

บทที่ 3

การวิจัยและดำเนินงาน

3.1 การศึกษาด้านการตลาด

3.1.1 สถานะตลาดของกล้วยตาก

ทำการศึกษาค้นคว้าเก็บข้อมูลการตลาดของผู้ที่ประกอบการจำหน่ายกล้วยตากประกอบ และ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 3 จังหวัดพิจิตร ซึ่งเป็นข้อมูลที่ทางศูนย์ได้ลงพื้นที่สำรวจและเก็บข้อมูล ทำให้ทราบถึงขนาดของตลาดและสถานะของตลาดกล้วยตากในเขตภาคเหนือตอนล่าง กำลังการผลิตรวมของตลาดและผู้ที่ครองส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่

3.1.2 ความต้องการของผู้บริโภค

ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม 150 ชุด เพื่อทำการศึกษาพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวกล้วยตากทั้งเพศชายและเพศหญิง ในช่วงอายุระหว่าง 15 – 45 ปีขึ้นไป ในสถานที่ต่างๆ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว สถานีขนส่ง สถานีรถไฟเพื่อสรุปข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคด้านต่างๆ ทั้งปริมาณการซื้อ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อกล้วยตาก สถานที่ที่ซื้อ สื่อโฆษณา เพื่อเป็นข้อมูลในการทำการตลาด

3.1.3 กำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ของโครงการ

- ผลิตภัณฑ์

บอกถึงลักษณะ ขนาด น้ำหนักและจำนวนชิ้น

- ราคา

กำหนดราคาขายปลีกการที่จะส่งให้กับร้านค้าที่รับไปจำหน่าย กับร้านค้าจำหน่าย

- ช่องทางการจำหน่าย

บอกช่องทางการขายสินค้าของโครงการ

- การส่งเสริมการขาย

ใช้ข้อมูลจากการสำรวจสื่อที่เหมาะสมว่าเป็นสื่อใดแล้วใช้ช่องทางการนั้นเป็นการส่งเสริมการขาย

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการซื้อกล้วยตากของโครงการ

- ตำแหน่งผลิตภัณฑ์

กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เทียบกับคุณสมบัติด้านราคาและคุณภาพ



- ส่วนแบ่งตลาด

จากปริมาณความต้องการบริโภคกล้วยตากของผู้บริโภค พิจารณาจำนวนลูกค้าเป้าหมายแล้วคาดการณ์ปริมาณซื้อกล้วยตากให้สอดคล้องกับกำลังการผลิตสูงสุด

- กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

ทำการกลยุทธ์ทางการตลาดโดยอาศัยข้อมูลที่ได้สำรวจด้วยแบบสอบถามเพื่อให้ได้ยอดขายตามที่ต้องการ

3.2 วิธีการศึกษาทางเทคนิค

3.2.1 ระบบการผลิต

ทำการกำหนดรายละเอียดของระบบการผลิต ดังนี้

- ปัจจัยการนำเข้า คือ ปัจจัยที่ใช้เป็นพื้นฐานจึงจะทำให้โครงการเกิดผลผลิตขึ้นลง ได้แก่ วัตถุดิบของโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ กำลังคน และเงินทุน

กระบวนการผลิต คือ กรรมวิธีในการแปรสภาพปัจจัยนำเข้าให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป หรือบริการซึ่งหมายถึง เทคโนโลยีการผลิต เครื่องจักรและสถานที่ตั้งโครงการ

- ปัจจัยภายนอก คือ ผลผลิตขั้นสุดท้ายของกระบวนการผลิตของแต่ละโครงการ ซึ่งจะออกมาในรูปของสินค้าและบริการ

3.2.2 กระบวนการผลิต

ทำการแสดงกระบวนการผลิตด้วยตาก ซึ่งได้กรรมวิธีการผลิตมาจากการสอบถามเจ้าของกิจการแปรรูปกล้วยตาก “จิราพร” ด้วย Process Chart

3.2.3 วางตำแหน่งเครื่องจักรและผังโรงงาน

ทำการแสดงขนาดเครื่องจักร ตำแหน่งการวางเครื่องจักรตามลำดับกระบวนการผลิตด้วยผังโรงงานแบบ 2 มิติ

3.2.4 กำหนดกำลังการผลิต

ทำการกำหนดกำลังการผลิตในแต่ละปี ตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 10 ให้สอดคล้องกับการพยากรณ์ยอดขาย โดยแสดงในรูปแบบของตาราง

3.2.5 ศึกษาทำเลที่ตั้ง

ทำการศึกษาความเหมาะสม ข้อได้เปรียบ ข้อเสียเปรียบ ของทำเลที่ตั้งของโครงการ ทั้ง 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

- ปัจจัยที่เกี่ยวกับการผลิต คือปัจจัยที่เกี่ยวกับการผลิตเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การผลิต อันได้แก่

- (1) ที่ดิน
- (2) แรงงาน
- (3) วัตถุดิบ
- (4) ตลาด
- (5) การขนส่ง
- (6) สาธารณูปโภค

- ปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม เป็นปัจจัยที่ไม่มีผลกระทบต่อ ต้นทุนการผลิต โดยตรง ได้แก่

- (1) ภาษี
- (2) ภูมิอากาศ
- (3) ทัศนคติของชุมชน
- (4) การเมืองและกฎหมาย

3.2.6 ศึกษาการส่งเสริมการปลูกกล้วย

ทำการศึกษาวิธีการส่งเสริมการปลูกกล้วย เพื่อหาวัตถุดิบเข้ามาให้เพียงพอแก่ยอดขายที่ประมาณการไว้ คำนวณดูว่าจะต้องใช้พื้นที่ในการปลูกเท่าไรในแต่ละปีและกำหนดข้อตกลงระหว่างโครงการกับเกษตรกร

3.3 การศึกษาด้านการบริหาร

3.3.1 กำหนดรูปแบบการบริหารงาน

ทำการแบ่งอำนาจหน้าที่รับผิดชอบ และกำหนดการจ้างงานในตำแหน่งต่างๆ และสร้างแผนภูมิโครงสร้างการบริหารงาน

3.3.2 กำหนดระยะเวลาการดำเนินงาน

ทำการกำหนดกิจกรรมย่อยในการเริ่มต้นโครงการ รวมทั้งระยะเวลาดำเนินงานต่างๆ แล้วแสดงออกมาเป็น Ganu Chart

3.4 การประมาณการด้านการเงิน

3.4.1 รวบรวมค่าใช้จ่ายของโครงการ

ทำการแจกแจงค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ ที่มีผลต่อต้นทุนของโครงการ ด้วยวิธีประมาณการ และสอบถามข้อมูล

3.4.2 กำหนดด้านการเงิน

นำข้อมูลที่ต้องใช้ในการคำนวณกรอกลงในโปรแกรมคำนวณข้อมูลทางการเงินซึ่งได้รับจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3 จ.พิจิตร เพื่อคำนวณหาค่าต่างๆ ที่สำคัญคือ อัตราผลตอบแทนของโครงการ และระยะเวลาคืนทุน

