตร ผลเป็นฝักแบนกว้าง 1 - 1.5 เซนติเมตร ยาว 2 - 2.5 เซนติเมตร เมื่อแก่แตกออกเป็น 2 ซีก เมล็ดแบนขนาดเล็กมีปีก

นิเวศวิทยา : เป็นไม้ถิ่นอเมริกาใต้ ปลูกได้ดีในดินแทบทุกชนิด

พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี ได้นำเข้ามาปลูกที่จังหวัดตรัง

ออกดอก : ธันวาคม - มีนาคม

ขยายพันธุ์ : โดยเมล็ด ต้นมีอายุ 4 - 6 ปี จึงจะออกดอก

ประโยชน์ : ปลูกเป็นไม้ประดับสวยงาม

#### 2.4.4 ความเป็นมา

จังหวัดตรัง (2562) เป็นจังหวัดหัวเมืองชายทะเลฝั่งตะวันตก ซึ่งตั้งขึ้นใหม่ในสมัยรัตนโกสินทร์ จึงไม่มีประวัติในสมัยโบราณก่อนหน้านั้น และเข้าใจว่าในแผ่นดินพระบรมไตรโลกนาถ ครั้นกรุงศรีอยุธยา นั้น เมืองตรังยังไม่มี เพราะพระธรรมนุญกล่าวถึงหัวเมืองฝ่ายใต้มีเพียง นครศรีธรรมราช พัทลุง ไชยา เพชรบุรี กูย ปราน ครอบวาฬ บางสะพาน ตะกั่วทุ่ง ตะกั่วป่า ตะนาวศรี ทะวาย มะริด และสามโคก ดังนั้นเมืองตรังแต่เดิมมา น่าจะเป็นเพียงทางผ่านไปยังเมือง นครศรีธรรมราช และเมืองพัทลุงเท่านั้น ต่อมาเมื่อผู้คนตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนมากขึ้นจึงเกิดเมืองในตอนหลัง เท่าที่พบหลักฐานความเป็นมาของจังหวัดตรัง เริ่มแรกได้จากศิลาจารึกที่วัดเสมาเมือง จังหวัด นครศรีธรรมราช ซึ่งได้จารึกโดยพระเจ้าจันทรภาณุ หรือพระเจ้าศรีธรรมมาโคกราชที่ 5 ในปี พุทธศักราช 1773 ซึ่งเป็นสมัยที่เมืองนครศรีธรรมราชเจริญรุ่งเรืองมาก ได้จารึกว่าอาณาจักร นครศรีธรรมราชมีหัวเมืองรายล้อมอยู่ถึง 12 หัวเมือง ได้กำหนดใช้รูปสัตว์ตามปีนักษัตรเป็นตราประจำเมือง เรียกว่าการปกครองแบบ 12 นักษัตร โดยเมืองตรังใช้ตราม้า (ปีมะเมีย) เป็นตราประจำเมือง แสดงว่าในปี พุทธศักราช 1773 มีเมืองตรังแล้วแต่ไม่ทราบที่ตั้งเมืองอยู่ที่ใด ในพงศาวดารเมืองพัทลุงกล่าว ว่าเมื่อปี พุทธศักราช 1493 พระยาภูมรกับนางเลือดขาวไปลังกา ทั้งขาไปและขากลับ ได้แวะที่เมืองตรัง เพราะเป็นเมืองท่า นางเลือดขาวยังได้สร้างพระพุทธรูปและวัดพระพุทธรูปสังคีไไว้ที่เมืองตรัง

ในสมัยกรุงศรีอยุธยาและกรุงธนบุรี เมืองตรังมีชื่อเป็นหัวเมืองที่ขึ้นต่อเมือง นครศรีธรรมราช ครั้น ถึงปี พุทธศักราช 2347 รัชกาลที่ 1 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์โปรดเกล้า พระราชทาน ให้ยกเมืองตรังขึ้นตรงกับกรุงเทพฯ ชั่วคราว เนื่องจากผู้รักษาเมืองตรังเป็นอริกับ เจ้าเมืองนครศรีธรรมราช หลังจากนั้นให้ไปขึ้นกับเมืองสงขลาระยะ หนึ่ง จนถึงปี พุทธศักราช 2354 จึงกลับไปขึ้นกับเมืองนครศรีธรรมราชดังเดิม และได้มีการตั้งเมืองตรังขึ้นเป็นครั้งแรก

โดยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ทรงแต่งตั้งพระอุไทยธานีเป็นเจ้าเมืองตรังคนแรก และได้มีการสร้างหลักเมืองตรังไว้ที่ ควนธานี

พุทธศักราช 2381 ในสมัยรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 4 เกิดเหตุการณ์วุ่นวายขึ้น ทางเมืองตรังและหัวเมืองปักษ์ใต้หลายเมือง ต่อมาจึงได้โอนเมืองตรังมาขึ้นต่อกรุงเทพฯ อยู่ภายใต้การดูแลของข้าหลวงใหญ่หัวเมืองชายทะเลฝั่งตะวันตก ซึ่งตั้งกองบัญชาการอยู่ที่เมืองตรังจนถึงปี พุทธศักราช 2428 เมืองตรังจึงได้กลับไปอยู่ภายใต้การดูแลของข้าหลวงใหญ่ ซึ่งตั้งกองบัญชาการอยู่ที่ภูเก็ต และเมื่อมีการปฏิรูปการปกครองเป็นแบบมณฑลเทศาภิบาลเมืองตรังจึงถูกรวมเข้าเป็นหัวเมืองหนึ่งของมณฑลภูเก็ต

ต่อมาเมื่อพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เสด็จประพาสหัวเมืองปักษ์ใต้ เมื่อ ปี พุทธศักราช 2433 ทรงเห็นเมืองตรังมีสภาพทรุดโทรม จึงทรงโปรดเกล้าฯ ให้พระยารัฐานุประดิษฐ์มหิศรภักดี (คอซิมบี๊ ณ ระนอง) มาดำรงตำแหน่งเจ้าเมืองตรัง และสร้างความเจริญให้แก่ตรังอย่างมากมาย โดยย้ายเมืองตรังมาตั้งที่ อำเภอกันตัง ปากแม่น้ำตรัง โดยรวมเอาเมืองตรังและปะเหลียนเข้าด้วยกัน และพัฒนาเป็นเมืองท่าการค้าและยังได้ส่งเสริมให้มีการปลูกยางพาราที่จังหวัดตรังเป็นแห่งแรก

ต่อมาพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเห็นว่าที่ตั้งตัวเมืองตรังเดิม คือเมืองกันตังไม่ปลอดภัยจากศัตรู ไม่เป็นศูนย์กลางของจังหวัด ทั้งยังเป็นทีลุ่มมาก น้ำทะเลท่วมถึงจะขยายตัวเมืองได้ยาก จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ย้ายเมืองไปตั้งที่ตำบลทับเที่ยง อำเภอบางรัก ซึ่งเป็นที่ตั้งของอำเภอเมืองตรังมาจนทุกวันนี้ และเมื่อมีการจัดระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พุทธศักราช 2476 เมืองตรังจึงมีฐานะเป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย

## 2.4.5 ลักษณะทางกายภาพ

### 2.4.5.1 ลักษณะภูมิประเทศ

สภาพพื้นที่เป็นเนินสูงๆ ต่ำๆ สลับด้วยเขาเล็กๆ กระจายอยู่ทั่วไป พื้นที่ค่อนข้างราบเรียบมีจำนวนน้อยซึ่งใช้เพาะปลูกข้าว ทางทิศตะวันออกมีเทือกเขาบรรทัดยาวจากเหนือจรดตอนใต้ และเป็นเส้นแบ่งเขตแดนจังหวัดตรังกับจังหวัดพัทลุง มีเนื้อที่ป่าเกือบร้อยละ 20 ของเนื้อที่จังหวัดส่วนใหญ่เป็นพื้นที่แถบเทือกเขาบรรทัด ลักษณะดินส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทราย สภาพป่าเป็นป่าดิบชื้น มีป่าชายเลนสำหรับท้องที่ที่อยู่ติดชายทะเล และมีลำน้ำสำคัญๆ 3 สาย ได้แก่ แม่น้ำตรัง ซึ่งมีต้นกำเนิดจากเขาวังหีบ เทือกเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช แม่น้ำปะเหลียนเกิดจากเทือกเขาบรรทัด เขตอำเภอปะเหลียน คลองกะลาแสดและต้นน้ำ ที่เกิดจากควนปลวกร้อนควนชะโน และควนน้ำแดง ชายแดนตรัง กระจบี นอกจากนี้ยังมีลำห้วยบริวารที่คอยส่งน้ำให้อีกกว่า 100 สาย ทั้งยังมีชายฝั่งด้านตะวันตก ติดทะเลอันดามันที่ยาวถึง 119 กม. กับเกาะต่างๆ กระจายอยู่กว่า 46 เกาะ และป่าชายเลนที่ยังคงอยู่ในสภาพที่อุดมสมบูรณ์

### 2.4.5.2 อาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช และอำเภอคลองท่อมจังหวัดกระบี่

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล อำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ อำเภอควนขนุน อำเภอกงหรา อำเภอดงตาล  
จังหวัดพัทลุง โดยมีเทือกเขาบรรทัดกั้นอาณาเขตตลอดแนว

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ อำเภอคลองท่อม อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่  
และมหาสมุทรอินเดีย

#### 2.4.5.3 ลักษณะภูมิอากาศ

จังหวัดตรังได้รับมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือช่วงเดือนตุลาคม-มกราคม และ  
ลมมรสุม ตะวันตกเฉียงใต้ช่วง เดือนพฤษภาคม-กันยายนทำให้มีฝนตกตลอดปี อุณหภูมิเฉลี่ยอยู่ที่  
27.4 องศาเซลเซียส ส่วนช่วงเวลาที่อากาศเย็นสบาย จะอยู่ประมาณปลาย เดือนพฤศจิกายนจนถึง  
เดือนธันวาคม ของทุกปี

#### 2.4.5.4 ทรัพยากรธรรมชาติ

ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของจังหวัดตรัง แร่ธาตุที่สำคัญ ได้แก่ ดิบบุก  
ฟลูออไรท์ และถ่านหินลิกไนท์ สำหรับทรัพยากรป่าไม้ที่สำคัญๆ เช่น เคี่ยม ยาง ตะเคียน หลุมพอ  
สามพอน ดำดง ต่ำเสา และตาเสือ เป็นต้น ทางด้านป่าชายเลนมีไม้โกงกาง ตะบูน ตาตุ่ม ปะสัก  
หลุมพอทะเล และอื่นๆ นอกจากนี้ทางด้านชายฝั่งทะเลยังอุดมไปด้วยสัตว์ทะเลนานาชนิด มีสัตว์  
ทะเลหายากที่สำคัญ คือ พะยูน และยังมีแหล่งรังนกนางแอ่นในท้องที่อำเภอสิเกา ซึ่งได้มีเอกชน  
ขอสัมปทานเก็บในแต่ละปี

#### 2.4.6 ข้อมูลการปกครอง/ประชากร

จังหวัดตรัง แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 10 อำเภอ ดังนี้

- 1) อำเภอเมืองตรัง
- 2) อำเภอกันตัง
- 3) อำเภอห้วยยอด
- 4) อำเภอย่านตาขาว
- 5) อำเภอปะเหลียน
- 6) อำเภอสิเกา
- 7) อำเภอวังวิเศษ
- 8) อำเภอนาโยง
- 9) อำเภอรัษฎา
- 10) อำเภอหาดสำราญ

รวมพื้นที่ 4,917 ตารางกิโลเมตร

ประชากรในจังหวัดตรังส่วนใหญ่ นับถือศาสนาพุทธ รองลงมาเป็นชาวมุสลิมร้อยละ  
18.5 และศาสนาคริสต์ร้อยละ 1.5 มีวัด 129 แห่ง สำนักสงฆ์ 65 แห่ง มัสยิด 87 แห่ง โบสถ์คริสต์  
10 แห่ง ศาลเจ้าและโรงเจ 19 แห่ง (จังหวัดตรัง, 2564)

#### 2.4.7 เทศกาลประเพณีที่สำคัญ

- 1) งานพิธีวิวาห์ใต้สมุทร ได้รับการบันทึกเป็นสถิติโลกของ Guinness World Record จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในวันที่ 14 กุมภาพันธ์ ณ เกาะกระดาน อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง
- 2) งานตรุษจีนนครตรัง จัดในช่วงปลายเดือน มกราคม - กุมภาพันธ์ บริเวณลานหอนาฬิกา จังหวัดตรัง
- 3) ประเพณีสงกรานต์ สงกรานต์ เป็นประเพณีเก่าแก่ของไทยซึ่งสืบทอดมาแต่โบราณคู่มากับประเพณีตรุษ จึงมีการเรียกรวมกันว่า ประเพณีตรุษสงกรานต์ หมายถึงประเพณีส่งท้ายปีเก่า และต้อนรับปีใหม่ จัดระหว่างวันที่ 12-14 เมษายน ของทุกปี สถานที่จัดวัดทุกวัดในจังหวัดตรัง
- 4) งานเทศกาลขนมเค้ก จัดขึ้นในเดือนสิงหาคม เค้กเมืองตรังเป็นที่ขึ้นชื่อไปทั่วประเทศว่าเป็นเค้กที่อร่อย มีหลายแบบหลายรสให้เลือกซื้อ เป็นของฝากจากเมืองตรัง
- 5) งานเทศกาลหมูย่าง จัดขึ้นในเดือนกันยายน หมูย่างสูตรเมืองตรัง หนักรอบ เนื้อหอมนุ่ม รสอร่อย จากกรรมวิธีหมักใส่เครื่องปรุง แล้วย่างทั้งตัวด้วยเตาอย่างที่จัดทำเป็นพิเศษ ใ้รับประทานเป็นอาหารเข้ากับกาแฟหรือขึ้นโต๊ะงานจัดเลี้ยงต่าง ๆ
- 6) ประเพณีไหว้พระจันทร์ งานประเพณีไหว้พระจันทร์จังหวัดตรัง ได้จัดขึ้นที่ตำบลทุ่งยาว อำเภอปะเหลียน ประเพณีอันเก่าแก่ที่ชาวทุ่งยาว ซึ่งเป็นชาวไทยเชื้อสายจีนแต่จิวถือปฏิบัติ สืบทอดกันมายาวนานกว่า 100 ปี ในคืนวันไหว้พระจันทร์ จะตรงกับวันเพ็ญเดือนแปดตามปฏิทินของจีนชาวบ้านจะพร้อมใจกันจัดโต๊ะไหว้พระจันทร์ไว้หน้าบ้านเรือนของตนเองเรียงรายสองข้างถนนรอบตลาดตำบลทุ่งยาว เป็นภาพที่สวยงามและมีมนต์เสน่ห์ยิ่งนัก นอกจากนี้ชาวทุ่งยาวส่วนหนึ่ง จะแต่งกายด้วยชุดกี่เพ้า ทำให้บรรยากาศเต็มไปด้วยกลิ่นอายแห่งวัฒนธรรมแบบจีนมากยิ่งขึ้น งานจะจัดขึ้นในช่วงเดือนกันยายนของทุกปี
- 7) งานเทศกาลกินเจ หรือ งานบุญประเพณีถือศีลกินผัก จัดขึ้นในช่วงเดือนตุลาคมของทุกปี เป็นประเพณีที่แปลกไม่เหมือนจังหวัดใดที่มีเทศกาลกินเจ มีการอัญเชิญองค์สิ่งศักดิ์สิทธิ์ประทับในร่างทรง ออกเยี่ยมเยียนโปรดสาธุชน ไปตามอาคารบ้านเรือนซึ่งจัดโต๊ะบูชาไว้ต้อนรับ พร้อมทั้งแสดงอิทธิฤทธิ์อิณินหาร ด้วยการใช้ศาสตราวุธ ทีมแทงตามร่างกาย ปีนป่ายบันไดมิดการลุยไฟ ลุยตงหนาม ฯลฯ โดยมีได้มีอาการเจ็บปวดหรืออันตรายแต่ประการใด
- 8) ประเพณีสารทเดือนสิบ ประเพณีวันสารทเดือนสิบ หรือการทำบุญเดือนสิบ เป็นประเพณีการทำบุญให้กับวิญญาณของบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว โดยความเชื่อของชาวพุทธที่เชื่อว่าในวันสารทเดือนสิบนี้ ยมบาลจะปล่อยให้วิญญาณทั้งหลายที่รับกรรมอยู่ในนรกที่เรียกว่า "เปรต" นั้นขึ้นมารับส่วนบุญที่บรรดาญาติที่มีชีวิตอยู่ทำบุญอุทิศไปให้ การทำบุญเดือนสิบในจังหวัดตรัง จะมี 2 ครั้ง คือ วันแรม 1 ค่ำเดือน 10 กับ วันแรม 15 ค่ำเดือน 10 ซึ่งจัดที่วัดทุกวัดในจังหวัดตรัง
- 9) ประเพณีลากพระและมหรหรรรมวัฒนธรรมสัมพันธ์ งานประเพณี ลากพระ งานชักพระเป็นขนบธรรมเนียมประเพณีหนึ่ง ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นภาคใต้ ที่สืบทอดมายาวนานแล้ว โดยเฉพาะจังหวัดตรังนั้น จะจัดขึ้นหลังวันออกพรรษา 1 วันหรือวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 สถานที่จัดงาน ณ สนามกีฬาเทศบาลนครตรัง (ทุ่งแจ้ง)

10) งานเทศกาลอนุรักษ์หอยตะเภา จัดขึ้นในเดือน พฤศจิกายน ของทุกปี เพื่อให้ประชาชนมีความสำนึกในการร่วมกันอนุรักษ์หอยตะเภา ณ ชายหาดปากเมง อำเภอสิเกา ซึ่งเป็นสัตว์ทะเลหายากใกล้สูญพันธุ์

11) งานฉลองรัฐธรรมนูญ และงานกาชาด ประจำปี จัดขึ้นระหว่าง วันที่ 5 - 15 ธันวาคมของทุกปี มีการรวบรวมวัฒนธรรม ประเพณี ของดีจากทุกอำเภอมาจัดแสดง ประกวด แข่งขัน พร้อมทั้งการออกร้านจำหน่ายสินค้าของส่วนราชการและเอกชนในบริเวณงาน เป็นงานที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของจังหวัดตรังและของภาคใต้ จัดขึ้นที่บริเวณลานสนามกีฬาเทศบาลนครตรัง (ทุ่งแจ้ง) (หอการค้าจังหวัดตรัง, 2564)

#### 2.4.8 สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ

1) อนุสาวรีย์พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี (Phraya Ratsadanupradit Mahison Phakdi Monument)

สถานที่ตั้ง : อำเภอเมือง

ตั้งอยู่ในบริเวณสวนสาธารณะเขตเทศบาลเมืองตรัง ห่างจากศาลากลางจังหวัดตรัง 1 กิโลเมตร มาโดยเส้นทางถนนตรัง-พัทลุง พระยารัษฎานุฯ ได้สร้างความเจริญแก่จังหวัดตรังเป็นอย่างมาก เช่น การคมนาคม เกษตรกรรม เลี้ยงสัตว์ การศึกษา การปกครองและเป็นผู้นำต้นยางต้นแรกมาปลูกในจังหวัดตรัง จนแพร่หลายไปทั่วภาคใต้

2) พิพิธภัณฑ์พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี (Phraya Ratsadanupradit Mahison Phakdi Museum)

สถานที่ตั้ง : อำเภอกันตัง

อยู่ห่างจากเทศบาลกันตังประมาณ 200 เมตร ตั้งอยู่เลขที่ 1 ถนนค่ายพิทักษ์ ตำบลกันตัง เป็นที่ตั้งของสถานที่ประวัติศาสตร์ที่สำคัญ คือ "จวนเก่าเจ้าเมืองตรัง" หรือบ้านพักอดีตเจ้าเมืองตรังพระยารัษฎานุประดิษฐ์ ลักษณะเรือนไม้ 2 ชั้น มีรูปปั้นหุ่นขี้ผึ้งและเครื่องมือเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันของท่านอย่างครบถ้วน โดยทายาทตระกูล ณ ระนอง เป็นผู้ดูแลรักษา เปิดให้เข้าชมทุกวัน เว้นวันจันทร์

3) พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชมงคตรัง (Rajamangkala Aquarium)

สถานที่ตั้ง : อำเภอสิเกา

อยู่ห่างจากตัวเมืองตรัง 30 กิโลเมตร ใช้เส้นทางตรัง-สิเกา-ปากเมง (ทางหลวงหมายเลข 4046-4162) ตั้งอยู่บริเวณหาดราชมงค คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ตำบลไม้ฝาด พิพิธภัณฑ์ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนใน สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ จะรวบรวมพันธุ์สัตว์น้ำจำนวน 61 ตู้ บ่อแสดงกลางแจ้งจัดแสดงทั้งสัตว์น้ำจืดและสัตว์ทะเลที่พบในเขตน้้ำขึ้นน้ำลง และทะเลลึกจากแหล่งต่างๆ ทั่วโลกที่พบในเขตร้อน

4) สวนสาธารณะกะพังสุรินทร์ (Kraphangsurin Public Park)

สถานที่ตั้ง : อำเภอเมือง

ใกล้อนุสาวรีย์พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี เป็นอ่างน้ำหรือหนองน้ำตามธรรมชาติขนาดใหญ่ มีเนื้อที่ 50ไร่ พื้นที่โดยรอบเป็นสวนที่มีการตกแต่งอย่างสวยงามและมีร้านอาหารภายใต้ร่มเงาของต้นไม้ รอบบริเวณเป็นสวนสาธารณะสำหรับนั่งพักผ่อนได้



## 5) สวนสาธารณะควนตำหนักจันทร์ (Khuan Tamnak Chan Public Park)

สถานที่ตั้ง : อำเภอกันตัง

อยู่ห่างจากอำเภอเมืองประมาณ 24 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 250 ไร่ รอบบริเวณร่มรื่นด้วยต้นไม้ทั้งไม้ดอกไม้ประดับ มีศาลาพักผ่อน สามารถมองเห็นทิวทัศน์ของทะเลและอำเภอกันตังได้กว้างไกล

## 6) อุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหม (Hat Chao Mai National Park)

สถานที่ตั้ง : อำเภอสิเกา

เป็นอุทยานแห่งชาติทางทะเลครอบคลุมพื้นที่ 2 อำเภอ คือ อำเภอกันตังและอำเภอสิเกา ถูกประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติเมื่อวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2525 อุทยานอยู่ห่างจากอำเภอเมืองประมาณ 45 กิโลเมตร หาดเจ้าไหม มีอาณาเขตชายฝั่งทะเลยาวประมาณ 20 กิโลเมตร และอีกประมาณ 5 กิโลเมตร มีหาดทรายขาวนวลเรียงยาวไปและสนทะเลขึ้นอยู่ตามธรรมชาติ ถ้าส่วนใหญ่มักมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวในเขตอุทยานฯ ได้แก่หาดปากเมง หาดฉางหลวง หาดสั้น-ยาว หาดหยงหลิง หาดเจ้าไหม และถ้าเจ้าไหม สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้รถยนต์สามารถเข้าถึงได้สะดวก นอกจากนี้ยังมีเกาะน้อยใหญ่อีก 7 เกาะ ได้แก่ เกาะมุก เกาะกระดาน เกาะเชือก เกาะปลิง เกาะแหวน เกาะเม็ง และเกาะเจ้าไหม นอกจากนี้ บริเวณอุทยานมีศูนย์ศึกษาธรรมชาติทางทะเล จะทำการวิจัยหญ้าทะเล เป็นแหล่งคุณค่าทางนิเวศวิทยาของฝั่งทะเลอันดามัน และอุทยานมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในอุทยานฯ จะมีสัตว์หายากคือ พะยูนและนกกระสาต่างดำ ซึ่งอยู่ในสถานภาพใกล้สูญพันธุ์ และสัตว์ทั่วไปอีกมากมายเช่น ลิงแสม หมูป่า นกกระยาง นกยางทะเล เป็นต้น

## 7) สถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าเขาช่อง

สถานที่ตั้ง : อำเภอนาโยง

สถานที่แห่งนี้ร่มรื่นด้วยต้นไม้ใหญ่และน้ำตกต่าง ๆ ได้แก่ น้ำตกโตนใหญ่ น้ำตกโตนน้อยและน้ำตกกะช่อง เป็นแหล่งศึกษาธรรมชาติและสัตว์ป่าแห่งแรกของประเทศไทย ตามเส้นทางจะมีป้ายสื่อความหมายอธิบายตามจุดต่างๆ นอกจากนั้นยังมีอาคารพิพิธภัณฑ์และนิทรรศการเกี่ยวกับธรรมชาติ กิจกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สถานีตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองตรังประมาณ 21 กิโลเมตร ตามเส้นทางหลวงสายตรัง-พัทลุง

## 8) น้ำตกไพรสวรรค์ (Phrai Sawan Waterfall)

สถานที่ตั้ง : อำเภอย่านตาขาว

ใช้เส้นทางถนนตรัง-พัทลุง ประมาณกิโลเมตรที่ 17 เลี้ยวขวาตามเส้นทางสายบ้านกะช่อง-บ้านหาดเลา 20 กิโลเมตร เลี้ยวซ้ายตรงป้ายชื่อน้ำตกอีก 4.5 กิโลเมตร เป็นน้ำตกขนาดกลางประกอบด้วยชั้นย่อยๆ 17 ชั้นและสามารถล่องแก่งได้ระยะทาง 5 กิโลเมตร

## 9) เกาะมุกและถ้ำมรกต (Emerald Cave)

สถานที่ตั้ง : อำเภอกันตัง

ไม่เพียงแต่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แต่เกาะมุกเป็นสถานที่ที่มีความโดดเด่นที่สุดในทะเลตรัง มีแนวชายหาดสวยงามมาก และยังคงสภาพธรรมชาติที่สมบูรณ์ บรรยากาศเงียบสงบ เกาะตั้งอยู่ฝั่งตรงข้ามกับหาดฉางหลวง บนเกาะมีหาดทรายขาว น้ำทะเลใส บริเวณรอบเกาะ

อุดมไปด้วยปะการังที่สมบูรณ์ สามารถสำหรับว่ายน้ำและตั้งแคมป์บริเวณนั้นได้ นอกจากนี้ เกาะยังประกอบไปด้วยหน้าผาสูง หันหน้าออกสู่ทะเลใหญ่ทางด้านทิศตะวันตก หมู่บ้านชาวประมง จะอยู่ทางฝั่งตะวันออกของตัวเกาะซึ่งหันหน้าเข้าแผ่นดินใหญ่

#### 10) เกาะลิบง (Koh Libong)

สถานที่ตั้ง : อำเภอกันตัง

เป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุด ตั้งอยู่ที่ตำบลเกาะลิบง ได้รับประกาศเป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่า หมู่เกาะลิบง ซึ่งเป็นแหล่งรวมของนกหลายชนิด มีพื้นที่ประมาณ 40,000 ตารางเมตร เกาะนี้มีหมู่บ้านชาวประมงหลายหมู่บ้าน ประชาชนบนเกาะส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม

#### 11) เกาะกระดาน (Koh Kradan)

สถานที่ตั้ง : อำเภอกันตัง

เป็นเกาะที่มีชายหาดสวยที่สุดของทะเลตรัง โดยใช้เวลาเดินทางจากแผ่นดินใหญ่ ประมาณ 40 นาที มีเนื้อที่ประมาณ 600 ไร่ (240 เอเคอร์) อยู่ในความรับผิดชอบของอุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหม ที่เหลือเป็นสวนยางและสวนมะพร้าวของเอกชน รวมทั้งร้านอาหารและที่พัก สำหรับนักท่องเที่ยว จุดเด่นของเกาะกระดานคือ ชายหาดที่มีทรายขาวละเอียดเหมือนแป้งและน้ำใส จนมองเห็นแนวปะการัง ซึ่งทอดยาวจากชายหาดด้านเหนือถึงชายฝั่งและมีฝูงปลาหลากสีแหวกว่ายอย่างสวยงาม สำหรับผู้นิยมการโต้คลื่น ด้านหลังเกาะมีอ่างเล็กๆ มีคลื่นลูกโตๆ สาดม้วนเข้าหาหาด เป็นระลอกๆ เหมาะสำหรับเล่นกระดานโต้คลื่น เกาะกระดานอยู่ทางด้านตะวันตกของเกาะมุก และเกาะลิบง โดยใช้เวลาเดินทางจากปากเมงประมาณ 1 ชั่วโมง 40 นาที บนเกาะกระดาน ยังมีให้บริการที่พักรีสอร์ทและบังกะโลมากมาย

#### 12) ถ้ำเขากอบ หรือ ถ้ำเลเขากอบ (Tham Khao Kop)

สถานที่ตั้ง : อำเภอห้วยยอด

มีลักษณะเป็นภูเขาหินสูงชันสลับซับซ้อน มีลำคลองที่ไหลมาจากเทือกเขาบรรทัด เมื่อไหลมาถึงบริเวณเขากอบจะแยกออกเป็น 3 สาย โดยสองสายจะไหลอ้อมภูเขาและอีกสายหนึ่งจะไหลลอดถ้ำใต้ภูเขา ภายในถ้ำมีหินงอกหินย้อย ระยะทาง 4 กิโลเมตร ปัจจุบันองค์การบริหารส่วนตำบลได้จัดเรือพายบริการนำเที่ยวชมความงามของถ้ำ ถือเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนในท้องถิ่น

#### 13) เขาปินะ (Khao Pina)

สถานที่ตั้ง : อำเภอห้วยยอด

ภูเขาภูเขานี้ตั้งอยู่กลางทุ่งโคตเด่น ภายในกวางจนถึงยอดเขา ซึ่งมีลักษณะคล้ายกระทะคว่ำตรงเชิงเขาเป็นที่ตั้งของวัดปินะ ซึ่งมีพระพุทธรูปไสยาสน์ประดิษฐานอยู่บนภูเขา มีบันไดทางขึ้นไปชมความงามของถ้ำซึ่งมีอยู่หลายชั้น บรรยากาศเงียบสงบและเต็มไปด้วยป่าเขียวชอุ่ม เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ เขาปินะตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองตามถนนเพชรเกษมประมาณ 45 กิโลเมตร มีทางแยกจากถนนใหญ่เข้าไปประมาณ 2 กิโลเมตร

#### 14) กลุ่มทอผ้านาหมื่นศรี (Ban Na Muen Sri)

สถานที่ตั้ง : อำเภอนาโยง

นาหมื่นศรี เป็นชื่อตำบลหนึ่งในอำเภอนาโยง ซึ่งมีชื่อเสียงในด้านผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดตรังมาตั้งแต่ครั้งอดีต และในปัจจุบันนี้ก็ได้มีการจัดตั้งกลุ่มสตรีทอผ้านาหมื่นศรี เพื่อสืบสานการทอผ้าพื้นเมืองไม่ให้สูญหายไป นักท่องเที่ยวสามารถชมได้ที่ทำการกลุ่มทอผ้านาหมื่นศรี เส้นทางเดียวกับทางไปถ้าเขาช้างหายตามถนนสายนาหมื่นศรีประมาณ 5 กิโลเมตร ห่างจากที่ทำการกลุ่มทอผ้านาหมื่นศรีประมาณ 300 เมตร จะมีพิพิธภัณฑ์มรดกพื้นบ้าน ตำบลนาหมื่นศรี เป็นศูนย์วัฒนธรรมท้องถิ่นของตำบล เพื่ออนุรักษ์ศิลปกรรมและหัตถกรรมของท้องถิ่น แสดงอุปกรณ์เครื่องใช้และวัตถุโบราณจำนวนกว่า 300 ชิ้น

15) ต้นยางพาราต้นแรกของประเทศไทย (The First Rubber Tree in Thailand)

สถานที่ตั้ง : อำเภอกันตัง

ยางพาราต้นแรกของประเทศไทย ตั้งอยู่ริมถนนก่อนเข้าสู่ตัวอำเภอกันตัง เป็นต้นยางรุ่นแรกที่พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดีนำมาปลูกเพื่อบุกเบิกอาชีพการทำสวนยางเมื่อปี พ.ศ. 2442

16) สวนพฤกษศาสตร์ภาคใต้ (ทุ่งค่าย)

สถานที่ตั้ง : อำเภอย่านตาขาว

เป็นผืนป่ากว้างใหญ่ ที่รวบรวมพันธุ์ไม้ท้องถิ่นจำพวกไม้วงศ์ยางไว้ และมีการปลูกป่าเพิ่มเติมในอีกหลายๆ จุด โดยที่นี่จะรวบรวมพันธุ์ไม้ท้องถิ่นเด่นๆ แห่งเมืองใต้มาไว้ให้ได้ชม จุดเด่นอย่างหนึ่งของที่นี่ที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาด คือ การไปเดินบนสะพานชมเรือนยอดของต้นไม้ ซึ่งมีหลายระดับความสูง โดยมีจุดเชื่อมต่อเป็นหอคอยชมพรรณไม้ ทั้งหมด 6 หอดด้วยกัน นอกจากนี้ใครยังไม่เคยมีโอกาสได้เห็นหน้าตาของป่าพรุ ที่นี่ก็มีโซนของป่าพรุ ผืนป่าที่มีน้ำท่วมขัง ให้ได้ชม โดยมีการจัดทำทางเดิน ที่เป็นเสมือนสะพานคร่อมพื้นที่ชุ่มน้ำไว้ให้เดินชมด้วย

17) เกาะสุกร (Koh Sukon)

สถานที่ตั้ง : อำเภอปะเหลียน

เกาะสุกรหรือเกาะหมู เป็นตำบลหนึ่งในอำเภอปะเหลียน เป็นเกาะขนาดใหญ่อยู่ห่างชายฝั่งเพียง 3 กิโลเมตร (ทางหลวงหมายเลข 404) เป็นเกาะที่สวยงามมากแห่งหนึ่ง บนเกาะยังมีผลไม้ที่มีชื่อเสียงคือแตงโม ซึ่งรู้จักกันดีในจังหวัดตรังเพราะมีรสชาติหวานอร่อย จะมีมากในช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนเมษายน ของทุกปี

18) หาดปากเมง (Pak Meng Beach)

สถานที่ตั้ง : อำเภอสิเกา

ตั้งอยู่ที่ หมู่ 4 ตำบลไม้ฝาด ห่างจากตัวเมืองตามถนนสายตรัง-สิเกา-ปากเมง ตามทางหลวงหมายเลข (4046-4162) ระยะทางประมาณ 38 กิโลเมตร เป็นหาดที่สวยงามและเงียบ เป็นรูปพระจันทร์ครึ่งเสี้ยวยาวประมาณ 5 กิโลเมตร มีป่าสนตามธรรมชาติขึ้นอยู่สวยงาม กลางทะเลมีเกาะน้อยใหญ่สลับซับซ้อนกันมองดูลักษณะคล้ายคนนอนหงายอยู่ในทะเล ชาวตรังและผู้คนจังหวัดใกล้เคียงมาเที่ยวที่นี่เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และร้านอาหารรสชาติอร่อยมากมาย จากท่าเรือปากเมง นักท่องเที่ยวสามารถไปยังเกาะอื่นๆ ได้อีกด้วย (ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดตรัง, 2564)

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รุ่งนภา (2563) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า 1) สภาพในการดำเนินธุรกิจหมีโคราช ส่วนใหญ่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หมีโคราชพร้อมน้ำปรุงสำเร็จรูป โดยดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นเวลา 16 ปีขึ้นไป ทั้งนี้มีจำนวนพนักงานประมาณ 10 คน สำหรับช่องทางการขายใช้รูปแบบการขายด้วยพนักงานขาย รวมทั้งธุรกิจมีปริมาณการผลิตเดือนละต่ำกว่า 10,000 ห่อ และมีรายได้จากการจำหน่ายเดือนละต่ำกว่า 2 แสนบาท 2) ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงจากมากไปหาน้อยคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการขาย ด้านการผลิต ด้านพนักงาน ด้านการเงิน และด้านการบริหารจัดการ 3) เปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ชนิดผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่าย ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ จำนวนพนักงานในธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ ปริมาณการผลิตต่อเดือน และรายได้จากการจำหน่ายต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจหมีโคราชในจังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจหมีโคราชคือ ควรมีการพัฒนาเส้นไหมให้มีอายุการเก็บรักษายาวนานมากขึ้นไปอีก รวมไปถึงควรพัฒนาเส้นไหมให้มีรสชาติที่หลากหลาย และพัฒนารูปแบบเส้นไหมให้มีความทันสมัยนิยมมากขึ้น รวมทั้งควรเพิ่มช่องทางการขายทางออนไลน์ นอกจากนี้ควรหาแหล่งเงินทุนให้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อใช้ในการพัฒนากิจการให้สามารถสู้คู่แข่งได้ มีการจ้างงานหมุนเวียนในกลุ่มสมาชิก เพื่อเพิ่มกำลังการผลิต และผู้ประกอบการควรให้โอกาสคนรุ่นใหม่ ซึ่งมีวิสัยทัศน์กว้างไกลได้เข้ามาบริหารงาน โดยผู้บริหารรุ่นเก่าคอยให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาอยู่ข้าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจเส้นไหมโคราชสามารถเติบโต และสามารถสู้คู่แข่งที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ได้

วิชุดา (2562) ศึกษาเรื่อง แผนธุรกิจคาเฟ่เบเกอรี่เพื่อสุขภาพ “VIDA Nutrient” ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านคาเฟ่เบเกอรี่เพื่อสุขภาพ ร้านคาเฟ่เบเกอรี่เพื่อสุขภาพนี้จึงเกิดขึ้นในชื่อว่า “VIDA Nutrient” โดยมุ่งตอบโจทย์ผู้ที่มีความสนใจเบเกอรี่เพื่อสุขภาพด้วยคุณค่าทางอาหารที่เหมาะสมกับแต่ละบุคคลได้ ซึ่งรูปแบบของหน้าร้านมีการออกแบบตกแต่งในบรรยากาศที่เหมาะสมต่อการนั่งรับประทานเบเกอรี่ในโทนสีอบอุ่น โดยเลือก ตั้งอยู่ที่โครงการ Beehive ย่านไลฟ์สไตล์มอลล์ เมืองทองธานี ซึ่งเป็นย่านชุมชนและมีการเดินทางที่สะดวกในการเดินทางมาที่ร้านได้ ส่วนทางด้านการเงิน เนื่องจากเป็นการเริ่มต้นกิจการโดยใช้เงินลงทุนจากส่วนของเจ้าของ ด้วย ต้นทุนเงินทุนของเจ้าของร้อยละ 67 และเงินกู้จากสถาบันการเงินร้อยละ 33 ซึ่งจากแผนวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจ สำหรับการประมาณการการลงทุนใน 5 ปีแรก พบว่า แผนธุรกิจร้านคาเฟ่เบเกอรี่เพื่อสุขภาพ มีความเป็นไปได้ในการลงทุน ด้วยเงินลงทุนเริ่มต้น 3,000,000 บาท โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก และมีอัตราผลตอบแทนภายในสูงกว่าต้นทุนของเงินลงทุนของกิจการ โดยมีระยะเวลาคืนทุนไม่เกิน 3 ปี ซึ่งกิจการสามารถสร้างผลตอบแทนจากการลงทุนได้ในระดับดี

กัญญาณัฐ (2562) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจน้ำดื่มผสมคอลลาเจนเพื่อจัดจำหน่ายในเขตจังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผู้บริโภค (4Cs) มีระดับ

ความต้องการระดับปานกลาง และมีแนวโน้มการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ความต้องการอยู่ในระดับมาก และการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ 11 ราย ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่มีตำแหน่งเจ้าของกิจการและผู้จัดการหน่วยขายภาคตะวันออก มีประสบการณ์ทำงาน 1-30 ปี มีแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่ตอนเริ่มกิจการจากการกู้ยืมธนาคาร มีการกำหนดเงินทุนโดยใช้ สินทรัพย์หมุนเวียนและส่วนของผู้ถือหุ้น มีแหล่งเงินทุนระยะยาวโดยการกู้ยืมธนาคาร มีการบริหารจัดการแบบองค์กรขนาดเล็ก มีการวางแผนในการดำเนินงานแบบแผนระยะสั้นและระยะยาว มีการจัดการองค์การบริหารแบบองค์รวม มีการบริหารงานบุคคลแบบองค์กรขนาดเล็ก มีการควบคุมงานแบบบูรณาการ มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า มีการกำหนดราคาตามคู่แข่ง มีการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายแบบขายปลีกและขายส่ง มีการส่งเสริมการขายโดยใช้การจัดโปรโมชั่นลดแลก แจกแถม

ธัญรัตน์ (2562) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารชุดในเขตเทศบาลนครภูเก็ต ภูเก็ตศึกษา จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 20,000 บาท จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารชุดส่วนใหญ่ พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอาหารชุด คือ ครอบครัว และช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ 11.00 - 15.00 น. ส่วนสาเหตุที่ใช้บริการเนื่องจากความรวดเร็ว และต้องการบริการส่งถึงที่ แต่แต่ละครั้งที่ใช้บริการอาหารชุดจะใช้บริการเฉลี่ยประมาณ 3 - 5 คน ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับสีสันทันของอาหาร รสชาติของอาหาร และต้องการเลือกรายการอาหารเองได้ (โดยอาหารประเภทผัดจะเป็นที่นิยมมาก) ต้องการข่าวสารในด้านรายการอาหารแนะนำโดยการส่งจดหมายแผ่นพับไปที่บ้านในช่วงเวลา 09.00 - 11.00 น. จะเป็นเวลาที่สะดวกในการติดต่อ คุปองส่วนลดเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารชุด ส่วนราคาอาหารชุดที่ต้องการมากที่สุดจะต้องมีราคาต่ำกว่า 3,000 บาท และอาหารต้องมีคุณภาพ ผลการศึกษาวิจัย สามารถนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจอาหารชุดผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับราคาอาหารชุด อาหารต้องมีคุณภาพและรสชาติอร่อย สามารถเลือกรายการอาหารเองได้ มีบริการจัดส่งฟรีและจะต้องมีความรวดเร็ว พนักงานต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส และให้ข้อมูลเข้าใจง่ายและถูกต้องได้ ผู้ประกอบการควรมีรายการอาหารแนะนำ และรายการอาหารชุดทั้งเดือนเพื่อเป็นข้อมูลข่าวสารให้ผู้ที่สนใจ โดยการจัดส่งแผ่นพับไปที่บ้านพร้อมทั้งคุปองส่วนลดเพื่อกระตุ้นความต้องการที่จะเลือกใช้บริการอาหารชุด ผู้ประกอบการควรเปิดร้านเวลา 08.00 - 20.00 น. ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องสร้างภาพลักษณ์และสร้างชื่อเสียงของร้านให้เป็นที่รู้จัก โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก

ปพิชญา (2562) ศึกษาเรื่อง วิถีตลาดและแนวทางการพัฒนาธุรกิจโคเนื้อคุณภาพสูงอย่างยั่งยืนในเขตภาคเหนือตอนบน 2 ของประเทศไทย ภูเก็ตศึกษา สหกรณ์โคขุนดอกคำใต้ จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจแปรรูปผลิตผลการเกษตรและการผลิตสินค้าของสหกรณ์โคขุนดอกคำใต้ จำกัด นั้น มีการเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ดำเนินการตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ในปี 2561 มีการลงทุนในธุรกิจประมาณ 22,856,641.98 บาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 121.04 ในส่วนของรายได้นั้น พบว่า มีรายได้อยู่ 3 ส่วน คือ ขายยกซาก ซึ่งเป็นวิธีขายที่สร้างรายได้ให้กับสหกรณ์โคขุนดอกคำใต้ จำกัด มากที่สุด เนื่องจากมีผู้ประกอบการขายส่งมีการทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือใน

การซื้อและจำหน่ายโคเนื้อพร้อมกัน ขายเป็นเนื้อตัดแต่ง เช่น เนื้อแดงตัดแต่ง และขายผลผลิตพลอยได้ เช่น กระดูก เครื่องใน หนัง และไขมัน เป็นต้น ในปี 2561 สหกรณ์โคขุนดอกคำใต้ จำกัด มีรายได้รวมเท่ากับ 26,202,739.83 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 115.12 โดยผลผลิตที่สร้างรายได้ให้กับสหกรณ์โคขุนดอกคำใต้ จำกัด มากที่สุดมาจากการขายยกซาก ร้อยละ 90.75 จากการขายผลผลิตพลอยได้ ร้อยละ 8.15 และจากการขาย เนื้อตัดแต่ง ร้อยละ 1.10 ตามลำดับ ประเด็นที่สอง พบว่า เกษตรกรจำหน่ายโคขุนคุณภาพ มีชีวิตให้แก่สหกรณ์โคขุนดอกคำใต้ จำกัด ต่อมาสหกรณ์ฯ ดำเนินการแปรรูปโคเนื้อ และจำหน่ายโคเนื้อคุณภาพสูงได้ 3 ช่องทาง คือ ผู้ประกอบการขายส่งโคเนื้อคุณภาพ โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 78.86 ของปริมาณโคเนื้อทั้งหมด ซุปเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.51 ของปริมาณโคเนื้อทั้งหมด และสหกรณ์โคขุนดอกคำใต้ จำกัด จำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.63 ของปริมาณโคเนื้อทั้งหมด

พรวลัย (2561) ศึกษาเรื่อง แผนธุรกิจร้านขนม Durian-Chan- Café ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจร้าน Durian-Chan-Café มีทั้งหมดประเภทเบเกอรี่ ไอศกรีม ขนมหวานไทย อาหารว่าง และของฝาก โดยใช้ทุเรียนพันธุ์หมอนทองที่ปลูกในจังหวัดจันทบุรีเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้า ทั้งนี้มีช่องทางการจำหน่ายผ่านหน้าร้าน และรีสอร์ทขนาดกลางและขนาดเล็กในจังหวัดเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ 10 แห่ง และมีการสื่อสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายผ่านโซเชียลมีเดียเป็นหลักทั้งทางเฟซบุ๊ก (Facebook) พันทิปดอทคอม (Pantip.com) และการรีวิวจากบล็อกเกอร์ รวมถึงการสื่อสารผ่านสื่อของพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจันทบุรี ธุรกิจร้าน Durian-Chan-Café ใช้เงินลงทุนเบื้องต้นประมาณ 700,000 บาท เป็นเงินทุนจากส่วนของเจ้าของร้อยละ 50 และเงินทุนจากการกู้ยืมจากธนาคารพาณิชย์ร้อยละ 50 ด้วยการดำเนินธุรกิจตามแผนกลยุทธ์การตลาด จะทำให้กิจการเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายและสามารถสร้างรายได้ให้กับกิจการ ทำให้กิจการสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 1 ปี 4 เดือน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิจากการลงทุน 5 ปี เป็นเงิน 1,984,796 บาท มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนร้อยละ 399 ซึ่งมากกว่าต้นทุนทางการเงินของโครงการที่เท่ากับร้อยละ 14.2 ในสถานการณ์ปกติ จึงทำให้ร้าน Durian-Chan-Café เป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจและมีผลตอบแทนจากการลงทุนที่คุ้มค่า

จิรัชยากรณ์ (2561) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจการตลาดกาแฟสดในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมและรายด้านมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟสดอยู่ในระดับมาก 2) แนวทางการพัฒนาธุรกิจการตลาดกาแฟสดในเขตเทศบาลพิษณุโลก ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ คือ การใช้เมล็ดกาแฟต้องมีการบ่งชี้วันที่คั่วชัดเจน และคั่วบดใหม่เสมอ ด้านราคา คือ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน และราคาสอดคล้องกับคุณภาพ ด้านการจัดจำหน่าย คือ มีการรักษาความสะอาดภายในร้าน และการใช้แสงสว่างเน้นมุมเคาน์เตอร์ชงกาแฟ และด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการสะสมยอดครบรับของที่ระลึก และรับประกันส่วนลดภายในเดือนเกิด

พิจารักษ์ (2561) ศึกษาเรื่อง แผนธุรกิจ Pancake Décor ผลการศึกษาพบว่า ร้าน Pancake Décor เป็นธุรกิจที่เกิดจากความสนใจในการทำธุรกิจเบเกอรี่ แต่ด้วยสภาพแวดล้อมในปัจจุบันที่มีการแข่งขันที่รุนแรงของตลาดเบเกอรี่ จึงได้พยายามคิดรูปแบบร้านเบเกอรี่ที่แปลกใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างไปจากร้านเบเกอรี่ที่มีอยู่มากมายในปัจจุบัน จึงได้มาเป็นร้าน Pancake

Décor ที่มีลักษณะของการทำ D.I.Y. ที่ให้ลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์ใหม่ๆ ด้วยการได้รับความอร่อยและความสนุกสนานควบคู่กัน ซึ่งลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสำหรับร้าน Pancake Décor ได้แก่ กลุ่มครอบครัว นักศึกษา และวัยทำงานตอนต้น รายได้ระดับปานกลางขึ้นไป มีความทันสมัย ชอบทำกิจกรรมใหม่ๆ โดยเน้นสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่เป็นส่วนส่งเสริมการขาย นำสื่อออนไลน์มาช่วยประชาสัมพันธ์ร้าน จากการสร้างหน้าร้านผ่าน Facebook, Instagram, Line ซึ่งลูกค้าที่มาใช้บริการจะเป็นเสมือนผู้ประชาสัมพันธ์ที่ดีให้ทางร้าน ด้วยการถ่ายรูป check-in ผ่านสื่อออนไลน์เหล่านี้ ซึ่งตรงนี้จะช่วยลดต้นทุนด้านการตลาดลงได้อีกทางหนึ่ง และจากสถานการณ์การแข่งขันในปัจจุบันพบว่า ธุรกิจของร้านมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น แปลกใหม่ จึงมีโอกาที่จะพัฒนาให้เติบโตไปได้พร้อมๆ กับการเติบโตของเศรษฐกิจไทย ที่จะก้าวเข้าสู่สังคม AEC แต่ด้วยการแข่งขันที่มากขึ้น อีกทั้งการเข้ามาได้ง่ายของธุรกิจ ที่ถือว่าไม่ได้ซับซ้อนมากนัก ดังนั้นการสร้าง Brand Loyalty โดยให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงการเป็นร้านแรก จึงมีความสำคัญอย่างมากด้วยเช่นกัน ร้าน Pancake Décor ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นทั้งสิ้น 1,500,000 บาท โดยระดมทุนจากผู้ถือหุ้นทั้งหมด ไม่มีการกู้ยืมเงินจากธนาคาร โดยมีระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period) ของบริษัทฯ อยู่ที่ 1 ปี 5 เดือน

สุพิชมา (2561) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดของร้านแก้วเจ้าจอมเบเกอรี่ ผลการศึกษาพบว่า สภาวะแวดล้อมทางการตลาดของร้านแก้วเจ้าจอมเบเกอรี่มีจุดแข็งอยู่ที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการบริการของพนักงาน ส่วนจุดอ่อนคือ ร้านแก้วเจ้าจอมเบเกอรี่ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้างของกลุ่มผู้บริโภคภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ในส่วนของกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดนั้น กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า คุณภาพของเบเกอรี่ร้านแก้วเจ้าจอมเบเกอรี่ จะเน้นการผลิตแบบสดใหม่ทุกวัน โดยไม่นำสินค้าค้างคืนมาขายในวันถัดไป รวมไปถึงความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา พบว่า มีการกำหนดราคาขนมเริ่มต้นที่ 10 บาท ซึ่งเป็นราคาที่นักศึกษาเอื้อถึงจับต้องได้ และไม่แพงจนเกินไป กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า มีเทคนิคในการอบเบเกอรี่บางส่วนแบบสดๆ ภายในร้าน เพื่อให้มีกลิ่นหอมดึงดูดผู้บริโภค และทำการกระจายจุดจัดจำหน่ายภายในมหาวิทยาลัย จำนวน 6 จุด เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักเรียน นักศึกษา และบุคลากรทั่วไป กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีการใช้การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการใช้พนักงานขาย เพื่อใช้ในการสื่อสารการตลาดไปยังผู้บริโภคเป้าหมาย

โรศนา (2561) ศึกษาเรื่อง แผนธุรกิจร้านน้องขนมไทยและเบเกอรี่ ผลการศึกษาพบว่า จุดแข็งของธุรกิจคือ ความสดใหม่ และความคุ้มค่า จุดอ่อนของธุรกิจคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีเพียงช่องทางเดียว ในขณะที่โอกาส ได้แก่ เทคโนโลยีที่ทำให้การค้าขายเกิดขึ้นได้ทุกที่ตลอด 24 ชั่วโมง และอุปสรรค ได้แก่ สินค้าทดแทนที่มีจำนวนมาก เมื่อพิจารณาถึงคู่แข่งพบว่า 7-11 เป็นคู่แข่งหลัก ที่มีจุดแข็งคือ จำนวนสาขาที่มากและการให้บริการ 24 ชั่วโมง จุดอ่อนคือ ความหลากหลายและความสดใหม่ สำหรับรูปแบบของธุรกิจของร้านน้องขนมไทยและเบเกอรี่คือ ร้านจำหน่ายขนมไทย ขนมเบเกอรี่และขนมไทยประยุกต์ ที่มีความโดดเด่นด้านความสดใหม่ รูปลักษณ์ที่ทันสมัย และความแปลกใหม่ของขนมที่ถูกพัฒนาออกมาอย่างต่อเนื่อง ลูกค้าจะรับรู้ได้ถึงความสนใจ และความคุ้มค่า ภายในตัวร้านมีที่นั่งให้บริการ อีกทั้งมีบริการสั่งซื้อออนไลน์และบริการส่ง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอีกด้วย ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมมากที่สุด ได้แก่

การให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง รูปลักษณ์ รสชาติของขนม และทำเลที่ตั้งของร้านต้องใกล้แหล่งชุมชน เข้าถึงได้ง่าย และต้องมีที่จอดรถเพียงพอ

พัศตร์พิมล (2561) ศึกษาเรื่อง ธุรกิจร้านเบเกอรี่อะมอร์ ผลการศึกษาพบว่า เป็นธุรกิจเบเกอรี่ที่ค้าปลีกในตลาดพรีเมียม ที่มีการนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพและราคาต่ำกว่าคู่แข่งอื่นในตลาด รวมไปถึงมีหลายสาขาในศูนย์การค้า ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ง่าย และสามารถบริโภคได้บ่อย ตลาดเบเกอรี่ในปัจจุบันมีการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ โดยจะมีมูลค่าถึง 9,500 ล้านบาท แต่ในขณะเดียวกันพบว่า สภาพแวดล้อมของธุรกิจโดยรวมในเชิงเศรษฐกิจและการแข่งขันส่งผลเสียต่อกิจการ ทำให้ร้านเบเกอรี่อะมอร์ต้องมีการวางกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อขนมเค้กมากที่สุดคือการให้บริการที่เอาใจใส่ของพนักงาน รสชาติและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของร้าน ซึ่งเป็นสิ่งที่ร้านเบเกอรี่อะมอร์ควรจะมีการปรับปรุงและพัฒนา ในการวางกลยุทธ์ของร้านอะมอร์ เป็นการมุ่งเน้นการจำหน่ายขนมหวานระดับพรีเมียมแมส โดยได้วางกลยุทธ์การเติบโตแบบเจาะตลาด และวางกลยุทธ์ระดับธุรกิจแบบมุ่งเน้นการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน ซึ่งได้ทำผ่านแผนกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการโดยการทำกิจกรรมการตลาด และการควบคุมการผลิตและการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ในการจัดทำแผนธุรกิจร้านเบเกอรี่อะมอร์สำหรับโครงการพิเศษฉบับนี้ ก็เพื่อวัตถุประสงค์ในการตลาด และเพิ่มยอดขายร้อยละ 10 ต่อปี รวมไปถึงการควบคุมคุณภาพของสินค้าและบริการ และสร้างชื่อเสียงของตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอการประเมินผล และการกำหนดตัวชี้วัดต่างๆ เพื่อควบคุมให้แผนธุรกิจเป็นไปตามวัตถุประสงค์

บรรณ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มนักศึกษาในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า มีเบเกอรี่รูปแบบใหม่ๆ ออกมาอยู่เสมอตามโอกาส หรือเทศกาลต่างๆ ให้ได้เลือก ซื้ออย่างหลากหลาย รองลงมาคือ การระบุวันหมดอายุอย่างชัดเจน เลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพดีให้รสชาติ อร่อยถูกปาก มีความหลากหลายของคุณค่าทางโภชนาการ และน้อยที่สุด คือ เบเกอรี่ที่มีความสดใหม่ 2) ด้านราคา พบว่าราคาเบเกอรี่มีความหลากหลาย มีการแสดงราคาชัดเจน ราคากับความเหมาะสมของ คุณภาพมากที่สุด และน้อยที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณที่ได้รับ 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีบริการรับสั่งซื้อหลายทาง เช่น ทางโทรศัพท์หรือ Online พร้อมจัดส่ง มากที่สุดรองลงมาคือ มีการจัดส่งที่รวดเร็วเมื่อต้องการสั่งแบบ Online สถานที่ตั้งของร้านเบเกอรี่ลูกค้ามองเห็นได้ง่าย ชัดเจน เช่น ตั้งอยู่ในบริเวณทางออกห้างสรรพสินค้าและน้อยที่สุดตั้งอยู่ในย่านชุมชน /ย่านธุรกิจ ที่เข้าถึงได้สะดวกกับ ร้านเบเกอรี่ มีจำนวนหลายสาขาให้เลือกซื้อ 4) ด้านส่งเสริมทางการขาย มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ทำให้ลูกค้ารู้จักมากขึ้น เช่น สื่อ ทางโทรทัศน์วิทยุ มากที่สุด ลำดับต่อมา การส่งเสริมทางการตลาดที่น่าสนใจ เช่น การให้ของแถมเป็นการทดลองชิม มีการจัดโปรโมชั่นอย่างสม่ำเสมอ เช่น มีกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่างๆ มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตเพื่อรับแต้มสะสมโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าเก่า และการให้ส่วนลดและสิทธิพิเศษอย่างหลากหลายตาม ความเหมาะสมของแต่ละช่วง 5) ด้านบุคลากร พบว่า พนักงานดูแลใส่ใจในการบริการกับลูกค้าเป็นอย่างดีที่สุด รองลงมาคือ พนักงานขาย พูดจาสุภาพอัธยาศัยดีพนักงานขายมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการแก่ลูกค้า และพนักงานขายแต่งกาย อย่างเหมาะสม น้อยที่สุด คือ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับเบเกอรี่



เป็นอย่างดี 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ภายในร้านต้องมีความสะอาดถูกสุขอนามัยมากที่สุด รองลงมา คือ การจัดวางเบเกอรี่อย่างเหมาะสม มีบรรยากาศภายในร้านที่อบอุ่นเป็นกันเอง และน้อยที่สุด คือ ภายในร้าน มีการตกแต่งอย่างสวยงามทันสมัยกับการจัดแสงสว่างภายในร้านอย่างเหมาะสม และ 7) ด้านกระบวนการให้บริการ มีเบเกอรี่บริการตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด รองลงมา คือ มีผลิตภัณฑ์รองรับลูกค้าให้มีความสะดวกรวดเร็วในการบริการและมีขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบ และน้อยที่สุด คือ ลูกค้าได้รับการบริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ

พรทิพย์ (2561) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจของร้านอาหารคลีนฟู้ดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า บริบทของธุรกิจอาหารคลีนฟู้ดในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ด้านผลิตภัณฑ์มีการจัดตารางอาหารให้ลูกค้าแบบรายเหมาเป็นโปรแกรมอาหารรายวัน รายสัปดาห์หรือ รายเดือนโดยที่ทางร้านเป็นผู้กำหนดเมนูในแต่ละมื้อให้กับลูกค้า ด้านราคา พบว่า อาหารคลีนฟู้ดมีราคาสูงกว่าอาหารตามท้องตลาดทั่วไป ผู้ประกอบการกำหนดราคาจากต้นทุนเป็นหลักเนื่องจาก วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารมีราคาสูง ด้านช่องทางจัดจำหน่ายพบว่า ส่วนใหญ่จำหน่ายในบริบทของธุรกิจอาหารคลีนฟู้ดในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ด้านผลิตภัณฑ์ มีการจัดตารางอาหารให้ลูกค้าแบบรายเหมาเป็นโปรแกรมอาหารรายวัน รายสัปดาห์หรือรายเดือน โดยที่ทางร้านเป็นผู้กำหนดเมนูในแต่ละมื้อให้กับลูกค้า ด้านราคา พบว่า อาหารคลีนฟู้ดมีราคาสูงกว่าอาหารตามท้องตลาดทั่วไป ผู้ประกอบการกำหนดราคาจากต้นทุนเป็นหลักเนื่องจากการประกอบอาหารมีราคาสูง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ส่วนใหญ่จำหน่ายในรูปแบบของ Delivery เป็นหลัก และไม่มีบริการให้รับประทานอาหารที่ร้าน ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการใช้สื่อ Social Media เป็นหลักในการทำการตลาด ด้านบุคลากร พบว่า ธุรกิจอาหารคลีนฟู้ดมีพนักงานอย่างน้อย 2 คน ผู้ประกอบการเป็นผู้ลงมือทำอาหารเอง และมีความรู้เป็นอย่างดี ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ร้านส่วนใหญ่ไม่มีพื้นที่ให้บริการอาหารในร้าน การตกแต่งร้านเป็นไปตามความชอบของผู้ประกอบการ และมีความเรียบง่าย ด้านกระบวนการ พบว่า ร้านส่วนใหญ่มีกระบวนการให้บริการที่รวดเร็ว และเกิดข้อผิดพลาดน้อย เพราะได้มีการจำกัดเมนูอาหารในแต่ละวัน ร้านเป็นผู้จัดเมนูอาหารให้ลูกค้าเอง และมีบริการส่งอาหารให้ลูกค้าก่อนเวลา 11.00 น. ทุกวัน

นาลินี (2560) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจการผลิตกึ่งแปรรูป บริษัท เอ็น โอ เอฟ จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าของบริษัทเป็นโรงงานแปรรูปที่ส่งยุโรปกับอเมริกา ผลิตภัณฑ์หลักคือ กุ้งขาวแปรรูปและผลิตภัณฑ์ส่วนเกิน สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ใช้วิธีการสร้างเครือข่ายเป็นแบบปากต่อปาก การสร้างคุณค่าของบริษัทฯ โดยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเหนือคู่แข่ง มีการมุ่งเน้นในเรื่องของวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตกึ่งและคุณภาพกระบวนการผลิต พบว่า บริษัท NOF มีปัญหาหลักคือ ปัญหาด้านวัตถุดิบ และปัญหารองจะเป็นในเรื่องการขาดแคลนแรงงาน บริษัทฯ มีจุดแข็งคือ ชื้อกุ้งจากฟาร์มเลี้ยงโดยตรง ทำการผลิตและจำหน่ายเอง ทำให้ควบคุมคุณภาพได้เต็มที่ สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย มีพนักงานซึ่งมีความชำนาญเป็นจำนวนมาก มีฐานลูกค้าและลูกค้าซื้อซ้ำเป็นจำนวนมาก จุดอ่อน ได้แก่ ปริมาณวัตถุดิบที่ขาดแคลน และขาดแคลนแรงงานในบางช่วงเวลา โอกาส คือ กุ้งราคาสูงขึ้นทำให้เกษตรกร เริ่มกลับมาเลี้ยงกุ้งมากขึ้น และประเทศไทยมีศักยภาพในการเลี้ยงกุ้งสูงกว่าต่างประเทศ และอุปสรรค คือ มาตรการกีดกันทางการค้าจากอเมริกา และ EU ทำให้ส่งออกสินค้าไป

ได้ยากขึ้น และมีการเข้มงวดเรื่องแรงงานมากขึ้น ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจการผลิตกุ้ง กรณีศึกษา บริษัท NOF จำกัด พบว่า บริษัทควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย โดยเน้น คุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีความสะอาดและปลอดภัย พัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญในการผลิต ในทุกขั้นตอน พัฒนารูปแบบการผลิตกุ้งจากฟาร์มให้ได้มาตรฐาน เพื่อลดความเสี่ยงในการขาดแคลน วัตถุดิบ และเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเพื่อให้พนักงานมีความจงรักภักดีกับบริษัท

นิตินาถ (2560) ศึกษาเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การค้าเงินธุรกิจประเภทขนมปังนมสด กรณีศึกษา ร้านมนต์นมสด ผลการศึกษา พบว่า อุตสาหกรรมธุรกิจประเภทร้านขนมปังนมสด มีลักษณะเป็นตลาดแบบกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด มีการแข่งขัน มีผู้ประกอบการเข้าออกในอุตสาหกรรม จำนวนมาก ผู้ประกอบการมีการใช้กลยุทธ์การแข่งขันแบบการสร้างความแตกต่างในสินค้า เน้นการผลิตสินค้าที่มีความสด ใหม่ และได้มาตรฐาน และใช้ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านสถานที่ และการส่งเสริมการขายที่แตกต่างกันตามสาขา แต่ยังคงนโยบายด้านสินค้าเหมือนกันทุกสาขา สำหรับส่วนของผู้บริโภคเมื่อจำแนกเป็นกลุ่มลูกค้าประจำและลูกค้าทั่วไป พบว่า ลักษณะและ พฤติกรรมของลูกค้าทั้งสองกลุ่มไม่แตกต่างกันมาก แต่จะแตกต่างกันในรายละเอียดของแต่ละด้าน ซึ่ง สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้ คือ ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านมนต์นมสดโดยพิจารณาจาก คุณภาพและความโดดเด่นของสินค้า และลูกค้าประจำกับลูกค้าทั่วไปมีพฤติกรรมและปัจจัยซื้อที่ไม่ เหมือนกันจากการบริโภคและจากครอบครัว

พนาพร (2560) ศึกษาเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดของสินค้า OTOP เค้กกล้วย จังหวัดลำพูน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเค้กกล้วย ในระดับมากที่สุดมี 3 ด้าน คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับความสำคัญปานกลาง ผู้ที่เคยซื้อเค้กกล้วย มีความคิดเห็นว่า ปัญหาและอุปสรรคของผู้บริโภคที่มาซื้อเค้กกล้วย อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

พาฝัน (2560) ศึกษาเรื่อง การดำเนินธุรกิจเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า 1) ผู้ประกอบการจดทะเบียนเป็นเจ้าของคนเดียว ธุรกิจโดยส่วนใหญ่ดำเนินการขายปลีกเอง 2) ธุรกิจ มีผลการดำเนินงานของกิจการอยู่ในระดับน่าพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า 2.1) ด้านการ ดำเนินงาน พบว่า ธุรกิจให้ความสำคัญในด้านการจัดการ สำหรับโครงสร้างของกิจการที่ลักษณะธุรกิจ แบบเจ้าของคนเดียวจะมีโครงสร้างแบบง่าย 2.2) ด้านการผลิต กิจการส่วนใหญ่มีการวางแผนการผลิตโดยลักษณะการผลิตขึ้นอยู่กับปริมาณการขาย คำสั่งซื้อ และกิจการให้ความสำคัญมากในการ คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ และมีกรรมวิธีในการผลิต คือ ใช้เครื่องจักรในการผสมกัน 2.2) ด้านการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในส่วนของการประชาสัมพันธ์ด้านการตลาด 2.3) ด้านการเงิน ธุรกิจมีเงินทุน เริ่มแรกจากเงินส่วนตัว ส่วนใหญ่ใช้เงินทุนในกิจการมากกว่า 200,000 บาท มีเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ ในการดำเนินงานรอบระยะเวลา 1 เดือน 3) ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการประกอบธุรกิจเบเกอรี่ จะมีปัญหาเกี่ยวกับด้านการตลาดมากที่สุด ได้แก่ ความต้องการของลูกค้ามีหลากหลาย ต้นทุนของ เบเกอรี่ค่อนข้างสูง ส่วนปัญหาด้านการผลิต ได้แก่ วัตถุดิบและเทคโนโลยีมีราคาแพง ปัญหาด้านการ จัดการ ได้แก่ การขาดแคลนแรงงาน ความชำนาญของพนักงาน และปัญหาด้านการเงิน ได้แก่ กำไรที่ ได้ต่ำและมียอดขายลดลง

พิรานั้นท์ (2560) ศึกษาเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจร้านขนมหวาน กรณีศึกษา ร้านอาฟเตอร์ ยู (After You) ผลการศึกษา พบว่า ร้านคาเฟ่ขนมหวานและเบเกอรี่ อาฟเตอร์ ยู มีการใช้กลยุทธ์การแข่งขันโดยใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในสินค้า เน้นในเรื่องรสชาติของขนมหวานและเครื่องดื่มที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว วัตถุดิบที่ใช้มีคุณภาพดี สดใหม่เสมอ ใช้ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่สูงกว่าคุณภาพสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และด้านการส่งเสริมการขาย เมื่อจำแนกเป็นกลุ่มลูกค้าประจำและลูกค้าทั่วไป พบว่า ลักษณะและพฤติกรรมของลูกค้าทั้งสองกลุ่มไม่แตกต่างกันมาก แต่จะแตกต่างกันในรายละเอียดของแต่ละด้าน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้ คือ กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มลูกค้าประจำกับลูกค้าทั่วไปมีระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจบริโภคร้านขนมหวาน อาฟเตอร์ ยู ที่แตกต่างกัน

มลิวาลัย (2560) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก ในเขตอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการต้องพยายามรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ โดยสังเกตความต้องการของลูกค้า แสวงหาสินค้าที่หลากหลายอย่างรวดเร็วและซื่อสัตย์ต่อลูกค้าให้เหมาะสมทั้งราคาและคุณภาพ รวมถึงการให้บริการอย่างรวดเร็วและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า สามารถจดจำลูกค้าได้แม่นยำ ช่วยให้ลูกค้ามีความประทับใจและมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ มีการจัดวางสินค้าให้มีลักษณะเช่นเดียวกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มีการควบคุมและลดค่าใช้จ่าย เก็บรักษาสินค้าคงคลังให้มีปริมาณน้อยที่สุด

สรินยา (2560) ศึกษาเรื่อง แนวทางการออกแบบและพัฒนาเอกลักษณ์ร้านเบเกอรี่โฮมเมด กรณีศึกษา ในศูนย์การค้าแบบไลฟ์สไตล์ มอลล์ ผลการศึกษาพบว่า สมุทรปราการเป็นพื้นที่ปริมาณผลของกรุงเทพฯ และยังถูกกำหนดให้เป็นเมืองอุตสาหกรรมของประเทศ จึงกลายเป็นฐานรองรับการขยายตัว และการลงทุนประเภทต่างๆ ต่อจากกรุงเทพฯ ทั้งโครงการที่อยู่อาศัย โครงการรถไฟฟ้าสายสีเขียว ช่วงแบริ่ง-สมุทรปราการ และโครงการห้างสรรพสินค้าต่างๆ จากการสำรวจพบว่า ผู้ใช้บริการร้านเบเกอรี่ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอยู่ในวัยทำงาน ซึ่งมีรายได้ค่อนข้างสูง ส่งผลให้มีกำลังในการซื้อสินค้าเบเกอรี่ในจำนวน และราคาที่ค่อนข้างสูงตามไปด้วย สินค้าเบเกอรี่ที่นิยมซื้อเป็นประเภท ขนมปังไส้-หน้า ต่างๆ รองลงมา คือ เค้ก แอแคลร์ พาย พัฟ-ครัวซอง แยมโรล แซนวิช คุณก็ ควรเพิ่มความหลากหลายของสินค้าที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ คือ ไอศกรีม เครื่องดื่ม นม ชา กาแฟ โดยมีทำเลร้านอยู่ในห้างสรรพสินค้า เอกลักษณ์ของร้านต้องมีสไตล์ เพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของลูกค้า ส่วนปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต้องมีรสชาติดี ปัจจัยด้านราคา คือ มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ควรมีความสะอาด ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายควรมีเอกสารให้ความรู้ด้านโภชนาการ ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ควรมีการแสดงข้อมูลการผลิต-ส่วนผสม-วันผลิต-วันหมดอายุ บนบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลที่กล่าวมา ทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านรสชาติ คุณภาพ ความสะอาด ความปลอดภัยในด้านโภชนาการเป็นอย่างมาก จึงควรให้ความสำคัญในปัจจัยดังกล่าวในการพัฒนาร้านและผลิตภัณฑ์ต่อไป และในการกำหนดรูปแบบของร้านเบเกอรี่โฮมเมด โดยใช้คำจำกัดความในอิมเมจสเกล (Image Scale) เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ

เอกลักษณ์ร้านเบเกอรี่ โฮมเมด ควรออกแบบให้สื่อถึงอารมณ์ เช่น ความเหมาะสม เป็นธรรมชาติ (Natural) น่ารัก (Pretty) และสวยงามสะดุดตา (Gorgeous)

สายฝน (2560) ศึกษาเรื่อง การดำเนินธุรกิจเบเกอรี่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ประกอบการจดทะเบียนเป็นแบบเจ้าของคนเดียว โดยส่วนใหญ่ดำเนินการขายปลีก และมีการขายส่งให้ร้านค้าทั่วไป และดำเนินธุรกิจมาแล้วประมาณ 3 ปี 2) ผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้านต่าง ๆ ดังนี้ 2.1) ด้านการจัดการ คือ มีการคัดเลือกคนเข้าทำงานโดยจะคำนึงถึงประสบการณ์ ภูมิสำเนา และบุคลิกภาพเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ความสามารถ เพศ อายุ และคุณวุฒิ หลักเกณฑ์ในการพิจารณาค่าตอบแทนของแรงงานโดยรวมที่สำคัญ ประกอบด้วย ค่าครองชีพ กฎหมายแรงงาน ประสบการณ์ และฐานการเงินของกิจการ 2.2) ด้านการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ คือ ขนมปังและเค้ก ส่วนด้านราคา จะกำหนดราคาขึ้นอยู่กับต้นทุนเป็นหลัก นอกจากนี้ในด้านการจัดจำหน่าย มีการขายเบเกอรี่โดยขายในร้านค้าของกิจการบริเวณแหล่งชุมชน และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการลดราคา แจกฟรีในช่วงเทศกาลต่าง ๆ และมีการบอกต่อกันไป 2.3) ด้านผลิต กิจการส่วนใหญ่มีการวางแผนการผลิตโดยมีลักษณะการผลิตขึ้นอยู่กับปริมาณขาย คำสั่งซื้อ ปัจจุบันมีปริมาณการผลิตโดยเฉลี่ยร้อยละ 90 ซึ่งต้นทุนการผลิตที่สำคัญคือ ค่าเสียห่วยการผลิต และค่าแรงงาน การควบคุมคุณภาพจะเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนของการได้รับวัตถุดิบไปจนกระทั่งผ่านกระบวนการต่าง ๆ ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ 2.4) ด้านการเงิน มีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายแบบธรรมดา โดยนำมาทำงบกำไรขาดทุน ผลคาดว่าผู้ประกอบการธุรกิจได้กำไรเนื่องจากกิจการเป็นเจ้าของคนเดียว และมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจ่ายค่าแรงในอัตราถูกเพราะว่าเป็นแรงงานในท้องถิ่น และ 2.5) ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ ในการประกอบธุรกิจเบเกอรี่ โดยปัญหาจากธุรกิจเบเกอรี่ที่ปิดกิจการ เพราะมีปัญหาในเรื่องเงินลงทุนค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับธุรกิจอาหารประเภทอื่น ๆ การขาดการวางแผนในการดำเนินธุรกิจมีปัญหาในการบริหารคนในองค์กร ขาดการควบคุมพนักงานที่ดี มีปริมาณยอดขายต่อวันน้อยลง มีคู่แข่งทางการตลาดรายอื่นที่เป็นเจ้าประจำอยู่แล้ว สถานที่ตั้งทำเลร้านไม่ดี ขาดการวางแผนการตลาดที่ดี รสชาติของเบเกอรี่ยังไม่ถูกปากผู้บริโภค และไม่มีการโฆษณาที่ดี มีปัญหาการขาดแคลน และมีปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

ชนิษฐา (2558) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดของเส้นหมี่ตะคุพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป อำเภอปงศังชัย จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตเส้นหมี่ตะคุพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป มีการผลิตเส้นหมี่ที่สืบทอดมาตั้งแต่สมัยปู่ย่าตายาย เส้นหมี่ตะคุเป็นเส้นหมี่พื้นบ้านมีเส้นขาว ยาวสวย เหนียวนุ่ม สะอาด ปลอดภัยถูกต้องตามหลักสุขอนามัย และน้ำปรุงรสสำเร็จรูปรสชาติของน้ำปรุงมีความกลมกล่อม มีครบทุกรสชาติ เส้นหมี่ตะคุพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูปราคาถูก มีวางขายตาม ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าทั่วไป และงานประเพณีหรืองานเทศกาลต่างๆ ในจังหวัดนครราชสีมา และ จังหวัดใกล้เคียง ในส่วนของปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด มีความสัมพันธ์กันกับพฤติกรรมผู้บริโภค และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อเพิ่มมากขึ้น ทำให้เส้นหมี่ตะคุพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูปได้รับรางวัลขายดีเป็นอันดับ 1 สองปีติดกันของชุมชน และรับประกันความอร่อยติดรูปดาว 4 ดวง เป็นสินค้า OTOP ของจังหวัดนครราชสีมา สร้างกำไร หรือรายได้ให้กับชุมชน อีกรูปแบบหนึ่งของภูมิปัญญาชาวบ้าน และเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของเส้นหมี่ตะคุพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป อำเภอปงศังชัย จังหวัดนครราชสีมา

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการ

การวิจัย เรื่อง "แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง" เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้เครื่องมือในงานวิจัย คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 เครื่องมือที่ใช้

3.2 วิธีการ

#### 3.1 เครื่องมือที่ใช้

3.1.1 ลักษณะของเครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่ง แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close- Ended Question) โดยเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ และแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaires)

ตอนที่ 2 สภาพในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Question) โดยเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ

ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตราวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุดคือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุดคือ 5 ดังนี้ (ธานินทร์, 2557) ดังนี้

ระดับปัญหา	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaires)

### 3.1.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

1) ศึกษาค้นคว้าเอกสารเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการ แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม กำหนดขอบเขต และโครงสร้างของแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษาและเนื้อหาของกรอบแนวคิดการวิจัย

2) กำหนดขอบเขตและโครงสร้างของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษาและเนื้อหาของกรอบแนวคิดการวิจัย

3) นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไข

4) นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ไปขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน

โดยกำหนดค่าคะแนนความคิดเห็นไว้ดังนี้

+1 คะแนน หมายถึง เห็นว่าสอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์

0 คะแนน หมายถึง ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์

-1 คะแนน หมายถึง เห็นว่าไม่สอดคล้องไม่ตรงกับวัตถุประสงค์

5) นำผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิมาหาความตรงเชิงเนื้อหา โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence) เลือกเฉพาะคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ในงานวิจัยนี้ พบว่า ข้อคำถามที่นำมาใช้ในแบบสอบถามมีค่า 0.6 - 1.00 ขึ้นไป

6) นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากร จำนวน 25 คน แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของชุดคำถามของแต่ละตัวแปรด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficiency) ของ conbach (ศิริชัย, 2555) เพื่อทดสอบความคงที่ภายในของชุดคำถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.871

7) จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์มาจัดพิมพ์เพื่อนำไปสอบถามจากกลุ่มประชากร ตามจำนวนที่กำหนดไว้

## 3.2 วิธีการ

### 3.2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำนวน 25 ราย และดำเนินการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

ตารางที่ 3.1 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง

ลำดับที่	อำเภอ	กลุ่มประชากร (จำนวนผู้ประกอบการ)
1	เมืองตรัง	10
2	กันตัง	1
3	ห้วยยอด	10
4	นาโยง	3
5	ย่านตาขาว	1
รวม	5 อำเภอ	25 ราย

ที่มา: หอการค้าจังหวัดตรัง, 2564

### 3.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการสอบถาม ประกอบด้วย การศึกษาสภาพการดำเนินธุรกิจ การศึกษาปัญหาในการดำเนินธุรกิจ และแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ดังนี้

- 1) ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากคณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล
- 2) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง
- 3) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามจำนวนที่กำหนด
- 4) นำข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์ แปลผล สรุปผล และรายงานผลการวิจัย

### 3.2.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลอธิบายตัวแปรของการศึกษาครั้งนี้ ไว้ดังนี้

- 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้จำนวน (ความถี่) (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage)
- 2) ข้อมูลสภาพในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง โดยใช้จำนวน (ความถี่) (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
- 3) การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง โดยใช้ค่าเฉลี่ย ( $\mu$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $\sigma$ ) ซึ่งมีเกณฑ์การแปล ความหมายของค่าเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้ (ธานินทร์, 2557)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 - 5.00 หมายถึง มีปัญหาหนักที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 - 4.49 หมายถึง มีปัญหาหนัก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 - 3.49 หมายถึง มีปัญหปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 - 2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

4) การเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตามสภาพในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมสำหรับความแตกต่าง 2 ตัวแปร ใช้การวิเคราะห์ ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ในกรณีที่ผลการวิเคราะห์พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 จะทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้ วิธีของเชฟเฟ (Scheffe's Method)

5) แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaires) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive method)



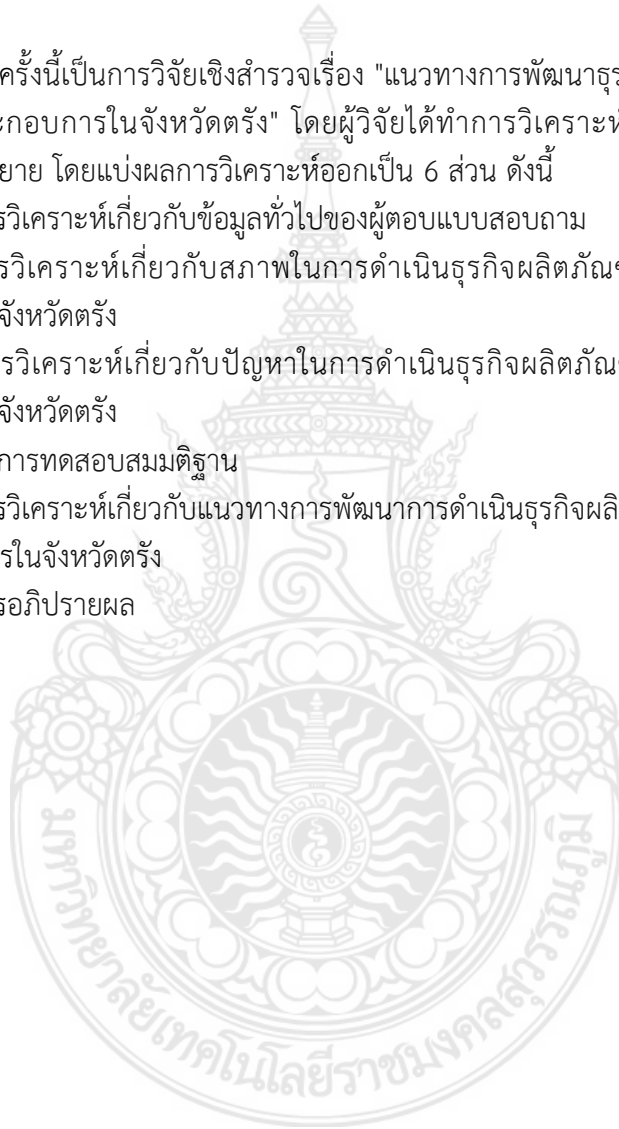


## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเรื่อง "แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง" โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง
- 4.3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง
- 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน
- 4.5 การวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง
- 4.6 การอภิปรายผล



#### 4.1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำนวน 25 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และแจกแจงความถี่ (Frequency) จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.1 - 4.5

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	14	56.00
หญิง	11	44.00
รวม	25	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 56.00 เป็นเพศชาย และอีกร้อยละ 44.00 เป็นเพศหญิง

ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 ปี	7	28.00
31 - 40 ปี	5	20.00
41 - 50 ปี	7	28.00
51 - 60 ปี	6	24.00
รวม	25	100.00

จากตารางที่ 4.2 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงไม่เกิน 30 ปี และอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาคือ มีอายุอยู่ในช่วง 51 - 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.00 และน้อยที่สุดคือ มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.00

**ตารางที่ 4.3** จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อนุปริญญา	8	32.00
ปริญญาตรี	11	44.00
สูงกว่าปริญญาตรี	6	24.00
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.3 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือ มีการศึกษาระดับอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 32.00 และน้อยที่สุดคือ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 24.00

**ตารางที่ 4.4** จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่งปัจจุบัน

ตำแหน่งปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ	15	60.00
ผู้บริหาร/ผู้จัดการ	10	40.00
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 60.00 เป็นผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ และอีกร้อยละ 40.00 เป็นผู้บริหาร/ผู้จัดการ

**ตารางที่ 4.5** จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทำเลที่ตั้งธุรกิจ

ทำเลที่ตั้งธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อำเภอเมืองตรัง	10	40.00
อำเภอกันตัง	1	4.00
อำเภอห้วยยอด	10	40.00
อำเภอนาโยง	3	12.00
อำเภอย่านตาขาว	1	4.00
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.5 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ธุรกิจตั้งอยู่ในอำเภอเมืองตรัง และอำเภอห้วยยอด คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ ธุรกิจตั้งอยู่

ในอำเภอนาโยง คิดเป็นร้อยละ 12.00 และน้อยที่สุดคือ ธุรกิจตั้งอยู่ในอำเภอกันตัง และอำเภอ  
ย่านตาขาว คิดเป็นร้อยละ 4.00

#### 4.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของ ผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม  
ในจังหวัดตรัง จำนวน 25 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และแจกแจงความถี่  
(Frequency) จำแนกตามสภาพในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการ  
ในจังหวัดตรัง ดังตารางที่ 4.6 - 4.11

ตารางที่ 4.6 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม

ชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เค้กสามรส	6	24.00
เค้กใบเตย	4	16.00
เค้กส้ม	3	12.00
เค้กฝอยทอง	4	16.00
เค้กผลไม้รวม	3	12.00
เค้กมะพร้าว	5	20.00
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.6 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ชนิด  
ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของธุรกิจคือ เค้กสามรส คิดเป็นร้อยละ 24.00 รองลงมาคือ  
เค้กมะพร้าว คิดเป็นร้อยละ 20.00 เค้กใบเตย และเค้กฝอยทอง คิดเป็นร้อยละ 16.00 และน้อยที่สุด  
คือ เค้กส้ม และเค้กผลไม้รวม คิดเป็นร้อยละ 12.00

ตารางที่ 4.7 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 ปี	4	16.00
11-20 ปี	7	28.00
21-30 ปี	6	24.00
31 ปีขึ้นไป	8	32.00
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.7 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นเวลา 31 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมาคือ ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นเวลา 11-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.00 ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นเวลา 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.00 และน้อยที่สุดคือ ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นเวลา น้อยกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.00

ตารางที่ 4.8 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม

ช่องทางการตลาด ของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การตลาดทางตรง (ขายหน้าร้าน)	11	44.00
การขายโดยพนักงานขาย (ตัวแทนจำหน่าย)	6	24.00
ช่องทางออนไลน์	8	32.00
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.8 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีช่องทางการตลาดโดยการตลาดทางตรง (ขายหน้าร้าน) คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือเป็นช่องทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 32.00 และน้อยที่สุดคือ เป็นการขายโดยพนักงานขาย (ตัวแทนจำหน่าย) คิดเป็นร้อยละ 24.00

ตารางที่ 4.9 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณการผลิตต่อวัน

ปริมาณการผลิตต่อวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 50 กล่อง	5	20.00
51-100 กล่อง	7	28.00
101-150 กล่อง	6	24.00
151 กล่องขึ้นไป	7	28.00
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.9 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ธุรกิจมีปริมาณการผลิตวันละประมาณ 51-100 กล่อง และ 151 กล่องขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาคือ มีปริมาณการผลิตวันละ 101-150 กล่อง คิดเป็นร้อยละ 24.00 และน้อยที่สุดคือ มีปริมาณการผลิตวันละน้อยกว่า 50 กล่อง คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตารางที่ 4.10 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายต่อเดือน

รายได้จากการจำหน่ายต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
100,001-200,000 บาท	10	40.00
200,001-300,000 บาท	9	36.00
300,000 บาทขึ้นไป	6	24.00
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.10 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ธุรกิจมีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เดือนละประมาณ 100,001-200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ มีปริมาณการผลิตเดือนละ 200,001-300,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.00 และน้อยที่สุดคือ มีปริมาณการผลิตเดือนละ 300,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 24.00

ตารางที่ 4.11 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทำเลที่ตั้งของธุรกิจ

ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชุมชนย่านการค้าในเขตเมือง	11	44.00
ชุมชนตลาดประจำอำเภอ	8	32.00
ชุมชนตลาดประจำตำบล	6	24.00
รวม	25	100.00

จากตารางที่ 4.11 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ธุรกิจตั้งอยู่ในชุมชนย่านการค้าในเขตเมือง คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือ ตั้งอยู่ในชุมชนตลาดประจำอำเภอ คิดเป็นร้อยละ 32.00 และน้อยที่สุดคือ ตั้งอยู่ในชุมชนตลาดประจำตำบล คิดเป็นร้อยละ 24.00

#### 4.3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำนวน 25 ราย วิเคราะห์ข้อมูลเป็นค่าเฉลี่ย ( $\mu$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $\sigma$ ) จำแนกตามปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ดังตารางที่ 4.12 - 4.18

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง โดยรวม

ระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ โดยรวม	$\mu$	$\sigma$	ระดับปัญหา
ด้านวัตถุดิบที่ใช้	3.12	0.298	ปานกลาง
ด้านการผลิต	2.95	0.223	ปานกลาง
ด้านการขาย	4.34	0.196	มาก
ด้านการเงิน	4.36	0.362	มาก
ด้านพนักงาน	3.40	0.387	ปานกลาง
ด้านการบริหารจัดการ	2.81	0.313	ปานกลาง
รวม	3.50	0.134	มาก

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง โดยรวม พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการ

ดำเนินธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ( $\mu = 3.50$ ,  $\sigma = 0.134$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการเงิน ( $\mu = 4.36$ ,  $\sigma = 0.362$ ) รองลงมาคือ ด้านการขาย ( $\mu = 4.34$ ,  $\sigma = 0.196$ ) และน้อยที่สุดคือ ด้านการบริหารจัดการ ( $\mu = 2.81$ ,  $\sigma = 0.313$ )

**ตารางที่ 4.13** ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกด้านวัตถุดิบที่ใช้

ระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านวัตถุดิบที่ใช้	$\mu$	$\sigma$	ระดับปัญหา
แป้งสาลีและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิม มีราคาสูง	2.36	0.490	น้อย
แป้งสาลีและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิม ขาดคุณภาพ	3.56	0.712	มาก
แป้งสาลีและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิม ไม่เพียงพอ จึงใช้วัตถุดิบจากจังหวัดอื่น	3.68	1.249	มาก
ราคาแป้งสาลีและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมเค้กแบบ ดั้งเดิมมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง	2.32	0.945	น้อย
ขาดการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม	2.72	0.542	ปานกลาง
ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีการผลิตที่เลียนแบบ ได้ง่าย	4.08	0.759	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.12</b>	<b>0.298</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ด้านวัตถุดิบที่ใช้ พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านวัตถุดิบที่ใช้อยู่ในระดับปานกลาง ( $\mu = 3.12$ ,  $\sigma = 0.298$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีการผลิตที่เลียนแบบได้ง่าย ( $\mu = 4.08$ ,  $\sigma = 0.759$ ) รองลงมาคือ แป้งสาลีและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมไม่เพียงพอ จึงใช้วัตถุดิบจากจังหวัดอื่น ( $\mu = 3.68$ ,  $\sigma = 1.249$ ) และน้อยที่สุดคือ แป้งสาลีและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีราคาสูง ( $\mu = 2.36$ ,  $\sigma = 0.490$ )



ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตามด้านการผลิต

ระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านการผลิต	$\mu$	$\sigma$	ระดับปัญหา
เครื่องจักรและอะไหล่มีราคาสูง	3.52	0.510	มาก
เครื่องมือ/เครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมไม่ทันสมัย	2.76	0.723	ปานกลาง
ขาดการถ่ายทอดเทคโนโลยีการใช้เครื่องมือ/เครื่องจักรที่ทันสมัยให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน	2.64	0.700	ปานกลาง
กระบวนการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีต้นทุนสูง	2.88	0.781	ปานกลาง
ปริมาณการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	2.84	0.800	ปานกลาง
กระบวนการผลิตมีความสะอาด/ปลอดภัย ได้รับการรับรองคุณภาพตามที่มาตรฐานกำหนด	3.08	0.493	ปานกลาง
รวม	2.95	0.223	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ด้านการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านการผลิตอยู่ในระดับปานกลาง ( $\mu = 2.95$ ,  $\sigma = 0.223$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เครื่องจักรและอะไหล่มีราคาสูง ( $\mu = 3.52$ ,  $\sigma = 0.510$ ) รองลงมาคือ กระบวนการผลิตมีความสะอาด/ปลอดภัย ได้รับการรับรองคุณภาพตามที่มาตรฐานกำหนด ( $\mu = 3.08$ ,  $\sigma = 0.493$ ) และน้อยที่สุดคือ ขาดการถ่ายทอดเทคโนโลยีการใช้เครื่องมือ/เครื่องจักรที่ทันสมัยให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน ( $\mu = 2.64$ ,  $\sigma = 0.700$ )

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตามด้านการขาย

ระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านการขาย	$\mu$	$\sigma$	ระดับปัญหา
มีปัญหาเรื่องการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา(โควิด 19) ทำให้ปริมาณการผลิตต่อวันและรายได้ต่อเดือนลดลง	4.64	0.700	มากที่สุด
ถูกตัดราคาจากคู่แข่ง และเสียเปรียบคู่แข่งที่มีเทคโนโลยีการผลิตที่เหนือกว่า	4.16	0.746	มาก
คุณภาพของขนมเค้กแบบดั้งเดิมไม่เป็นที่ยอมรับของลูกค้า	4.28	0.614	มาก
ถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลางทำให้ได้กำไรต่ำ	3.92	0.400	มาก
ช่องทางการจัดจำหน่ายมีไม่หลากหลาย	4.56	0.651	มากที่สุด
มีปัญหาการรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้	4.52	0.653	มากที่สุด
ขาดประสบการณ์และความรู้ในการแสวงหาตลาดใหม่ ๆ	4.44	0.712	มาก
บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมขาดความแปลกใหม่และมีรูปแบบไม่หลากหลาย	4.12	0.440	มาก
การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ มีน้อย	4.40	0.764	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.34</b>	<b>0.196</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ด้านการขาย พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านการขายอยู่ในระดับมาก ( $\mu = 4.34$ ,  $\sigma = 0.196$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีปัญหาเรื่องการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา(โควิด19) ทำให้ปริมาณการผลิตต่อวันและรายได้ต่อเดือนลดลง ( $\mu = 4.64$ ,  $\sigma = 0.700$ ) รองลงมาคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีไม่หลากหลาย ( $\mu = 4.56$ ,  $\sigma = 0.651$ ) และน้อยที่สุดคือ ถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลางทำให้ได้กำไรต่ำ ( $\mu = 3.92$ ,  $\sigma = 0.400$ )

**ตารางที่ 4.16** ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตามด้านการเงิน

ระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านการเงิน	$\mu$	$\sigma$	ระดับปัญหา
ขาดเงินทุนสำรองในการดำเนินกิจการ	4.68	0.557	มากที่สุด
การจัดทำบัญชีที่ไม่เป็นระบบ	4.36	0.757	มาก
แหล่งที่ให้การสนับสนุนและการลงทุนทางการเงินมีน้อย	4.20	0.645	มาก
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ทั้งระยะสั้นและระยะยาวอยู่ในอัตราที่สูงและมีความเสี่ยง	4.44	0.712	มาก
ความเข้าใจในเรื่องขั้นตอนการกู้ยืมเงินยังมีไม่เพียงพอ	4.48	0.714	มาก
ตัวแทนจำหน่ายค้างชำระยอดขายของผลิตภัณฑ์	4.00	0.707	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.36</b>	<b>0.362</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ด้านการเงิน พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านการเงินอยู่ในระดับมาก ( $\mu = 4.36$ ,  $\sigma = 0.362$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ขาดเงินทุนสำรองในการดำเนินกิจการ ( $\mu = 4.68$ ,  $\sigma = 0.557$ ) รองลงมาคือ ความเข้าใจในเรื่องขั้นตอนการกู้ยืมเงินยังมีไม่เพียงพอ ( $\mu = 4.48$ ,  $\sigma = 0.714$ ) และน้อยที่สุดคือ ตัวแทนจำหน่ายค้างชำระยอดขายของผลิตภัณฑ์ ( $\mu = 4.00$ ,  $\sigma = 0.707$ )

**ตารางที่ 4.17** ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตามด้านพนักงาน

ระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านพนักงาน	$\mu$	$\sigma$	ระดับปัญหา
พนักงานขาดความเชี่ยวชาญในการผลิตผลิตภัณฑ์	4.12	0.833	มาก
จำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อระบบงาน	2.64	0.700	ปานกลาง
พนักงานขาดความรู้ ความเข้าใจการใช้เครื่องจักรในการผลิต	2.96	0.790	ปานกลาง
พนักงานมีความต้องการค่าตอบแทนที่สูงเกินกว่า เนื้องาน	4.20	0.764	มาก
พนักงานขาดวินัยในการเข้าปฏิบัติงาน	3.08	0.572	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.40</b>	<b>0.387</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ด้านพนักงาน พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง ( $\mu = 3.40$ ,  $\sigma = 0.387$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีความต้องการค่าตอบแทนที่สูงเกินกว่าเนื้องาน ( $\mu = 4.20$ ,  $\sigma = 0.764$ ) รองลงมาคือ พนักงานขาดความเชี่ยวชาญในการผลิตผลิตภัณฑ์ ( $\mu = 4.12$ ,  $\sigma = 0.833$ ) และน้อยที่สุดคือ จำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อระบบงาน ( $\mu = 2.64$ ,  $\sigma = 0.700$ )

**ตารางที่ 4.18** ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตามด้านการบริหารจัดการ

ระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านการบริหารจัดการ	$\mu$	$\sigma$	ระดับปัญหา
การบริหารงานแบบอุตสาหกรรมครัวเรือน ทำให้การบริหารงานรวดเร็วและไม่สิ้นเปลืองงบประมาณ	2.64	0.638	ปานกลาง
ขาดการวางแผนการดำเนินธุรกิจ	2.60	0.577	ปานกลาง
ขาดความรู้/ประสบการณ์ในการจัดการที่เป็นระบบ	2.80	0.707	ปานกลาง
ขาดความรู้ในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม	2.88	0.833	ปานกลาง
ขาดความรู้ในการจัดเก็บรักษาผลิตภัณฑ์	2.56	0.583	ปานกลาง
การดำเนินธุรกิจที่ล่าช้าทำให้พลาดโอกาสต่าง ๆ ได้	2.72	0.678	ปานกลาง
การเข้า - ออกของพนักงานบ่อย ทำให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพลดลง	3.48	0.653	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>2.81</b>	<b>0.313</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ด้านการบริหารจัดการ พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านการบริหารจัดการ อยู่ในระดับปานกลาง ( $\mu = 2.81$ ,  $\sigma = 0.313$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การเข้า - ออกของพนักงานบ่อย ทำให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพลดลง ( $\mu = 3.48$ ,  $\sigma = 0.653$ ) รองลงมาคือ ขาดความรู้ในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม ( $\mu = 2.88$ ,  $\sigma = 0.833$ ) และน้อยที่สุดคือ ขาดความรู้ในการจัดเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ( $\mu = 2.56$ ,  $\sigma = 0.583$ )

#### 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ผู้ประกอบการที่มีสภาพในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังแตกต่างกัน

##### 1) ชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม

**สมมติฐานย่อยที่ 1.1** ผู้ประกอบการที่มีชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังแตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้ประกอบการที่มีชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังแตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ประกอบการที่มีชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังไม่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่ามากกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 4.19



ตารางที่ 4.19 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำแนกตามชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม ในจังหวัดตรัง	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านวัตถุดิบที่ใช้	ระหว่างกลุ่ม	.507	5	.101	1.179	.356
	ภายในกลุ่ม	1.633	19	.086		
	รวม	2.140	24			
ด้านการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	.116	5	.023	.408	.837
	ภายในกลุ่ม	1.080	19	.057		
	รวม	1.196	24			
ด้านการขาย	ระหว่างกลุ่ม	.036	5	.007	.153	.976
	ภายในกลุ่ม	.890	19	.047		
	รวม	.925	24			
ด้านการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	.270	5	.054	.357	.872
	ภายในกลุ่ม	2.879	19	.152		
	รวม	3.149	24			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	.915	5	.183	1.296	.307
	ภายในกลุ่ม	2.685	19	.141		
	รวม	3.600	24			
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	.620	5	.124	1.358	.284
	ภายในกลุ่ม	1.736	19	.091		
	รวม	2.356	24			
ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.064	5	.013	.657	.660
	ภายในกลุ่ม	.369	19	.019		
	รวม	.433	24			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำแนกตามชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม โดยใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ได้ค่า  $P > .05$  นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ประกอบการที่มีชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## 2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

**สมมติฐานย่อยที่ 1.2** ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังแตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังแตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังไม่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่ามากกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 4.20



ตารางที่ 4.20 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม ในจังหวัดตรัง	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านวัตถุดิบที่ใช้	ระหว่างกลุ่ม	.746	3	.249	3.745	.027*
	ภายในกลุ่ม	1.394	21	.066		
	รวม	2.140	24			
ด้านการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	.032	3	.011	.193	.900
	ภายในกลุ่ม	1.164	21	.055		
	รวม	1.196	24			
ด้านการขาย	ระหว่างกลุ่ม	.053	3	.018	.428	.735
	ภายในกลุ่ม	.872	21	.042		
	รวม	.925	24			
ด้านการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	.807	3	.269	2.413	.095
	ภายในกลุ่ม	2.342	21	.112		
	รวม	3.149	24			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	.036	3	.012	.070	.975
	ภายในกลุ่ม	3.564	21	.170		
	รวม	3.600	24			
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	.117	3	.039	.367	.778
	ภายในกลุ่ม	2.239	21	.107		
	รวม	2.356	24			
ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.020	3	.007	.346	.792
	ภายในกลุ่ม	.413	21	.020		
	รวม	.433	24			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ได้ค่า  $P < .05$  จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านวัตถุดิบที่ใช้ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง ด้านวัตถุดิบที่ใช้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



และเพื่อให้ทราบว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง ด้านวัตถุดิบที่ใช้ แตกต่างกันเป็นรายคู่ ไตบ้าง ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ปรากฏผลดังตารางที่ 4.21

**ตารางที่ 4.21** ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง ด้านวัตถุดิบที่ใช้ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

ระยะเวลา ในการดำเนินธุรกิจ	$\mu$	น้อยกว่า 10 ปี	11-20 ปี	21-30 ปี	31 ปีขึ้นไป
		3.33	2.86	3.22	3.17
น้อยกว่า 10 ปี	3.33	-	.48 (.008*)	.11 (.511)	.17 (.303)
11-20 ปี	2.86		-	.37 (.019*)	.31 (.030*)
21-30 ปี	3.22			-	.06 (.694)
31 ปีขึ้นไป	3.17				-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง ด้านวัตถุดิบที่ใช้ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง ด้านวัตถุดิบที่ใช้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลาน้อยกว่า 10 ปี มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจมากกว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 11-20 ปี ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นเวลา 11-20 ปี มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจน้อยกว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 21-30 ปี และดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 31 ปีขึ้นไป นอกนั้นไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลายาวนาน ย่อมมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจได้ดีกว่าไม่ว่าจะเป็นการคัดสรรวัตถุดิบที่ดีจากผู้จัดจำหน่ายประจำ ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กที่มีคุณภาพ มีความสม่ำเสมอ และมีความสดใหม่ในทุก ๆ วัน รวมไปถึงมีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายตรงตามความต้องการของผู้บริโภค จึงทำให้ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลายาวนาน มีปัญหาด้านวัตถุดิบที่ใช้น้อยกว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลาสั้นๆ

### 3) ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม

**สมมติฐานย่อยที่ 1.3** ผู้ประกอบการที่มีช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังแตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้ประกอบการที่มีช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังแตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ประกอบการที่มีช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังไม่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่ามากกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 4.22



**ตารางที่ 4.22** แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำแนกตามช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม ในจังหวัดตรัง	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านวัตถุดิบที่ใช้	ระหว่างกลุ่ม	.069	2	.035	.368	.696
	ภายในกลุ่ม	2.071	22	.094		
	รวม	2.140	24			
ด้านการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	.157	2	.078	1.662	.213
	ภายในกลุ่ม	1.039	22	.047		
	รวม	1.196	24			
ด้านการขาย	ระหว่างกลุ่ม	.197	2	.098	2.972	.072
	ภายในกลุ่ม	.729	22	.033		
	รวม	.925	24			
ด้านการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	.258	2	.129	.983	.390
	ภายในกลุ่ม	2.890	22	.131		
	รวม	3.149	24			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	.084	2	.042	.262	.772
	ภายในกลุ่ม	3.516	22	.160		
	รวม	3.600	24			
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	.216	2	.108	1.113	.346
	ภายในกลุ่ม	2.139	22	.097		
	รวม	2.356	24			
ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.000	2	.000	.009	.991
	ภายในกลุ่ม	.433	22	.020		
	รวม	.433	24			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำแนกตามช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม โดยใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ได้ค่า  $P > .05$  นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ประกอบการที่มีช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### 4) ปริมาณการผลิตต่อวัน

**สมมติฐานย่อยที่ 1.4** ผู้ประกอบการที่มีปริมาณการผลิตต่อวันแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังแตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้ประกอบการที่มีปริมาณการผลิตต่อวันแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังแตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ประกอบการที่มีปริมาณการผลิตต่อวันแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังไม่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่ามากกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 4.23



ตารางที่ 4.23 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำแนกตามปริมาณการผลิตต่อวัน

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม ในจังหวัดตรัง	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านวัตถุดิบที่ใช้	ระหว่างกลุ่ม	.103	3	.034	.352	.788
	ภายในกลุ่ม	2.037	21	.097		
	รวม	2.140	24			
ด้านการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	.228	3	.076	1.653	.208
	ภายในกลุ่ม	.967	21	.046		
	รวม	1.196	24			
ด้านการขาย	ระหว่างกลุ่ม	.034	3	.011	.265	.850
	ภายในกลุ่ม	.892	21	.042		
	รวม	.925	24			
ด้านการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	.693	3	.231	1.975	.149
	ภายในกลุ่ม	2.456	21	.117		
	รวม	3.149	24			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	.044	3	.015	.087	.966
	ภายในกลุ่ม	3.556	21	.169		
	รวม	3.600	24			
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	.016	3	.005	.049	.985
	ภายในกลุ่ม	2.340	21	.111		
	รวม	2.356	24			
ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.006	3	.002	.103	.958
	ภายในกลุ่ม	.427	21	.020		
	รวม	.433	24			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำแนกตามปริมาณการผลิตต่อวัน โดยใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ได้ค่า  $P > .05$  นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ประกอบการที่มีปริมาณการผลิตต่อวันแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### 5) รายได้จากการจำหน่ายต่อเดือน

**สมมติฐานย่อยที่ 1.5** ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายต่อเดือนแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดต่างแตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายต่อเดือนแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดต่างแตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายต่อเดือนแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดต่างไม่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่ามากกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 4.24



ตารางที่ 4.24 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายต่อเดือน

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม ในจังหวัดตรัง	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านวัตถุดิบที่ใช้	ระหว่างกลุ่ม	.089	2	.045	.479	.625
	ภายในกลุ่ม	2.051	22	.093		
	รวม	2.140	24			
ด้านการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	.035	2	.017	.329	.723
	ภายในกลุ่ม	1.161	22	.053		
	รวม	1.196	24			
ด้านการขาย	ระหว่างกลุ่ม	.028	2	.014	.349	.709
	ภายในกลุ่ม	.897	22	.041		
	รวม	.925	24			
ด้านการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	.506	2	.253	2.104	.146
	ภายในกลุ่ม	2.643	22	.120		
	รวม	3.149	24			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	.711	2	.356	2.708	.089
	ภายในกลุ่ม	2.889	22	.131		
	รวม	3.600	24			
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	.129	2	.065	.639	.537
	ภายในกลุ่ม	2.227	22	.101		
	รวม	2.356	24			
ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.050	2	.025	1.430	.261
	ภายในกลุ่ม	.383	22	.017		
	รวม	.433	24			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายต่อเดือน โดยใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ได้ค่า  $P > .05$  นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายต่อเดือนแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### 6) ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ

**สมมติฐานย่อยที่ 1.6** ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังแตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังแตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังไม่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่ามากกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 4.25





ตารางที่ 4.25 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำแนกตามทำเลที่ตั้งของธุรกิจ

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม ในจังหวัดตรัง	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านวัตถุดิบที่ใช้	ระหว่างกลุ่ม	.040	2	.020	.207	.815
	ภายในกลุ่ม	2.100	22	.095		
	รวม	2.140	24			
ด้านการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	.199	2	.099	2.196	.135
	ภายในกลุ่ม	.997	22	.045		
	รวม	1.196	24			
ด้านการขาย	ระหว่างกลุ่ม	.063	2	.031	.798	.463
	ภายในกลุ่ม	.863	22	.039		
	รวม	.925	24			
ด้านการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	.993	2	.496	5.065	.016*
	ภายในกลุ่ม	2.156	22	.098		
	รวม	3.149	24			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	.216	2	.108	.702	.506
	ภายในกลุ่ม	3.384	22	.154		
	รวม	3.600	24			
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	.089	2	.045	.434	.653
	ภายในกลุ่ม	2.266	22	.103		
	รวม	2.356	24			
ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.070	2	.035	2.110	.145
	ภายในกลุ่ม	.364	22	.017		
	รวม	.433	24			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำแนกตามทำเลที่ตั้งของธุรกิจ โดยใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ได้ค่า  $P < .05$  จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านการเงิน นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง ด้านการเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และเพื่อให้ทราบว่าผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง ด้านการเงิน แตกต่างกันเป็นรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ปรากฏผลดังตารางที่ 4.26

**ตารางที่ 4.26** ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง ด้านการเงิน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ	$\mu$	ชุมชนย่านการค้า ในเขตเมือง	ชุมชนตลาด ประจำอำเภอ	ชุมชนตลาด ประจำตำบล
		4.15	4.44	4.64
ชุมชนย่านการค้าในเขตเมือง	4.15	-	.29 (.169)	.49 (.020*)
ชุมชนตลาดประจำอำเภอ	4.44		-	.20 (.503)
ชุมชนตลาดประจำตำบล	4.64			-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง ด้านการเงิน จำแนกตามทำเลที่ตั้งของธุรกิจ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจ มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง ด้านการเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่ธุรกิจตั้งอยู่บริเวณชุมชนย่านการค้าในเขตเมือง มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจน้อยกว่าผู้ประกอบการที่ธุรกิจตั้งอยู่บริเวณชุมชนตลาดประจำตำบล นอกนั้นไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่าผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านตั้งอยู่ในเขตชุมชนเมือง ซึ่งเป็นแหล่งชุมชนที่มีผู้คนสัญจรไปมาจำนวนมาก จึงสามารถขายผลิตภัณฑ์ขนมเค้กได้ในปริมาณมาก ส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรได้มากกว่า ดังนั้น ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งในเขตชุมชนเมือง จึงมีปัญหาด้านการเงินน้อยกว่า ผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านตั้งอยู่ในเขตชุมชนตำบลเล็กๆ

#### 4.5 การวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำนวน 25 ราย ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลในรูปแบบการสัมภาษณ์ สามารถสรุปได้ดังนี้

##### 1) ด้านวัตถุดิบที่ใช้

##### 1.1) ปัญหาและอุปสรรคด้านวัตถุดิบที่ใช้

ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กจะใช้วัตถุดิบหลักๆ ได้แก่ แป้งสาลี เหนย น้ำตาล ไข่ไก่ ผงฟู และบรรจุภัณฑ์ แต่ทิศทางราคาของวัตถุดิบมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นเรื่อยๆ โดยไม่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้นตามเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังไม่สามารถควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบให้มีคุณภาพตามต้องการได้ เช่น ไข่ไก่ ที่เป็นวัตถุดิบสำคัญในการทำขนมเค้ก ส่งผลให้คุณภาพของขนมเค้กเกิดการไม่คงที่และสม่ำเสมอในทุกรอบการผลิต

##### 1.2) จุดเด่นด้านวัตถุดิบที่ใช้

ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กในจังหวัดตรัง มีความเป็นเอกลักษณ์ด้านลักษณะและรสชาติ เพราะผู้ประกอบการมีการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง สามารถเลือกหาซื้อได้ในท้องถิ่นเมืองตรัง เน้นวัตถุดิบที่มีความสดใหม่อยู่เสมอเพื่อให้ขนมเค้กมีความนุ่ม และรักษารสชาติแบบดั้งเดิมไว้ได้ แม้จะอบเสร็จไว้หลายวันก็ตาม

##### 1.3) แนวทางการพัฒนาด้านวัตถุดิบที่ใช้

ขนมเค้กถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดตรัง ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวนิยมซื้อเพื่อเป็นของฝาก ดังนั้นผู้ประกอบการควรเอาใจใส่ในการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพคงที่ สม่ำเสมอ นอกจากนี้ควรหันมาใช้วัตถุดิบที่ผลิตในประเทศไทยเป็นหลัก โดยเฉพาะวัตถุดิบในท้องถิ่นเพื่อความสดใหม่ เช่น ไข่ไก่ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ขนมเค้กที่มีความหอม นุ่ม รสชาติอร่อยคงที่ ปราศจากวัตถุดิบเสีย และสามารถเก็บรักษาไว้ได้นานวัน

##### 2) ด้านการผลิต

##### 2.1) ปัญหาและอุปสรรคด้านการผลิต

ขนมเค้กนับเป็นศิลปะอย่างหนึ่งที่ต้องใช้ความชำนาญเป็นอย่างมาก ซึ่งในปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าของการทำขนมเค้กไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้ทำอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอีกด้วย ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กต้องเจอกับปัญหาของอุปกรณ์และเครื่องจักรสำหรับใช้ในการผลิตบ่อยครั้ง เนื่องจากเป็นแบบรุ่นเก่า ทำให้การซ่อมบำรุงรักษายาก และมีต้นทุนในการซ่อมแซมที่สูง ประกอบกับในช่วงเทศกาลสำคัญๆ จะมียอดสั่งซื้อในปริมาณที่สูง แต่อุปกรณ์และเครื่องจักรไม่พร้อมกับการผลิตที่มากขึ้น ทำให้ไม่สามารถผลิตขนมเค้กได้ตามความต้องการของผู้บริโภคได้

##### 2.2) จุดเด่นด้านการผลิต

ความมีเสน่ห์ของขนมเค้กตรัง นอกจากรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ อร่อยกลมกล่อม อันเนื่องมาจากการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพแล้ว รูปลักษณ์และสีสันทันของตัวผลิตภัณฑ์ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกประทับใจ ซึ่งผู้ประกอบการมีการออกแบบขนมเค้กให้สวยงาม มีความหลากหลายมากขึ้น อีกทั้งผู้ผลิตบางรายยังมีการผลิตขนมที่สดใหม่ในทุกๆวันจำหน่ายหมดวันต่อวัน ทำให้

ผู้บริโภคมีความมั่นใจในคุณภาพของขนมเค้กแบบดั้งเดิม อันเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดตรัง เหมาะสำหรับซื้อเป็นของขวัญในช่วงเทศกาลๆ ต่างได้เป็นอย่างดี

### 2.3) แนวทางการพัฒนาด้านการผลิต

ขนมเค้กไม่ใช่อาหารที่รับประทานเพื่ออิม แต่เป็นอาหารว่างที่ทานแล้วรู้สึกมีความสุข ดังนั้นผู้ประกอบการควรเอาใจใส่ในรายละเอียด เช่น ปริมาณของไขมันที่ใช้ อุณหภูมิในการอบ ถึงแม้คนอื่นอาจจะเลียนแบบรสชาติได้ง่าย แต่ในรายละเอียดแล้วไม่สามารถเลียนแบบกันได้ ซึ่งผู้ผลิตต้องรักษาเอกลักษณ์ความเป็นดั้งเดิมไว้ด้วย นอกจากนี้ควรมีการออกแบบขนมเค้กให้มีความสวยงามน่ารับประทาน และมีรูปแบบที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ก็เป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้สามารถคงคุณภาพและรสชาติของขนมเค้กได้นานวัน

### 3) ด้านการขาย

#### 3.1) ปัญหาและอุปสรรคด้านการขาย

ในปัจจุบันถึงแม้ขนมเค้กจะได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย คนทุกเพศทุกวัย ส่วนใหญ่หันมารับประทานขนมเค้กกันมากขึ้นก็ตาม แต่เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคมีกำลังในการซื้อลดลงอย่างเห็นได้ชัด ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องลดการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่ลดลง เพราะขนมเค้กมีอายุสั้นสามารถเก็บไว้ได้เพียง 5-7 วันเท่านั้น

#### 3.2) จุดเด่นด้านการขาย

ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กในจังหวัดตรัง ช่วยให้ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เพราะมีรสชาติที่มีความหอมอร่อย นุ่มฟู และสามารถเก็บไว้ได้นานกว่าเค้กทั่วไป ซึ่งเป็นสูตรพื้นถิ่นดั้งเดิมอันเป็นเอกลักษณ์ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีช่องทางการขายที่หลากหลายมากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป เดิมเคยขายเฉพาะหน้าร้าน หรือขายส่งให้พ่อค้าคนกลาง ปัจจุบันมีช่องทางออนไลน์เข้ามาเพิ่มยอดขายอีกช่องทางหนึ่ง เช่น facebook, Instagram, Line เป็นต้น ทำให้สามารถปรับระดับประครองธุรกิจให้ยืดหยุ่นได้ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

#### 3.3) แนวทางการพัฒนาด้านการขาย

ปัจจุบันการพิจารณาเลือกใช้บริการร้านขนมเค้กจะควบคู่ไปกับการดื่มชา กาแฟ โดยผู้บริโภคนิยมรับประทานที่ร้านมากขึ้น เนื่องจากต้องการความสดใหม่ของขนมเค้ก และบรรยากาศของร้าน ดังนั้นผู้ประกอบการควรมองหาโอกาสขยายธุรกิจ โดยมีการเปิดร้านคาเฟ่ควบคู่ด้วย เนื่องจากบรรยากาศของร้านก็เป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มยอดขายขนมเค้กได้ นอกจากนี้ควรเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อในรูปแบบออนไลน์ ได้แก่ การสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน และมีบริการจัดส่งแบบเดลิเวอรี่ด้วย จะทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย

### 4) ด้านการเงิน

#### 4.1) ปัญหาและอุปสรรคด้านการเงิน

ทำเลที่ตั้งของร้านขนมเค้กถือว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อการเข้าถึงได้ง่ายของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว และส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจได้ แต่ปัญหาของผู้ประกอบการคือ มีค่าใช้จ่ายที่ต้องลงทุนเช่าร้านขายขนมเค้ก ทำให้เกิดต้นทุนการผลิตสูงตามมา นอกจากนี้ยังต้องมีการสำรองเงินใน

การสั่งทำ Packaging ในครั้งละจำนวนมากๆ และสำรองทุนในการจัดซื้อวัตถุดิบอีก ประกอบกับการเสื่อมสภาพของอุปกรณ์และเครื่องจักรในการทำผลิตภัณฑ์ขนมเค้ก ทำให้ผู้ประกอบการประสบปัญหาการขาดสภาพคล่องในธุรกิจ

#### 4.2) จุดเด่นด้านการเงิน

ธุรกิจขนมเค้กในจังหวัดตรัง ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กซึ่งเป็นธุรกิจภายในครอบครัว และดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลาหลาย 10 ปี จึงมีลูกค้าประจำอยู่เป็นจำนวนมากพอสมควร และการขายขนมเค้กส่วนใหญ่จะเป็นการขายให้กับลูกค้าโดยตรง จึงทำให้มีเงินสดหมุนเวียนในธุรกิจได้ และสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ถึงแม้จะทำให้ยอดขายลดลง แต่ผู้ประกอบการ ก็สามารถที่จะปรับระดับประคองธุรกิจให้อยู่รอดได้

#### 4.3) แนวทางการพัฒนาด้านการเงิน

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจขนมเค้กหลายด้าน เช่น วัตถุดิบมีราคาสูง ผู้บริโภคมีกำลังในการซื้อน้อยลง ทำให้ผู้ประกอบการมีกำไรลดลง และมีเงินทุนลดลง ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจเกิดสภาพคล่อง ผู้ประกอบการควรมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย อย่างรัดกุม มีการตรวจสอบยอดขายอย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงมีการกำหนดงบประมาณและเงินทุนในแต่ละด้านอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อธุรกิจสามารถยืนหยัดอยู่ได้ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา

#### 5) ด้านพนักงาน

##### 5.1) ปัญหาและอุปสรรคด้านพนักงาน

หัวใจสำคัญของธุรกิจขนมเค้กคือ พนักงานต้องมีความเป็นนักศิลปะ ขณะเดียวกันต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างผลงานใหม่ๆ มาให้กับลูกค้า ควรมีการเตรียมวัตถุดิบและส่วนผสมต่างๆ ให้ถูกต้อง เป็นประโยชน์ เพิ่มจินตนาการลงไป ขนม เพื่อให้ขนมเค้กมีความหลากหลาย และน่าสนใจ แต่ผู้ประกอบการประสบปัญหาด้านนี้ เนื่องจากส่วนใหญ่พนักงานยังขาดประสบการณ์ด้านการทำขนมเค้ก อีกทั้งยังหาพนักงานมาทำงานค่อนข้างยาก จึงอาจเป็นจุดอ่อนทำให้ไม่สามารถสู้กับคู่แข่งในธุรกิจได้

##### 5.2) จุดเด่นด้านพนักงาน

Service Minded ถือเป็นหัวใจสำคัญของงานบริการ ซึ่งจุดเด่นของพนักงานของธุรกิจขนมเค้ก ส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานที่ทำงานมาดั้งเดิม จึงทำงานด้วยความสุข มีความขยัน ซื่อสัตย์ อดทน รักในการทำขนมพื้นเมือง บริการลูกค้าด้วยจิตใจที่รักงานบริการอย่างเต็มเปี่ยม เพื่อแสดงออกให้ลูกค้าเห็นถึงความเอาใจใส่ ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ธุรกิจขนมเค้กของจังหวัดตรังยังยืนหยัดอยู่ได้จวบจนทุกวันนี้

##### 5.3) แนวทางการพัฒนาด้านพนักงาน

ธุรกิจขนมเค้กนับเป็นศิลปะอย่างหนึ่งที่ต้องการความชำนาญเป็นอย่างมากในการสร้างสรรค์ผลงาน มีการตกแต่งขนมเค้กให้ทันสมัย เพิ่มความหลากหลายของสินค้า และโดดเด่นน่ารับประทาน ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการส่งเสริมพนักงานให้มีความเป็นมืออาชีพ โดยเปิดโอกาสให้มีการฝึกอบรม/เพิ่มพูนความรู้ในหลักสูตรและเทคนิคในการทำขนมเค้กแบบดั้งเดิมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทั้งนี้เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจอย่างยั่งยืน

## 6) ด้านการบริหารจัดการ

### 6.1) ปัญหาและอุปสรรคด้านการบริหารจัดการ

ธุรกิจขนมเค้ก เป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือเป็นธุรกิจในครอบครัว ที่ผู้บริหรายังเป็นคนรุ่นพ่อ-แม่ ที่ยังยึดติดกับค่านิยมเก่าๆ จนไม่ยอมเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป กลัวเสียภาพลักษณ์ ซึ่งจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ธุรกิจขนมเค้กในจังหวัดตรังได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงเนื่องจากการขายยังเป็นแบบขายหน้าร้านให้กับลูกค้าประจำเพียงอย่างเดียว จนทำให้ยอดขายลดลง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจในระยะยาวได้

### 6.2) จุดเด่นด้านการบริหารจัดการ

ธุรกิจขนมเค้กส่วนใหญ่เป็นธุรกิจแบบครอบครัว ซึ่งจุดเด่นก็คือ การบริหารงานปราศจากความขัดแย้ง ดังจะเห็นจากการที่ธุรกิจมีการดำเนินงานผ่านมาหลายช่วงอายุคน ส่วนใหญ่จะเป็นการส่งต่อจากรุ่นปู่ย่า-ตายาย สู่รุ่นลูก รุ่นหลาน ทำให้ธุรกิจเกิดความแข็งแกร่ง จนสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดตรังตราบนานถึงปัจจุบัน

### 6.3) แนวทางการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ

ปัจจุบันขนมเค้กได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย มีการพัฒนารูปแบบขนมเค้กอย่างต่อเนื่อง ให้สามารถรับประทานได้ในทุกโอกาส ทุกเวลาและทุกสถานที่ ดังนั้น สิ่งสำคัญของผู้ประกอบการก็คือ การรักษาธุรกิจให้ดำรงอยู่อย่างมั่นคง ควรให้ความเอาใจใส่ในการรักษาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาสินค้า ควบคู่ไปกับการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตราสินค้า การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม เพิ่มจุดเด่นให้สินค้าควมมีชีวิตชีวา รวมถึงการให้บริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า การที่ผู้ประกอบการสามารถสร้างและรักษาคุณค่าของธุรกิจของตนเองไว้ได้อย่างเหนียวแน่น ถึงแม้ว่าจะเป็นขนาดกลางหรือขนาดเล็กก็ตาม ก็จะสามารถยืนหยัดอยู่ได้ในภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยได้

## 4.6 การอภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ซึ่งได้นำผลการศึกษามาอภิปรายตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

### 4.6.1 สภาพการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง สามารถอภิปรายผลในแต่ละด้าน ดังนี้

4.6.1.1 ชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม พบว่า ชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของธุรกิจส่วนใหญ่คือ เค้กสามรส คิดเป็นร้อยละ 24.00 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ปัจจุบันจังหวัดตรัง มีการทำขนมเค้กเป็นกิจการในครัวเรือนกันอย่างแพร่หลาย และพัฒนาจนมีรสต่างๆ มากมาย เช่น รสกาแฟ ใบเตย เค้กสามรส เค้กสี่รส เค้กนมสด เค้กมะพร้าว เค้กเผือก เค้กส้ม เค้กชาเขียว เค้กขนุน เค้กลิ้นจี่ เค้กเนย เค้กพุทรา เค้กผลไม้รวม เค้กฝอยทอง เค้กอบกรอบ และอื่นๆ ซึ่งสูตรการทำขนมเค้กมีการสืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน ลูกหลานชาวตรัง และนักท่องเที่ยวนิยมนำไปเป็นของฝากแก่เพื่อนฝูง ญาติมิตร ผู้หลักผู้ใหญ่ จนกลายเป็นของฝากขึ้นชื่อประจำจังหวัดตรัง ดังที่ สรินยา (2560) พบว่า สินค้าเบเกอรี่ที่นิยมซื้อเป็นประเภท ขนมปังไส้-หน้า ต่างๆ รองลงมา คือ เค้ก แอแคลร์ พาย พัฟ ครั้วของ แยมโรล แซนวิช คุกกี้

4.6.1.2 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ พบว่า ธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นเวลามากกว่า 31 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.00 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคนตรังนิยมใช้ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในงานมงคลหรืองานสำคัญในเทศกาลต่างๆ ใช้สำหรับไหว้เจ้า ไหว้บรรพชน เพราะเป็นขนมที่สื่อถึงความเพื่องฟูเจริญรุ่งเรืองของลูกหลาน จึงทำให้ธุรกิจขนมเค้กเมืองตรังเป็นที่นิยม เป็นของฝากอันลือชื่อ ส่งผลให้ดำเนินธุรกิจสานต่อจากรุ่นสู่รุ่นมาจนถึงปัจจุบัน (จังหวัดตรัง, 2560) ดังที่ งานวิจัยของรุ่งนภา (2563) พบว่า ธุรกิจดำเนินงานมาแล้วเป็นเวลามากกว่า 16 ปี และดำเนินธุรกิจมาแล้วประมาณ 3 ปี (สายฝน, 2560)

4.6.1.3 ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม พบว่า ธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กมีช่องทางการตลาดโดยการตลาดทางตรง (ขายหน้าร้าน) คิดเป็นร้อยละ 44.00 สอดคล้องกับรุ่งนภา (2563) ธุรกิจมีช่องทางการขายใช้รูปแบบการขายด้วยพนักงานขาย รวมไปถึงสุพิชมา (2561) พบว่า ธุรกิจมีการส่งเสริมการขาย และมีการใช้พนักงานขาย เพื่อใช้ในการสื่อสารการตลาดไปยังผู้บริโภคเป้าหมาย ในขณะที่ พรทิพย์ (2561) ผู้ประกอบการใช้สื่อ Social Media เป็นหลักในการทำการตลาด และส่วนใหญ่จำหน่ายในรูปแบบของ Delivery เป็นหลัก นอกจากนี้ กัญญาณัฐ (2562) ธุรกิจมีการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายแบบขายปลีกและขายส่ง มีการส่งเสริมการขายโดยใช้การจัดโปรโมชั่นลดแลก แจกแถม และมีการสื่อสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายผ่านโซเชียลมีเดียเป็นหลักทั้งทางเฟซบุ๊ก (Facebook) พันทิปดอทคอม (Pantip.com) และการรีวิวจากบล็อกเกอร์ รวมถึงการสื่อสารผ่านสื่อของพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจันทบุรี (พรวลัย, 2561)

4.6.1.4 ปริมาณการผลิตต่อวัน พบว่า ธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กมีปริมาณการผลิตวันละประมาณ 51-100 ก่อ่ง และ 151 ก่อ่งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 28.00 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากขนมเค้กแบบดั้งเดิมเมืองตรัง นิยมรับประทานเป็นอาหารว่าง คู่กับชา กาแฟ และคนตรังนิยมใช้ในงานมงคลหรืองานสำคัญในเทศกาลต่างๆ ใช้สำหรับไหว้เจ้า ไหว้บรรพชน จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กมีปริมาณการซื้อขายค่อนข้างมาก ซึ่งในงานวิจัยของรุ่งนภา (2563) พบว่า ธุรกิจมีปริมาณการผลิตเดือนละต่ำกว่า 10,000 ห่อ

4.6.1.5 รายได้จากการจำหน่ายต่อเดือน พบว่า ธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กมีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เดือนละประมาณ 100,001-200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.00 ซึ่งในงานวิจัยของพนาพร (2560) พบว่า ธุรกิจมีผลการดำเนินงานของกิจการอยู่ในระดับน่าพอใจ ในขณะที่รุ่งนภา (2563) ที่พบว่า ธุรกิจมีรายได้จากการจำหน่ายเดือนละต่ำกว่า 2 แสนบาท ทั้งนี้อาจเกิดจากปริมาณยอดขายต่อวันน้อยลง (สายฝน, 2560)

4.6.1.6 ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ พบว่า ธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กตั้งอยู่บริเวณชุมชนย่านการค้าในเขตเมือง คิดเป็นร้อยละ 44.00 ตามแนวคิดของทิตจิตตา (2560) ได้กล่าวว่า การจัดสถานที่ให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการต้องเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่มีขั้นตอนซับซ้อน ทำให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการได้มากที่สุด และทำเลที่ตั้งต้องสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและลักษณะธุรกิจ จะทำให้ธุรกิจมีกำไรได้ ดังที่งานวิจัยของสายฝน (2560) พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้านการจัดจำหน่าย มีการขายเบเกอรี่โดยขายในร้านค้าของกิจการบริเวณแหล่งชุมชน

#### 4.6.2 ปัญหาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัด ตรัง สามารถอภิปรายผลในแต่ละด้าน ดังนี้

4.6.2.1 ด้านวัตถุดิบที่ใช้ พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านวัตถุดิบที่ใช้อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีการผลิตที่เลียนแบบได้ง่าย รองลงมาคือ แป้งสาลีและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมไม่เพียงพอ จึงใช้วัตถุดิบจากจังหวัดอื่น และน้อยที่สุดคือ แป้งสาลีและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีราคาสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งนภา (2563) พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ อยู่ในระดับปานกลาง โดยปัญหาที่พบส่วนใหญ่ ได้แก่ ปริมาณวัตถุดิบขาดแคลน (นาสินี, 2560) และวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารมีราคาสูง (พรทิพย์ 2561)

4.6.2.2 ด้านการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านการผลิตอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เครื่องจักรและอะไหล่มีราคาสูง รองลงมาคือ กระบวนการผลิตมีความสะอาด/ปลอดภัย ได้รับการรับรองคุณภาพตามที่มาตรฐานกำหนด และน้อยที่สุดคือ ขาดการถ่ายทอดเทคโนโลยีการใช้เครื่องมือ/เครื่องจักรที่ทันสมัยให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน สอดคล้องกับรุ่งนภา (2563) ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ อยู่ในระดับปานกลาง ดังที่ สายฝน (2560) พบว่า ต้นทุนการผลิตที่สำคัญคือ ค่าเสียหุ้ยการผลิต และค่าแรงงาน ซึ่งการควบคุมคุณภาพจะเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนของการได้รับวัตถุดิบไปจนกระทั่งผ่านกระบวนการต่างๆ ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ นอกจากนี้ พาฝัน (2560) พบว่า ธุรกิจมีปัญหาด้านการผลิต ได้แก่ วัตถุดิบและเทคโนโลยีมีราคาแพง

4.6.2.3 ด้านการขาย พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านการขายอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีปัญหาเรื่องการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (โควิด19) ทำให้ปริมาณการผลิตต่อวันและรายได้ต่อเดือนลดลง รองลงมาคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีไม่หลากหลาย และน้อยที่สุดคือ ถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลางทำให้ได้กำไรต่ำ ซึ่งงานวิจัยของพาฝัน (2560) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการประกอบธุรกิจเบเกอรี่จะมีปัญหาเกี่ยวกับด้านการตลาดมากที่สุด ได้แก่ ความต้องการของลูกค้ามีหลากหลาย ต้นทุนของเบเกอรี่ค่อนข้างสูง ดังนั้น ผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์คือ ขนมปังและเค้ก ส่วนด้านราคา จะกำหนดราคาขึ้นอยู่กับต้นทุนเป็นหลัก และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการลดราคา แจกฟรีในช่วงเทศกาลต่าง ๆ และมีการบอกต่อๆ กันไป (สายฝน, 2560)

4.6.2.4 ด้านการเงิน พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านการเงินอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ขาดเงินทุนสำรองในการดำเนินกิจการ รองลงมาคือ ความเข้าใจในเรื่องขั้นตอนการกู้ยืมเงินยังมีไม่เพียงพอ และน้อยที่สุดคือ ตัวแทนจำหน่ายค้างชำระยอดขายของผลิตภัณฑ์ ซึ่งในงานวิจัยของ รุ่งนภา (2563) พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ อยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ พาฝัน (2560) พบปัญหาด้านการเงิน ได้แก่ กำไรที่ได้ต่ำและมียอดขายลดลง นอกจากนี้ สายฝน (2560) ธุรกิจมีปัญหาในเรื่องเงินลงทุนค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับธุรกิจอาหารประเภทอื่น ๆ ดังนั้น



การดำเนินธุรกิจตามแผนกลยุทธ์การตลาด จะทำให้กิจการเป็นรู้จักของกลุ่มเป้าหมายและสามารถสร้างรายได้ให้กับกิจการ และทำให้กิจการสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลาที่กำหนด (พรวลัย, 2561)

4.6.2.5 ด้านพนักงาน พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจด้านพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือพนักงานมีความต้องการค่าตอบแทนที่สูงเกินกว่าเนื้องาน รองลงมาคือ พนักงานขาดความเชี่ยวชาญในการผลิตผลิตภัณฑ์ และน้อยที่สุดคือ จำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อระบบงาน สอดคล้องกับพาฝัน (2560) ธุรกิจมีปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ความชำนาญของพนักงาน และนาลินี (2560) พบปัญหาการขาดแคลนแรงงานในบางช่วงเวลา ดังนั้น พนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส และให้ข้อมูลเข้าใจง่ายได้อย่างถูกต้อง คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลักจะสามารถสร้างภาพลักษณ์และสร้างชื่อเสียงของธุรกิจให้เป็นที่รู้จักได้ (ธัญญรัตน์, 2562)

4.6.2.6 ด้านการบริหารจัดการ พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจด้านการบริหารจัดการ อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การเข้า - ออกของพนักงานบ่อย ทำให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพลดลง รองลงมาคือ ขาดความรู้ในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม และน้อยที่สุดคือ ขาดความรู้ในการจัดเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ดังที่ รุ่งนภา (2563) พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งปัญหาที่พบได้แก่ ธุรกิจขาดการวางแผนในการดำเนินธุรกิจมีปัญหาในการบริหารคนในองค์กร ขาดการควบคุมพนักงานที่ดี มีปริมาณยอดขายต่อวันน้อยลง มีคู่แข่งทางการตลาดรายอื่นที่เป็นเจ้าประจำอยู่แล้ว สถานที่ตั้งทำเลร้านไม่ดี ขาดการวางแผนการตลาดที่ดี รสชาติของเบเกอรี่ยังไม่ถูกปากผู้บริโภค และไม่มีโปรโมชั่นที่ดี มีปัญหาการขาดแคลน และมีปัญหาด้านการจัดจำหน่าย เป็นต้น (สายฝน, 2560)

**4.6.3 เปรียบเทียบระดับปัญหาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตามสภาพในการดำเนินธุรกิจ สามารถอภิปรายผลในแต่ละด้านดังนี้**

4.6.3.1 ชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม พบว่า ผู้ประกอบการที่มีชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งนภา (2563) ชนิดผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม ดังนั้นไม่ว่าธุรกิจจะมีผลิตภัณฑ์ขนมเค้กชนิดต่างๆ หรือรูปแบบแตกต่างกันเพียงใด ต่างก็มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจเหมือนๆ กัน ดังนั้นการมีปริมาณยอดขายต่อวันน้อยลง การมีคู่แข่งทางการตลาดรายอื่นที่เป็นเจ้าประจำอยู่แล้ว สถานที่ตั้งทำเลร้านไม่ดี ขาดการวางแผนการตลาดที่ดี รสชาติของเบเกอรี่ยังไม่ถูกปากผู้บริโภค และไม่มีโปรโมชั่นที่ดี ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ และมีปัญหาด้านการจัดจำหน่าย จึงเป็นปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการประกอบธุรกิจเบเกอรี่ (สายฝน, 2560) เพื่อให้ผ่านช่วงวิกฤตนี้ไปได้ ผู้ประกอบการต้องพยายามรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ โดยสังเกตความต้องการของลูกค้า แสวงหาสินค้าที่หลากหลายอย่างรวดเร็วและซื้อสต็อกต่อลูกค้าให้เหมาะสมทั้งราคาและคุณภาพ รวมถึงการให้บริการอย่างรวดเร็วและซื้อสต็อกต่อลูกค้า สามารถจดจำลูกค้าได้แม่นยำ ช่วยให้ลูกค้า

มีความประทับใจและมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ มีการจัดวางสินค้าให้มีลักษณะเช่นเดียวกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มีการควบคุมและลดค่าใช้จ่าย เก็บรักษาสินค้าคงคลังให้มีปริมาณน้อยที่สุด (มลิวัลย์, 2560)

4.6.3.2 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง ด้านวัตถุดิบที่ใช้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งอธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลายาวนานย่อมมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจได้ดีกว่าไม่จะเป็นการคัดสรรวัตถุดิบที่ดีจากผู้จัดจำหน่ายเจ้าประจำ ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กที่มีคุณภาพ มีความสม่ำเสมอ และมีความสดใหม่ในทุก ๆ วัน รวมไปถึงมีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายตรงตามความต้องการของผู้บริโภค จึงทำให้ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลายาวนาน มีปัญหาด้านวัตถุดิบที่ใช้น้อยกว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลาสั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งนภา (2563) พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจไม่แตกต่างกัน

4.6.3.3 ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม พบว่า ผู้ประกอบการที่มีช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้ภาวะเศรษฐกิจซบเซา อีกทั้งต้องอยู่ภายใต้การแข่งขันที่รุนแรง ทำให้ธุรกิจมียอดขายผลิตภัณฑ์ขนมเค้กลดน้อยลง และด้วยผลิตภัณฑ์ขนมเค้กเป็นสินค้าที่มีอายุสั้นในการเก็บรักษา จึงจำเป็นต้องขายให้หมดในแต่ละวัน ดังนั้นเมื่อเจอวิกฤต ผู้ประกอบการจึงไม่สามารถตั้งรับที่จะวางแผนจำหน่ายสินค้าได้ทันที่ จึงทำให้ผู้ประกอบการที่มีช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจที่เหมือนกัน สอดคล้องกับรุ่งนภา (2563) กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.6.3.4 ปริมาณการผลิตต่อวัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีปริมาณการผลิตต่อวันแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์โควิด -19 นับเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกะทันหัน ส่งผลให้ยอดขายของธุรกิจลดน้อยลง ทำให้ต้องผลิตสินค้าให้น้อยตามไปด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีปริมาณการผลิตต่อวันแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจเหมือนกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งนภา (2563) พบว่า ปริมาณการผลิตต่อเดือนแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.6.3.5 รายได้จากการจำหน่ายต่อเดือน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายต่อเดือนแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับรุ่งนภา (2563) รายได้จากการจำหน่ายต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจเป็นเพราะธุรกิจใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับธุรกิจอาหาร

ประเภทอื่น ๆ ในขณะที่มีกำไรค่อนข้างต่ำและมียอดขายลดลง ดังนั้น การดำเนินธุรกิจตามแผนกลยุทธ์การตลาดจะทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย สามารถสร้างรายได้ให้กับกิจการ และสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลาที่รวดเร็ว (พรวลัย, 2561)

4.6.3.6 ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง ด้านการเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ อาจเป็นไปได้ว่าผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านตั้งอยู่ในเขตชุมชนเมือง ซึ่งเป็นแหล่งชุมชนที่มีผู้คนสัญจรไปมาจำนวนมาก จึงสามารถขายผลิตภัณฑ์ขนมเค้กได้ในปริมาณมาก ส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรได้มากกว่า ดังนั้น ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งในเขตชุมชนเมือง จึงมีปัญหาด้านการเงินน้อยกว่า ผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านตั้งอยู่ในเขตชุมชนตำบลเล็กๆ ซึ่งสอดคล้องกับวิชุดา (2562) พบว่า ธุรกิจที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชน จะทำให้การเดินทางที่สะดวกในการเดินทางมาที่ร้านได้ เพราะถ้าสถานที่ตั้งทำเลร้านไม่ดี จะมีปริมาณยอดขายต่อวันน้อยลงได้ (สายฝน, 2560)

**4.6.4 แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง สามารถอภิปรายผลในแต่ละด้าน ดังนี้**

4.6.4.1 ด้านวัตถุดิบที่ใช้ พบว่า ผู้ประกอบการควรเอาใจใส่ในการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพคงที่ สม่ำเสมอ นอกจากนี้ควรหันมาใช้วัตถุดิบที่ผลิตในประเทศไทยเป็นหลัก โดยเฉพาะวัตถุดิบในท้องถิ่นเพื่อความสดใหม่ เช่น ไข่ไก่ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ขนมเค้กที่มีความหอม นุ่ม และมีรสชาติอร่อย ดังที่ นาลีณี (2560) พบว่า ธุรกิจควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย โดยเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีความสะอาดและปลอดภัย ในขณะที่ พิรานันท์ (2560) พบว่า ธุรกิจควรมีการใช้กลยุทธ์การแข่งขันโดยใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างในสินค้า เน้นในเรื่องรสชาติของขนมหวาน และเครื่องดื่มที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว วัตถุดิบที่ใช้มีคุณภาพดี สดใหม่เสมอ และผู้ประกอบการต้องพยายามรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ โดยสังเกตความต้องการของลูกค้า แสวงหาสินค้าที่หลากหลาย และรวดเร็วต่อลูกค้า ให้เหมาะสมทั้งราคาและคุณภาพ (มลิวลย์, 2560)

4.6.4.2 ด้านการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการควรเอาใจใส่ในรายละเอียด เช่น ปริมาณของเนย อุณหภูมิในการอบ ถึงแม้คนอื่นอาจจะเลียนแบบรสชาติได้ง่าย แต่ในรายละเอียดแล้วไม่สามารถเลียนแบบกันได้ นอกจากนี้ ควรมีการออกแบบขนมเค้กให้สวยงาม และมีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น อีกทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ก็เป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้สามารถคงรสชาติของขนมเค้กได้หลายวัน สอดคล้องกับรุ่งนภา (2563) ธุรกิจควรมีการพัฒนาเส้นไหมให้มีอายุการเก็บรักษายาวนานมากขึ้นไปอีก รวมไปถึงควรพัฒนาเส้นไหมให้มีรสชาติที่หลากหลาย และพัฒนารูปแบบเส้นไหมให้มีความทันสมัยนิยมมากขึ้น อีกทั้งควรมีการแสดงข้อมูลการผลิต-ส่วนผสม-วันผลิต-วันหมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ (สรินยา, 2560) และควรเก็บรักษาสินค้าคงคลังให้มีปริมาณน้อยที่สุด (มลิวลย์, 2560)

4.6.4.3 ด้านการขาย พบว่า ผู้ประกอบการควรมองหาโอกาสขยายธุรกิจ โดยมีการเปิดร้านค้าเฟ้นคว้าด้วย เนื่องจากบรรยากาศของร้านก็เป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มยอดขายขนมเค้กได้ นอกจากนี้ควรเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อในรูปแบบออนไลน์ ได้แก่ การสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน และมีบริการจัดส่งแบบเดลิเวอรี่ด้วย จะทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย สอดคล้องกับงานวิจัย มลิวลย์ (2560) ผู้ประกอบการต้องพยายามรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่

โดยสังเกตความต้องการของลูกค้า แสวงหาสินค้าที่หลากหลายอย่างรวดเร็วและซื้อสัตย์ต่อลูกค้าให้เหมาะสมทั้งราคาและคุณภาพ รวมถึงการให้บริการอย่างรวดเร็วและซื้อสัตย์ต่อลูกค้า สามารถจดจำลูกค้าได้แม่นยำ ช่วยให้ลูกค้ามีความประทับใจและมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ ในขณะที่ สายฝน (2560) ผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ คือ ขนมปังและเค้ก ส่วนด้านราคา จะกำหนดราคาขึ้นอยู่กับต้นทุนเป็นหลัก และเน้นสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่เป็นส่วนส่งเสริมการขาย นำสื่อออนไลน์มาช่วยประชาสัมพันธ์ร้าน จากการสร้างหน้าร้านผ่าน Facebook, Instagram, Line ซึ่งลูกค้าที่มาใช้บริการ จะเป็นเสมือนผู้ประชาสัมพันธ์ที่ดีให้ทางร้าน ด้วยการถ่ายรูป check-in ผ่านสื่อออนไลน์เหล่านี้ ซึ่งตรงนี้จะช่วยลดต้นทุนด้านการตลาดลงได้อีกทางหนึ่ง (พิจารักษ์, (2561)

4.6.4.4 ด้านการเงิน พบว่า ผู้ประกอบการควรมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายอย่างรัดกุม มีการตรวจสอบยอดขายอย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงมีการกำหนดงบประมาณทุนในแต่ละด้านอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อธุรกิจสามารถยืนหยัดอยู่ได้ภายในภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา ตามที่สายฝน (2560) พบปัญหาจากธุรกิจเบเกอรี่ที่ปิดกิจการ เพราะมีปัญหาในเรื่องเงินลงทุนค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับธุรกิจอาหารประเภทอื่น ๆ ซึ่งผู้ประกอบการควรมีการบริหารการเงินอย่างระมัดระวัง เช่น บริหารให้มีหนี้เสีย (NPL) น้อยที่สุด ควรลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ลดต้นทุนทุกด้านให้ต่ำ ควรจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย อย่างสม่ำเสมอ มีการแบ่งสัดส่วนในการใช้เงินอย่างเป็นระบบ และอย่างมีวินัย ในขณะที่ มลิวัลย์ (2560) ธุรกิจควรมีการควบคุมและลดค่าใช้จ่าย และในงานวิจัยของรุ่งนภา (2563) ธุรกิจควรมหาแหล่งเงินกู้ที่ให้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อใช้ในการพัฒนากิจการให้สามารถสู้คู่แข่งได้

4.6.4.5 ด้านพนักงาน พบว่า ผู้ประกอบการควรมีการส่งเสริมพนักงานให้มีความเป็นมืออาชีพ โดยเปิดโอกาสให้มีการฝึกอบรม/เพิ่มพูนความรู้ในหลักสูตรขนมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทั้งนี้เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ นาลีณี (2560) พบว่า ธุรกิจควรพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญในการผลิตในทุกขั้นตอน และเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเพื่อให้พนักงานมีความจงรักภักดีกับบริษัท นอกจากนี้ พนักงานต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส สามารถให้ข้อมูลเข้าใจง่ายและถูกต้อง (ธัญญรัตน์, 2562) มีการให้บริการอย่างรวดเร็วและซื้อสัตย์ต่อลูกค้า สามารถจดจำลูกค้าได้แม่นยำ ช่วยให้ลูกค้ามีความประทับใจและมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ (มลิวัลย์, 2560) และธุรกิจควรมีการจ้างงานหมุนเวียนในกลุ่มสมาชิก เพื่อเพิ่มกำลังการผลิต (รุ่งนภา, 2563)

4.6.4.6 ด้านการบริหารจัดการ พบว่า ผู้ประกอบการควรรักษาธุรกิจให้ดำรงอยู่อย่างตลอดรอดฝั่งได้ ให้ความเอาใจใส่ในการรักษาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาสินค้า ควบคู่ไปกับการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตราสินค้า การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีลูกเล่นให้สินค้ามีชีวิตชีวา รวมถึงการให้บริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า การที่ผู้ประกอบการสามารถสร้างและรักษาคุณค่าของธุรกิจของตนเองไว้ได้อย่างเหนียวแน่น ถึงแม้ว่าจะเป็นขนาดกลางหรือขนาดเล็กก็ตาม ก็จะสามารถยืนหยัดอยู่ได้ในภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยได้ สอดคล้องกับรุ่งนภา (2563) ผู้ประกอบการควรให้โอกาสคนรุ่นใหม่ ซึ่งมีวิสัยทัศน์กว้างไกลได้เข้ามาบริหารงาน โดยผู้บริหารรุ่นเก่าคอยให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาอยู่ข้าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจเส้นหมี่โคราชสามารถเติบโต และสามารถสู้คู่แข่งที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ได้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรสร้างภาพลักษณ์และสร้างชื่อเสียงของร้านให้เป็นที่รู้จัก โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก (ธัญญรัตน์, 2562)

## บทที่ 5

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาสภาพการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง 2) ศึกษาปัญหาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง 3) เปรียบเทียบระดับปัญหาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตามสภาพในการดำเนินธุรกิจ และ 4) นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง

#### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง จำนวน 25 ราย และดำเนินการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ลักษณะของเครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Question) โดยเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ และแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaires)

**ตอนที่ 2** สภาพในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Question) โดยเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ

**ตอนที่ 3** ปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale)

**ตอนที่ 4** แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaires)

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการสอบถาม ประกอบด้วยการศึกษาสภาพการดำเนินธุรกิจ การศึกษาปัญหาในการดำเนินธุรกิจ และแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ดังนี้

1) ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากคณบดีคณะเทคโนโลยีวิศวกรรมศาสตร์ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล

2) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง

3) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามจำนวนที่กำหนด

4) นำข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์ แปลผล สรุปผล และรายงานผลการวิจัย

**สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล** ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive method) จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจขนมเค้ก

## 5.1 สรุปผล

การศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

**5.1.1 สภาพการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง** ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของธุรกิจคือ เค้กสามรส คิดเป็นร้อยละ 24.00 ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นเวลา 31 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 32.00 โดยมีช่องทางการตลาดโดยการตลาดทางตรง (ขายหน้าร้าน) คิดเป็นร้อยละ 44.00 ซึ่งธุรกิจมีปริมาณการผลิตวันละประมาณ 51-100 ก่อ่ง และ 151 ก่อ่งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 28.00 มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เดือนละประมาณ 100,001-200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.00 และส่วนใหญ่ธุรกิจตั้งอยู่บริเวณชุมชนย่านการค้าในเขตเมือง คิดเป็นร้อยละ 44.00

**5.1.2 ปัญหาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง** ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\mu = 3.50$ ,  $\sigma = 0.134$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบดังนี้

1) ด้านวัตถุดิบที่ใช้ พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านวัตถุดิบที่ใช้อยู่ในระดับปานกลาง ( $\mu = 3.12$ ,  $\sigma = 0.298$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีการผลิตที่เลียนแบบได้ง่าย ( $\mu = 4.08$ ,  $\sigma = 0.759$ ) รองลงมาคือ แป้งสาลีและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมไม่เพียงพอ จึงใช้วัตถุดิบจากจังหวัดอื่น ( $\mu = 3.68$ ,  $\sigma = 1.249$ ) และน้อยที่สุดคือ แป้งสาลีและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีราคาสูง ( $\mu = 2.36$ ,  $\sigma = 0.490$ )

2) ด้านการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านการผลิตอยู่ในระดับปานกลาง ( $\mu = 2.95$ ,  $\sigma = 0.223$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เครื่องจักรและอะไหล่มีราคาสูง ( $\mu = 3.52$ ,  $\sigma = 0.510$ ) รองลงมาคือ กระบวนการผลิตมีความสะอาด/ปลอดภัย ได้รับการรับรองคุณภาพตามที่มาตรฐานกำหนด ( $\mu = 3.08$ ,  $\sigma = 0.493$ ) และน้อยที่สุดคือ ขาดการถ่ายทอดเทคโนโลยีการใช้เครื่องมือ/เครื่องจักรที่ทันสมัยให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน ( $\mu = 2.64$ ,  $\sigma = 0.700$ )

3) ด้านการขาย พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านการขายอยู่ในระดับมาก ( $\mu = 4.34$ ,  $\sigma = 0.196$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่

ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีปัญหาเรื่องการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา(โควิด 19) ทำให้ปริมาณการผลิตต่อวันและรายได้ต่อเดือนลดลง ( $\mu = 4.64$ ,  $\sigma = 0.700$ ) รองลงมาคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีไม่หลากหลาย ( $\mu = 4.56$ ,  $\sigma = 0.651$ ) และน้อยที่สุดคือ ถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลางทำให้ได้กำไรต่ำ ( $\mu = 3.92$ ,  $\sigma = 0.400$ )

4) ด้านการเงิน พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านการเงินอยู่ในระดับมาก ( $\mu = 4.36$ ,  $\sigma = 0.362$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ขาดเงินทุนสำรองในการดำเนินกิจการ ( $\mu = 4.68$ ,  $\sigma = 0.557$ ) รองลงมาคือ ความเข้าใจในเรื่องขั้นตอนการกู้ยืมเงินยังมีไม่เพียงพอ ( $\mu = 4.48$ ,  $\sigma = 0.714$ ) และน้อยที่สุดคือ ตัวแทนจำหน่ายค้างชำระยอดขายของผลิตภัณฑ์ ( $\mu = 4.00$ ,  $\sigma = 0.707$ )

5) ด้านพนักงาน พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง ( $\mu = 3.40$ ,  $\sigma = 0.387$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีความต้องการค่าตอบแทนที่สูงเกินกว่าเนื้องาน ( $\mu = 4.20$ ,  $\sigma = 0.764$ ) รองลงมาคือ พนักงานขาดความเชี่ยวชาญในการผลิตผลิตภัณฑ์ ( $\mu = 4.12$ ,  $\sigma = 0.833$ ) และน้อยที่สุดคือ จำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อระบบงาน ( $\mu = 2.64$ ,  $\sigma = 0.700$ )

6) ด้านการบริหารจัดการ พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ด้านการบริหารจัดการ อยู่ในระดับปานกลาง ( $\mu = 2.81$ ,  $\sigma = 0.313$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การเข้า - ออกของพนักงานบ่อย ทำให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพลดลง ( $\mu = 3.48$ ,  $\sigma = 0.653$ ) รองลงมาคือ ขาดความรู้ในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม ( $\mu = 2.88$ ,  $\sigma = 0.833$ ) และน้อยที่สุดคือ ขาดความรู้ในการจัดเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ( $\mu = 2.56$ ,  $\sigma = 0.583$ )

### 5.1.3 เปรียบเทียบระดับปัญหาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตามสภาพในการดำเนินธุรกิจ ผลการวิจัยพบดังนี้

1) ชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม พบว่า ผู้ประกอบการที่มีชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง ด้านวัตถุประสงค์ที่ใช้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม พบว่า ผู้ประกอบการที่มีช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) ปริมาณการผลิตต่อวัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีปริมาณการผลิตต่อวันแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) รายได้จากการจำหน่ายต่อเดือน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายต่อเดือนแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6) ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง ด้านการเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### 5.1.4 แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ด้านวัตถุดิบที่ใช้ ผู้ประกอบการควรเอาใจใส่ในการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพคงที่ สม่ำเสมอ นอกจากนี้ควรหันมาใช้วัตถุดิบที่ผลิตในประเทศไทยเป็นหลัก โดยเฉพาะวัตถุดิบในท้องถิ่นเพื่อความสดใหม่ เช่น ไข่ไก่ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ขนมเค้กที่มีความหอม นุ่ม รสชาติอร่อยคงที่ปราศจากวัตถุดิบเสีย และสามารถเก็บรักษาไว้ได้นานวัน

2) ด้านการผลิต ผู้ประกอบการควรเอาใจใส่ในรายละเอียด เช่น ปริมาณของไขมันที่ใช้ อุณหภูมิในการอบ ถึงแม้คนอื่นอาจจะเลียนแบบรสชาติได้ง่าย แต่ในรายละเอียดแล้วไม่สามารถเลียนแบบกันได้ ซึ่งผู้ผลิตต้องรักษาเอกลักษณ์ความเป็นดั้งเดิมไว้ด้วย นอกจากนี้ควรมีการออกแบบขนมเค้กให้มีความสวยงามน่ารับประทาน และมีรูปแบบที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ก็เป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้สามารถคงคุณภาพและรสชาติของขนมเค้กได้นานวัน

3) ด้านการขาย ในปัจจุบันผู้บริโภคนิยมรับประทานที่ร้านมากขึ้น เพื่อต้องการความสดใหม่ของขนมเค้ก และบรรยากาศของร้าน ดังนั้นผู้ประกอบการควรมองหาโอกาสขยายธุรกิจโดยมีการเปิดร้านค้าแฟรนไชส์ด้วย เนื่องจากบรรยากาศของร้านก็เป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มยอดขายขนมเค้กได้ นอกจากนี้ควรเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อในรูปแบบออนไลน์ ได้แก่ การสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน และมีบริการจัดส่งแบบเดลิเวอรี่ด้วย จะทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย

4) ด้านการเงิน จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบรุนแรงต่อการดำเนินธุรกิจขนมเค้กหลายด้าน เช่น วัตถุดิบมีราคาสูง ผู้บริโภคมีกำลังในการซื้อน้อยลง ทำให้ผู้ประกอบการมีกำไรลดลง และมีเงินทุนลดลง ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจเกิดสภาพคล่องผู้ประกอบการควรมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย อย่างรัดกุม มีการตรวจสอบยอดขายอย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงมีการกำหนดงบประมาณและเงินทุนในแต่ละด้านอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อธุรกิจสามารถยืนหยัดอยู่ได้ภายใต้สภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา

5) ด้านพนักงาน เนื่องจากธุรกิจขนมเค้กนับเป็นศิลปะอย่างหนึ่งที่ต้องการความชำนาญเป็นอย่างมากในการสร้างสรรค์ผลงาน มีการตกแต่งขนมเค้กให้ทันสมัย เพิ่มความหลากหลายของสินค้า และโดดเด่นน่ารับประทาน ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการส่งเสริมพนักงานให้มีความเป็นมืออาชีพ โดยเปิดโอกาสให้มีการฝึกอบรม/เพิ่มพูนความรู้ในหลักสูตรและเทคนิคในการทำขนมเค้กแบบดั้งเดิมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทั้งนี้เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจอย่างยั่งยืน



6) ด้านการบริหารจัดการ ปัจจุบันชนมเค็กได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย มีการพัฒนารูปแบบชนมเค็กที่หลากหลาย ให้สามารถรับประทานได้ในทุกโอกาส ทุกเวลาและทุกสถานที่ ทำให้มีคู่แข่งมากขึ้น ดังนั้น สิ่งสำคัญของผู้ประกอบการก็คือ การรักษาธุรกิจให้ดำรงอยู่อย่างมั่นคง ควรให้ความเอาใจใส่ในการรักษาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาสินค้า ควบคู่ไปกับการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตราสินค้า การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม เพิ่มจุดเด่นให้สินค้าดูมีชีวิตชีวา รวมถึงการให้บริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า การที่ผู้ประกอบการสามารถสร้างและรักษาคุณค่าของธุรกิจของตนเองไว้ได้อย่างเหนียวแน่น ถึงแม้ว่าจะเป็นขนาดกลางหรือขนาดเล็กก็ตาม ก็จะสามารถยืนหยัดอยู่ได้ในภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยได้

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ชนมเค็กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อเสนอแนะ 2 ด้าน ได้แก่ ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้

5.2.1.1 การวิจัยครั้งนี้พบว่า ธุรกิจผลิตภัณฑ์ชนมเค็กดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นเวลามากกว่า 31 ปี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคนตรังนิยมใช้ชนมเค็กแบบดั้งเดิมในงานมงคลหรืองานสำคัญในเทศกาลต่างๆ ใช้สำหรับไหว้เจ้า ไหว้บรรพชน เพราะเป็นขนมที่สื่อถึงความเพ็ญฟูเจริญรุ่งเรืองของลูกหลาน จึงทำให้ธุรกิจชนมเค็กเมืองตรังเป็นที่นิยม เป็นของฝากอันลือชื่อ ส่งผลให้ดำเนินธุรกิจสานต่อจากรุ่นสู่รุ่นมาจนถึงปัจจุบัน ดังนั้นผู้ประกอบการควรเอาใจใส่ในการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพคงที่ สม่ำเสมอ นอกจากนี้ควรหันมาใช้วัตถุดิบที่ผลิตในประเทศไทยเป็นหลัก โดยเฉพาะวัตถุดิบในท้องถิ่นเพื่อความสดใหม่ เช่น ไข่ไก่ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ขนมเค็กที่มีความหอม นุ่ม และมีรสชาติอร่อย ผู้ประกอบการควรมองหาโอกาสขยายธุรกิจ โดยมีการเปิดร้านคาเฟ่ควบคู่ด้วย เนื่องจากบรรยากาศของร้านก็เป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มยอดขายขนมเค็กได้ นอกจากนี้ควรเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อ ในรูปแบบออนไลน์ ได้แก่ การสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน และมีบริการจัดส่งแบบเดลิเวอรี่ด้วย จะทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย

5.2.1.2 การวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ประกอบมีปัญหาด้านการเงิน โดยขาดเงินทุนสำรองในการดำเนินกิจการ ทั้งนี้อาจเกิดในช่วงปีที่ผ่านมา จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบรุนแรงต่อการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ชนมเค็กหลายด้าน เช่น วัตถุดิบมีราคาสูง ผู้บริโภคมีกำลังการซื้อน้อยลง ทำให้ผู้ประกอบการมีกำไรลดลง และมีเงินทุนลดลง ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจเกิดสภาพคล่อง ผู้ประกอบการควรมหาแหล่งเงินกู้ที่มีดอกเบี้ยต่ำ มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายอย่างรัดกุม มีการตรวจสอบยอดขายอย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงมีการกำหนดงบประมาณทุนในแต่ละด้านอย่างชัดเจน ทำให้ธุรกิจสามารถยืนหยัดอยู่ได้ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา

5.2.1.3 การวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ชนมเค็กที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และทำเลที่ตั้งของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ชนมเค็กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรังแตกต่างกัน อาจเป็นไปได้ว่าธุรกิจที่ดำเนินงานมาเป็นเวลานานย่อมมีประสบการณ์ในการดำเนินงาน และสามารถแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นได้ดีกว่า นอกจากนี้ร้านที่ตั้งอยู่

ในทำเลบริเวณในเขตชุมชนเมือง ย่อมมีปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ขนมเค้กมากกว่าร้านที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอ หรือตำบล ดังนั้นผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งให้ง่ายต่อการเข้าถึงของผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจได้ รวมไปถึงผู้ประกอบการควรให้ความสนใจใส่ใจในการรักษาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาสินค้า ควบคู่ไปกับการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตราสินค้า การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม การที่ผู้ประกอบการสามารถสร้างและรักษาคุณค่าของธุรกิจของตนเองไว้ได้อย่างเหนียวแน่น ถึงแม้ว่าจะเป็นขนาดกลางหรือขนาดเล็กก็ตาม ก็จะสามารถยืนหยัดอยู่ได้ในภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยได้

### 5.2.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรจะได้มีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในเรื่องต่อไปนี้

5.2.2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค เพื่อปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

5.2.2.2 การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะปัจจัยภายในของธุรกิจที่ผู้ประกอบการสามารถควบคุมได้ ดังนั้นการวิจัยในครั้งต่อไป อาจจะศึกษาเพิ่มเติมด้านปัจจัยภายนอกอื่นๆ อาทิ นโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของรัฐ เทคโนโลยี อัตราดอกเบี้ย และอัตราค่าจ้างแรงงาน เป็นต้น ซึ่งอาจจะส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อธุรกิจได้

5.2.2.3 การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรังในเชิงปริมาณ ในการทำวิจัยครั้งต่อไป อาจจะทำการศึกษาควบคู่ไปกับการศึกษาในเชิงคุณภาพ อาทิ การประชุมกลุ่มย่อย การสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมเค้กอย่างแท้จริง และสามารถนำแนวทางดังกล่าวไปใช้เพื่อพัฒนาธุรกิจสินค้าอื่นๆ ได้

## เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงวัฒนธรรม. 2564. **ขนมเค้กจังหวัด**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก:  
<https://www.m-culture.go.th/>, 14 กันยายน 2564.
- กองยุทธศาสตร์และแผนงาน. 2562. **แผนยุทธศาสตร์ กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2560-2564**.  
[ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <https://www.industry.go.th/>, 11 ตุลาคม 2563.
- กัญญาณัฐ งามสุวรรณ. 2562. **แนวทางการพัฒนาธุรกิจน้ำดื่มผสมคอลลาเจนเพื่อจัดจำหน่ายใน  
เขตจังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- กิตติ กอบัวแก้ว. 2553. **การบริหารการผลิต**. โอเดียนสโตร์, กรุงเทพฯ.
- ชนิษฐา แก้วเอียด. 2558. **กลยุทธ์ทางการตลาด เส้นหมี่ตะกั่วพร้อมน้ำปรุงรสสำเร็จรูป  
อำเภอปรางค์ชัย จังหวัดนครราชสีมา**. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา.  
2, 4 (กรกฎาคม – ธันวาคม) : 51-58.
- จังหวัดตรัง. 2564. **ข้อมูลทั่วไปจังหวัดตรัง**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก:  
<http://www.trangzone.com/general.php>, 20 เมษายน 2564.
- จันทิมา จตุพรเสถียรกุล. 2554. **บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ กลยุทธ์  
ในการดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการประเภทธุรกิจ  
ร้านยาคุณภาพในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิรัชยากรณ์ สังข์แป้น . 2561. **แนวทางการพัฒนาธุรกิจการตลาดกาแฟสดในเขตเทศบาลนคร  
พิษณุโลก**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา  
มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- ชนินทร์ ชุมหพันธ์รักษ์. 2554. **การจัดการธุรกิจขนาดย่อม**. นำกัการพิมพ์, กรุงเทพฯ.
- ณัฐวุฒิ วิเศษ. 2555. **ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและ  
ขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดนนทบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ,  
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ทิตจิตตา กิจบุญย์. 2560. **รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของกิจการร้านอะไหล่รถ อำเภอ  
เมือง จังหวัดนครปฐม: กรณีศึกษา หจก.ชาติชัยไฮโดรลิก**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธนาศักดิ์ หลักเพชร. 2553. **การศึกษาปัญหาการดำเนินธุรกิจอาร์ทเมนต์ในเขตจังหวัด  
อุบลราชธานี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัย  
ราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธัญญรัตน์ ศักดิ์ศรีทวี. 2562. **เรื่องแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารชุดในเขตเทศบาลนครภูเก็ต  
กรณีศึกษา จังหวัดภูเก็ต**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ. 2557. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 11. บริษัท เอส.อาร์.พรินต์ติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด, นนทบุรี.
- ธาสินี โพธิ์พันธ์. 2557. คุณลักษณะผู้ประกอบการที่พึงประสงค์ของธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.
- นราธร ปานดี. 2558. ปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ภาคการผลิต : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมอาหาร. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทน์ภัส คชะนะนา. 2559. กลยุทธ์ในการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- นาลินี ประมวงค์. 2560. แนวทางการพัฒนาธุรกิจการผลิตกุ้งแปรรูป บริษัท เอ็น โอ เอฟ จังหวัดสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- นิตินาถ บุหลัน. 2560. การศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจประเภทขนมปังนมสด กรณีศึกษาร้านมندانมสด. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บรรกรณ์ ทาสอน. 2562. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มนักศึกษาในเขตจังหวัดสมุทรปราการ. วารสารร่วมพฤษ มหวิทยาลัยเกริก, 38(2), พฤษภาคม-สิงหาคม.
- ปพิชญา ยอดมณี. 2562. วิถีตลาดและแนวทางการพัฒนาธุรกิจโคเนื้อคุณภาพสูงอย่างยั่งยืนในเขตภาคเหนือตอนบน 2 ของประเทศไทย กรณีศึกษา สหกรณ์โคขุนดอกคำใต้ จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ปภพพล เต็มธีรกิจ. 2555. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : กรณีศึกษา อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ประเมษฐ์ เพ็ชรงาม. 2554. เชาว์เชิงปฏิบัติ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมอิสระในเมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประพนธ์ เรืองณรงค์. 2556. มาลีศรีตรัง สารคดีจากเมืองใต้. พิมพ์ครั้งที่ 2. สถาพรบุ๊คส์, กรุงเทพฯ.
- พนาวพร สมฤทธิ์. 2560. การพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดของสินค้า OTOP เค้กกล้วย จังหวัดลำพูน. การพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดของสินค้า OTOP เค้กกล้วย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- พรทิพย์ อินทรพรอุดม. 2561. **แนวทางการพัฒนาธุรกิจของร้านอาหารคลีนฟู้ดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- พรวลัย วุฒิจักร. 2561. **แผนธุรกิจร้านขนม Durian-Chan- Café**. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัทตร์พิมล วรรณเจริญ. 2561. **ธุรกิจร้านเบเกอรี่อะมอร์**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <https://www.car.chula.ac.th/>, 2 ธันวาคม 2564.
- พาฝัน ตัณทัยย์. 2560. **การดำเนินธุรกิจเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิจารักษ์ ทรงศรีพิพัฒน์. 2561. **แผนธุรกิจ Pancake Décor**. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พิชญา มัชฌิมศรีธธา. 2554. **บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ ทักษะการหาทรัพยากรใหม่ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการในโรงแรมอิสระในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิทยา ศิริ. 2556. **ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พิทักษ์ บุญทา. 2558. **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจของธุรกิจ SMEs ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พิรานันท์ ไหมอ่อน. 2560. **การศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจร้านขนมหวาน กรณีศึกษาร้านอาฟเตอร์ ยู (After You)**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พุดิยา เพงคง. 2560. **ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการดำเนินงานกับค่าใช้จ่ายของธุรกิจการผลิต ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- มลิวลัย เมืองอินทร์. 2560. **แนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กในเขตอำเภอพวน จังหวัดเชียงราย**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ร้านเค้กกุหลาบ. 2564. **เค้กต้นตำรับดั้งเดิม**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <https://board.postjung.com/>, 20 มิถุนายน 2564.
- ร้านเค้กรสเลิศ. 2564. **แวะมาซื้อของฝากสูตรต้นฉบับ**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <https://www.wongnai.com/>, 20 มิถุนายน 2564.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ร้านเค้กเลิศรสกันตัง. 2564. **จำหน่ายของฝากเค้กเมืองตรัง**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <https://th-th.facebook.com/>, 20 มิถุนายน 2564.
- ชินหุยเฮียง. 2564. **ร้านจำหน่ายเค้กเมืองตรัง**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <https://trang.bethailand.com/shop/>, 20 มิถุนายน 2564.
- ร้านเค้กสายใจ. 2564. **ขนมเค้กเมืองตรัง**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <https://sweetfirst.wordpress.com/>, 20 มิถุนายน 2564.
- รัฐนภา สนพะเนา. 2563. **แนวทางการพัฒนาธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ คณะเทคโนโลยีศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- โรศนา ยอดประเสริฐ. 2561. **แผนธุรกิจร้านน้องขนมไทยและเบเกอรี่**. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วรารุธ จงควินิต. 2557. **กลยุทธ์การจัดการต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจโรงงานอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- วิชุดา รักชื้อ. 2562. **แผนธุรกิจคาเฟ่เบเกอรี่เพื่อสุขภาพ “VIDA Nutrient”**. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิมลพิภา เกตุเทียน. 2556. **คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านจำหน่ายเครื่องสำอางในเขตอำเภอเมืองลำปาง**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2555. **การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์เน้นสำหรับงานวิจัย**. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สรินยา วิมุขตะลพ. 2560. **แนวทางการออกแบบและพัฒนาเอกลักษณ์ร้านเบเกอรี่โฮมเมดกรณีศึกษาในศูนย์การค้าแบบไลฟ์สไตล์ มอลล์**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการออกแบบภายใน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สายฝน เกตุแก้ว. 2560. **การดำเนินธุรกิจเบเกอรี่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตรัง. 2560. **องค์ความรู้ทางวัฒนธรรม อาหารพื้นเมือง ขนมเค้ก**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: [https://www.mculture.go.th/trang/ewt\\_news/](https://www.mculture.go.th/trang/ewt_news/), 19 เมษายน 2564.
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตรัง. 2564. **ข้อมูลวัฒนธรรม**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <https://www.m-culture.go.th/>, 11 มิถุนายน 2564.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สุธิดา เสถียรมาศ. 2555. อิทธิพลของกลยุทธ์ในการดำเนินงาน บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ และการให้ความสำคัญในหน้าที่ทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ SMEs. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุพิชฌา วัฒนะ. 2561. กลยุทธ์การตลาดของร้านแก้วเจ้าจอมเบเกอรี่. สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- หอการค้าจังหวัดตรัง. 2564. กิจกรรมหอการค้าจังหวัดตรัง. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <https://www.trangchamber.org>, 15 กันยายน 2564.
- Allen, K.R. 2006. *Launching New Ventures: An Entrepreneurial*. Approaching (4th ed.). Boston: Houghton Mifflin.






ภาคผนวก

- ภาคผนวก ก หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย
- ภาคผนวก ข เครื่องมือการวิจัย
- ภาคผนวก ค ผลการคำนวณค่า IOC
- ภาคผนวก ง ภาพบรรยากาศการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง





ภาคผนวก ก

หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

ที่ อว.๐๖๕๒.๐๓/๒๕๔๙ วันที่ ๒๒ กรกฎาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภพ โสทรโยม

ด้วย นายจตุพร บุตรครุฑ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๖๓๗๐๗๐๓๕๐๔-๗ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก ๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญากัณฑ์ ก่ออารีโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายจตุพร บุตรครุฑ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณา

(นางปิยะธิดา สีสหะวัฒนกุล)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์





ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๒๕๕๐

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๒ กรกฎาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ด้วย นายจตุพร บุตรครุฑ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๖๓๗๐๗๐๓๕๐๔-๗ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก ๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร ก่ออารีโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่า ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภัสรา กวีวิงส์โส บุคลากรในสังกัดของท่าน ซึ่งเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายจตุพร บุตรครุฑ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางปิยะธิดา สีหะวัฒน์กุล)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๙๗๒๗ ๔๖๑๘

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๒๕๕๑



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๒ กรกฎาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ด้วย นายจตุพร บุตรครุฑ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๖๓๗๐๗๐๓๕๐๔-๗ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก ๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร กี่อารีโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่า ดร.สุธิดา พิทักษ์วินัย บุคลากรในสังกัดของท่าน ซึ่งเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายจตุพร บุตรครุฑ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางปิยะธิดา สีหะวัฒน์กุล)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๙๗๒๗ ๔๖๑๘

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๒๕๕๒



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๒ กรกฎาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน อธิการบดี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ด้วย นายจตุพร บุตรครุฑ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๖๓๗๐๗๐๓๕๐๔-๗ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก ๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร กี่อารีโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่า อาจารย์สุภาวดี นาคบรรพ์ บุคลากรในสังกัดของท่าน ซึ่งเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายจตุพร บุตรครุฑ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางปิยะธิดา สีหะวัฒน์กุล)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๙๗๒๗ ๔๖๑๘

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๒๕๕๓



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๒ กรกฎาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณยี่เค็ง วงศ์สัมพันธ์

ด้วย นายจตุพร บุตรครุฑ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๖๓๗๐๗๐๓๕๐๔-๗ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก ๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร กี่อารีโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายจตุพร บุตรครุฑ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางปิยะธิดา สี่หะวัฒนกุล)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๓๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๙๗๒๗ ๔๖๑๘



ภาคผนวก ข

เครื่องมือการวิจัย

## แบบสอบถาม

### แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำวิทยานิพนธ์ หลักสูตร ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ คณะเทคโนโลยีศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีวัตถุประสงค์ในการทำแบบสอบถาม เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลสำหรับ อธิบาย แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง โดย ข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามชุดนี้จะถูกเก็บเป็นความลับ และไม่มีการนำมาเผยแพร่ออกสู่ สาธารณะ ซึ่งผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประโยชน์ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้เท่านั้น ทั้งนี้ผู้วิจัยใคร่ ขอความอนุเคราะห์ให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูลตามความเป็นจริง กรอกข้อมูลอย่างครบถ้วน เพื่อให้สามารถนำข้อมูลมาใช้ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำผลการวิจัยที่ เป็นประโยชน์ให้ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง นำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ได้ต่อไป ทั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการ ตอบแบบสอบถาม มา ณ โอกาสนี้

โดยแบบสอบถามชุดนี้ประกอบไปด้วย 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สภาพในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการใน จังหวัดตรัง

ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการใน จังหวัดตรัง

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางการ พัฒนาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง



ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าตัวเลือกที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด และกรณารอกรายละเอียดในช่องว่างที่กำหนด

1. ชื่อสถานประกอบการ.....
2. สถานที่ตั้งของกิจการ..... หมู่ที่..... ตำบล..... อำเภอ.....
3. เพศ
 

<input type="checkbox"/> 1. ชาย	<input type="checkbox"/> 2. หญิง
---------------------------------	----------------------------------
4. อายุ
 

<input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 30 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 31 - 40 ปี	<input type="checkbox"/> 3. 41 - 50 ปี
<input type="checkbox"/> 4. 51 - 60 ปี	<input type="checkbox"/> 5. 61 ปีขึ้นไป	
5. ระดับการศึกษา
 

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	<input type="checkbox"/> 2. มัธยมศึกษา	<input type="checkbox"/> 3. อนุปริญญา
<input type="checkbox"/> 4. ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 5. สูงกว่าปริญญาตรี	
6. ตำแหน่งปัจจุบัน
 

<input type="checkbox"/> 1. ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ
<input type="checkbox"/> 2. ผู้บริหาร/ผู้จัดการ
<input type="checkbox"/> 3. หัวหน้างาน
<input type="checkbox"/> 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
7. ทำเลที่ตั้งธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของท่าน
 

<input type="checkbox"/> 1. อำเภอเมืองตรัง	<input type="checkbox"/> 2. อำเภอกันตัง	<input type="checkbox"/> 3. อำเภอห้วยยอด
<input type="checkbox"/> 4. อำเภอนาโยง	<input type="checkbox"/> 5. อำเภอย่านตาขาว	

ตอนที่ 2 สภาพในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง  
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าตัวเลือกที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด เพียงตัวเลือกเดียวเท่านั้น และกรณากกรอรายละเอียดในช่องว่างที่กำหนด

1. ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของท่านที่ผลิตและจำหน่ายชนิดใดจำหน่ายดีที่สุดที่สุด
 

<input type="checkbox"/> 1. เค้กเนย	<input type="checkbox"/> 2. เค้กสามรส	<input type="checkbox"/> 3. เค้กใบเตย
<input type="checkbox"/> 4. เค้กส้ม	<input type="checkbox"/> 5. เค้กฝอยทอง	<input type="checkbox"/> 6. เค้กผลไม้รวม
<input type="checkbox"/> 7. เค้กมะพร้าว	<input type="checkbox"/> 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	
2. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม
 

<input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 10 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 11-20 ปี	<input type="checkbox"/> 3. 21-30 ปี
<input type="checkbox"/> 4. 31 ปีขึ้นไป		
3. ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม วิธีใดที่ธุรกิจของท่านใช้มากที่สุด
 

<input type="checkbox"/> 1. การตลาดทางตรง (ขายหน้าร้าน)
<input type="checkbox"/> 2. การโฆษณา
<input type="checkbox"/> 3. การส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก แถม)
<input type="checkbox"/> 4. การขายโดยพนักงานขาย (ตัวแทนจำหน่าย)
<input type="checkbox"/> 5. ช่องทางออนไลน์
<input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
4. ปริมาณผลิตต่อวันของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม
 

<input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 50 กล่อง	<input type="checkbox"/> 2. 51-100 กล่อง	<input type="checkbox"/> 3. 101-150 กล่อง
<input type="checkbox"/> 4. 151 กล่องขึ้นไป		
5. รายได้จากการจำหน่ายต่อเดือนของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม
 

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 100,000 บาท
<input type="checkbox"/> 2. 100,001-200,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 200,001-300,000 บาท
<input type="checkbox"/> 4. 300,000 บาทขึ้นไป
6. ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ
 

<input type="checkbox"/> 1. ชุมชนย่านการค้าในเขตเมือง
<input type="checkbox"/> 2. ชุมชนตลาดประจำอำเภอ
<input type="checkbox"/> 3. ชุมชนตลาดประจำตำบล
<input type="checkbox"/> 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการใน  
จังหวัดตรัง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับปัญหาทางด้านขวามือของแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงระดับเดียวโดยกำหนดคะแนนให้

ข้อที่	ปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม	ระดับความสำคัญของปัญหา				
		5	4	3	2	1
<b>1. ด้านวัตถุดิบที่ใช้</b>						
1.1	แป้งสาลีและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีราคาสูง					
1.2	แป้งสาลีและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมขาดคุณภาพ					
1.3	แป้งสาลีและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมไม่เพียงพอ จึงใช้วัตถุดิบจากจังหวัดอื่น					
1.4	ราคาแป้งสาลีและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง					
1.5	ขาดการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม					
1.6	ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีการผลิตที่เลียนแบบได้ง่าย					
<b>2. ด้านการผลิต</b>						
2.1	เครื่องจักรและอะไหล่มีราคาสูง					
2.2	เครื่องมือ/เครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมไม่ทันสมัย					
2.3	ขาดการถ่ายทอดเทคโนโลยีการใช้เครื่องมือ/เครื่องจักรที่ทันสมัยให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน					
2.4	กระบวนการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีต้นทุนสูง					
2.5	ปริมาณการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า					
2.6	กระบวนการผลิตมีความสะอาด/ปลอดภัย ได้รับการรับรองคุณภาพตามที่มาตรฐานกำหนด					
<b>3. ด้านการขาย</b>						
3.1	มีปัญหาเรื่องการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา(โควิด 19) ทำให้ปริมาณการผลิตต่อวันและรายได้ต่อเดือนลดลง					
3.2	ถูกตัดราคาจากคู่แข่ง และเสียเปรียบคู่แข่งที่มีเทคโนโลยีการผลิตที่เหนือกว่า					
3.3	คุณภาพของขนมเค้กแบบดั้งเดิมไม่เป็นที่ยอมรับของลูกค้า					
3.4	ถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลางทำให้ได้กำไรต่ำ					

ข้อที่	ปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม	ระดับความสำคัญของปัญหา				
		5	4	3	2	1
3.5	ช่องทางการจัดจำหน่ายมีไม่หลากหลาย					
3.6	มีปัญหาการรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้					
3.7	ขาดประสบการณ์และความรู้ในการแสวงหาตลาดใหม่ ๆ					
3.8	บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมขาดความแปลกใหม่ และมีรูปแบบไม่หลากหลาย					
3.9	การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทางสื่อต่าง ๆ มีน้อย					
<b>4. ด้านการเงิน</b>						
4.1	ขาดเงินทุนสำรองในการดำเนินกิจการ					
4.2	การจัดทำบัญชีที่ไม่เป็นระบบ					
4.3	แหล่งที่ให้การสนับสนุนและการลงทุนทางการเงินมีน้อย					
4.4	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ทั้งระยะสั้นและระยะยาวอยู่ในอัตราที่สูงและมีความเสี่ยง					
4.5	ความเข้าใจในเรื่องขั้นตอนการกู้ยืมเงินยังมีไม่เพียงพอ					
4.6	ตัวแทนจำหน่ายค้างชำระยอดขายของผลิตภัณฑ์					
<b>5. ด้านพนักงาน</b>						
5.1	พนักงานขาดความเชี่ยวชาญในการผลิตผลิตภัณฑ์					
5.2	จำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อระบบงาน					
5.3	พนักงานขาดความรู้ ความเข้าใจการใช้เครื่องจักรในการผลิต					
5.4	พนักงานมีความต้องการค่าตอบแทนที่สูงเกินกว่าเนื้องาน					
5.5	พนักงานขาดวินัยในการเข้าปฏิบัติงาน					
<b>6. ด้านการบริหารจัดการ</b>						
6.1	การบริหารงานแบบอุตสาหกรรมครัวเรือน ทำให้การบริหารงานรวดเร็วและไม่สิ้นเปลืองงบประมาณ					
6.2	ขาดการวางแผนการดำเนินธุรกิจ					
6.3	ขาดความรู้/ประสบการณ์ในการจัดการที่เป็นระบบ					
6.4	ขาดความรู้ในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม					
6.5	ขาดความรู้ในการจัดเก็บรักษาผลิตภัณฑ์					
6.6	การดำเนินธุรกิจที่ล่าช้าทำให้พลาดโอกาสต่าง ๆ ได้					
6.7	การเข้า – ออกของพนักงานบ่อย ทำให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพลดลง					

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนา  
การดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง  
คำชี้แจง โปรดใส่ข้อความลงในช่องว่างด้านล่างของแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

### 1. ด้านวัตถุดิบที่ใช้

1.1 ปัญหาและอุปสรรค ด้านวัตถุดิบที่ใช้ ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม  
มีอะไรบ้าง

.....

.....

1.2 จุดเด่น ด้านวัตถุดิบที่ใช้ ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของท่าน คือ

.....

.....

1.3 ท่านมีแนวทางการพัฒนา ด้านวัตถุดิบที่ใช้ ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม  
อย่างไร

.....

.....

### 2. ด้านการผลิต

2.1 ปัญหาและอุปสรรค ด้านการผลิต ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม  
มีอะไรบ้าง

.....

.....

2.2 จุดเด่น ด้านการผลิต ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของท่าน คือ

.....

.....

2.3 ท่านมีแนวทางการพัฒนา ด้านการผลิต ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมอย่างไร

.....

.....

### 3. ด้านการขาย

3.1 ปัญหาและอุปสรรค ด้านการขาย ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม มีอะไรบ้าง

.....  
.....

3.2 จุดเด่น ด้านการขาย ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของท่าน คือ

.....  
.....

3.3 ท่านมีแนวทางการพัฒนา ด้านการขาย ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมอย่างไร

.....  
.....

### 4. ด้านการเงิน

4.1 ปัญหาและอุปสรรค ด้านการเงิน ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม มีอะไรบ้าง

.....  
.....

4.2 จุดเด่น ด้านการเงิน ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของท่าน คือ

.....  
.....

4.3 ท่านมีแนวทางการพัฒนา ด้านการเงิน ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมอย่างไร

.....  
.....

### 5. ด้านพนักงาน

5.1 ปัญหาและอุปสรรค ด้านพนักงาน ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม มีอะไรบ้าง

.....  
.....

5.2 จุดเด่น **ด้านพนักงาน** ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของท่าน คือ

.....

.....

5.3 ท่านมีแนวทางการพัฒนา **ด้านพนักงาน** ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมอย่างไร

.....

.....

## 6. ด้านการบริหารจัดการ

6.1 ปัญหาและอุปสรรค **ด้านการบริหารจัดการ** ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม มีอะไรบ้าง

.....

.....

6.2 จุดเด่น **ด้านการบริหารจัดการ** ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของท่าน คือ

.....

.....

6.3 ท่านมีแนวทางการพัฒนา **ด้านการบริหารจัดการ** ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมอย่างไร

.....

.....

\*\*\* ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม \*\*\*

ภาคผนวก ค

ผลการคำนวณค่า IOC





ตารางที่ ค-1 ค่า IOC ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
1.	ชื่อสถานประกอบการ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.	สถานที่ตั้งของกิจการ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.	เพศ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.	อายุ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.	ระดับการศึกษา	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.	ตำแหน่งปัจจุบัน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7.	ทำเลที่ตั้งธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ตารางที่ ค-2 ค่า IOC สภาพในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง

ข้อที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
1.	ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของท่านที่ผลิตและจำหน่ายชนิดใดจำหน่ายดีที่สุด	+1	+1	+1	0	+1	0.80	ใช้ได้
2.	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.	ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมวิธีใดที่ธุรกิจของท่านใช้มากที่สุด	+1	+1	+1	0	+1	0.80	ใช้ได้
4.	ปริมาณผลิตต่อวันของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.	รายได้จากการจำหน่ายต่อเดือนของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.	ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ตารางที่ ค-3 ค่า IOC ปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการใน  
จังหวัดตรัง

ข้อที่	ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปล ผล
		1	2	3	4	5		
<b>1. ด้านวัตถุดิบที่ใช้</b>								
1.1	แป้งสาลีและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีราคาสูง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
1.2	แป้งสาลีและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมขาดคุณภาพ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
1.3	แป้งสาลีและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมไม่เพียงพอ จึงใช้วัตถุดิบจากจังหวัดอื่น	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
1.4	ราคาแป้งสาลีและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
1.5	ขาดการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
1.6	ผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีการผลิตที่เลียนแบบได้ง่าย	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
<b>2. ด้านการผลิต</b>								
2.1	เครื่องจักรและอะไหล่มีราคาสูง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.2	เครื่องมือ/เครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมไม่ทันสมัย	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
2.3	ขาดการถ่ายทอดเทคโนโลยีการใช้เครื่องมือ/เครื่องจักรที่ทันสมัยให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
2.4	กระบวนการผลิตขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีต้นทุนสูง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.5	ปริมาณการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.6	กระบวนการผลิตมีความสะอาด/ปลอดภัย ได้รับการรับรองคุณภาพตามที่มาตรฐานกำหนด	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

## ตารางที่ ค-3 (ต่อ)

ข้อที่	ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
<b>3. ด้านการขาย</b>								
3.1	มีปัญหาเรื่องการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (โควิด 19) ทำให้ปริมาณการผลิตต่อวัน และรายได้ต่อเดือนลดลง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.2	ถูกตัดราคาจากคู่แข่ง และเสียเปรียบคู่แข่งที่มีเทคโนโลยีการผลิตที่เหนือกว่า	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.3	คุณภาพของขนมเค้กแบบดั้งเดิมไม่เป็นที่ยอมรับของลูกค้า	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.4	ถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลางทำให้ได้กำไรต่ำ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.5	ช่องทางการจัดจำหน่ายมีไม่หลากหลาย	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.6	มีปัญหาการรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.7	ขาดประสบการณ์และความรู้ในการแสวงหาตลาดใหม่ ๆ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.8	บรรทัดฐานของผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมขาดความแปลกใหม่และมีรูปแบบไม่หลากหลาย	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.9	การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ มีน้อย	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
<b>4. ด้านการเงิน</b>								
4.1	ขาดเงินทุนสำรองในการดำเนินกิจการ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.2	การจัดทำบัญชีไม่เป็นระบบ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.3	แหล่งที่ให้การสนับสนุนและการลงทุนทางการเงินมีน้อย	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.4	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ทั้งระยะสั้นและระยะยาวอยู่ในอัตราที่สูงและมีความเสี่ยง	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
4.5	ความเข้าใจในเรื่องขั้นตอนการกู้ยืมเงินยังมีไม่เพียงพอ	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
4.6	ตัวแทนจำหน่ายค้างชำระยอดขายของผลิตภัณฑ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

## ตารางที่ ค-3 (ต่อ)

ข้อที่	ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
<b>5. ด้านพนักงาน</b>								
5.1	พนักงานขาดความเชี่ยวชาญในการผลิตผลิตภัณฑ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.2	จำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อระบบงาน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.3	พนักงานขาดความรู้ ความเข้าใจการใช้เครื่องจักรในการผลิต	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.4	พนักงานมีความต้องการค่าตอบแทนที่สูงเกินกว่าเนื้องาน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.5	พนักงานขาดวินัยในการเข้าปฏิบัติงาน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
<b>6. ด้านการบริหารจัดการ</b>								
6.1	การบริหารงานแบบอุตสาหกรรมครัวเรือน ทำให้การบริหารงานรวดเร็วและไม่สิ้นเปลืองงบประมาณ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.2	ขาดการวางแผนการดำเนินงานธุรกิจ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.3	ขาดความรู้/ประสบการณ์ในการจัดการที่เป็นระบบ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.4	ขาดความรู้ในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.5	ขาดความรู้ในการจัดเก็บรักษาผลิตภัณฑ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.6	การดำเนินธุรกิจที่ล่าช้าทำให้พลาดโอกาสต่าง ๆ ได้	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.7	การเข้า-ออกของพนักงานบ่อย ทำให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพลดลง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ตารางที่ ค-4 ค่า IOC ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง

ข้อที่	ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
<b>1. ด้านวัตถุดิบที่ใช้</b>								
1.1	ปัญหาและอุปสรรค <u>ด้านวัตถุดิบที่ใช้</u> ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีอะไรบ้าง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
1.2	จุดเด่น <u>ด้านวัตถุดิบที่ใช้</u> ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
1.3	ท่านมีแนวทางการพัฒนา <u>ด้านวัตถุดิบที่ใช้</u> ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมอย่างไร	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
<b>2. ด้านการผลิต</b>								
2.1	ปัญหาและอุปสรรค <u>ด้านการผลิต</u> ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีอะไรบ้าง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.2	จุดเด่น <u>ด้านการผลิต</u> ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.3	ท่านมีแนวทางการพัฒนา <u>ด้านการผลิต</u> ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมอย่างไร	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
<b>3. ด้านการขาย</b>								
3.1	ปัญหาและอุปสรรค <u>ด้านการขาย</u> ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีอะไรบ้าง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.2	จุดเด่น <u>ด้านการขาย</u> ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.3	ท่านมีแนวทางการพัฒนา <u>ด้านการขาย</u> ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมอย่างไร	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

## ตารางที่ ค-4 (ต่อ)

ข้อที่	ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
<b>4. ด้านการเงิน</b>								
4.1	ปัญหาและอุปสรรค <u>ด้านการเงิน</u> ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีอะไรบ้าง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.2	จุดเด่น <u>ด้านการเงิน</u> ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.3	ท่านมีแนวทางการพัฒนา <u>ด้านการเงิน</u> ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมอย่างไร	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
<b>5. ด้านพนักงาน</b>								
5.1	ปัญหาและอุปสรรค <u>ด้านพนักงาน</u> ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีอะไรบ้าง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.2	จุดเด่น <u>ด้านพนักงาน</u> ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.3	ท่านมีแนวทางการพัฒนา <u>ด้านพนักงาน</u> ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมอย่างไร	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
<b>6. ด้านการบริหารจัดการ</b>								
6.1	ปัญหาและอุปสรรค <u>ด้านการบริหารจัดการ</u> ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมมีอะไรบ้าง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.2	จุดเด่น <u>ด้านการบริหารจัดการ</u> ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.3	ท่านมีแนวทางการพัฒนา <u>ด้านการบริหารจัดการ</u> ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมอย่างไร	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ภาคผนวก ง

ภาพบรรยากาศการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง













## ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ นามสกุล นายจตุพร บุตรครุฑ  
วัน เดือน ปีเกิด 3 มีนาคม 2535  
ที่อยู่ปัจจุบัน 66/19 ถนนสถานี ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง  
ประวัติการศึกษา

วุฒิการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาตรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	2556
มัธยมศึกษา	โรงเรียนวิเชียรมาตุ	2552
ประถมศึกษา	โรงเรียนครุโณทัย	2546

### ประวัติการทำงาน

- 2556 - ปัจจุบัน
- ผ่านการฝึกงานฝ่ายครัวการบินไทย จำกัด มหาชน (ดอนเมือง)
  - ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวด้านอาหารไทย - จีน ที่จังหวัดตรัง
- 2558
- ผ่านการอบรมหลักสูตรผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารไทย Professional Thai Chef รุ่นที่ 46 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
  - ผ่านการทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงาน สาขา ผู้ประกอบการอาหารไทยระดับ 1
- 2560 - 2561
- ร่วมกับคณะทำงาน จัดเลี้ยงงานกาล่าดินเนอร์ ของหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย
- 2562 - 2564
- คณะทำงานร่วมกับ สมาคมเชฟประเทศไทย กับงาน MHA Project Work Shop 5 ภาค Makro สร้างอาชีพ สูตรเด็ด ง่าย ๆ กำไรงาม และ Project Makro สร้างอาชีพ สตรีทีู่้ดเงินล้าน กับทีมงาน Makro Horeca Academy.