

รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ผลิตธง ตำบลยั้งทะเล

อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

วิริยา ปรีชาสุทธิ* และ พิทักษ์ ศิริวงศ์²

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากระบวนการการผลิต ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการประกอบการ และแนวทางแก้ไขปัญหาผู้ประกอบการธง ตำบลยั้งทะเล อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology study) เป็นวิธีการสัมภาษณ์และใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ในการดำเนินงานวิจัย เป็นการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการการผลิตและจำหน่ายธง ผู้ผลิตรายย่อย พนักงานผู้ปฏิบัติงานในโรงงานและร้านค้าปลีก รวมทั้งผู้ซื้อสินค้าเพื่อจำหน่ายต่อ และผู้ซื้อสินค้าเพื่อใช้ประโยชน์เอง ซึ่งสามารถสรุปผลวิจัยและมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า

การประกอบการธง ตำบลยั้งทะเล อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นรูปแบบธุรกิจขนาดย่อม เริ่มจากการใช้แรงงานในครอบครัวและขยายสู่ชุมชนบริเวณโดยรอบสถานประกอบการ การผลิตธง ใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ การจัดหาวัตถุดิบของผู้ประกอบการ ใช้วิธีซื้อตรงจากผู้ค้าส่งรายใหญ่จากกรุงเทพฯ หลังจากนั้นนำวัตถุดิบเข้าสู่ขั้นตอนการผลิตตามรายการสั่งซื้อของลูกค้า คุณภาพของสินค้าเหมาะสมกับราคา มีความหลากหลายของสินค้า และมีการพัฒนารูปแบบของสินค้า การจัดจำหน่าย เป็นแบบค้าส่ง รวมถึงการค้าปลีกในแหล่งผลิต การบริหารจัดการลูกค้า ให้บริการส่งของให้กับลูกค้าที่ซื้อปริมาณมาก ใช้คลังสินค้าเป็นสถานที่จัดจำหน่าย การประกอบการ มีปัญหาเรื่องการขยายกิจการ ด้านของจำนวนเงินลงทุน พื้นที่ขยายการผลิตสินค้าที่มีราคาแพง แรงงานที่มีฝีมือหายาก ผลที่ได้คือการประกอบการธง เป็นการสร้างอาชีพและรายได้เข้าสู่ผู้ประกอบการรวมทั้งชุมชนโดยรอบสถานประกอบการ

บทนำ

ในสภาพสังคมปัจจุบันแนวโน้มในการประกอบอาชีพมีการเปลี่ยนแปลงไป สภาพเศรษฐกิจก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลทำให้สภาพความเป็นอยู่ขาดสภาพคล่องในการดำเนินชีวิตมากขึ้น รายได้ในหลายสาขาอาชีพมีอัตราค่าจ้างแรงงานที่อยู่ในระดับต่ำ ย่อมไม่สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน อาชีพเสริมหรือการท

ธุรกิจส่วนตัว จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น ในทุกชนชั้นอาชีพ ผู้คนส่วนใหญ่จึงต้องการหารายได้เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน

เกษตรกรจำนวนมากได้ให้ความสนใจในการประกอบอาชีพเสริม เนื่องจากรายได้ที่ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต การหาอาชีพเสริมที่นอกเหนือจากงานประจำนั้นจึงได้รับความสนใจอย่างมาก เนื่องด้วยเป็นการใช้เวลาว่างจากการทำงานประจำให้เกิดประโยชน์แล้ว ยังก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย เนื่องด้วยเกษตรกรมีรายได้ไม่เพียงพอต่อความเป็นอยู่ ส่งผลให้การหารายได้เสริมเป็นทางเลือกที่ดีในการที่จะให้เกษตรกรเลือกที่จะประกอบ

อาชีพเสริม บ้านขี้ทะเลาะ ตำบลขี้ทะเลาะ อำเภอกู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหมู่บ้านขนาดเล็ก มีประชากรอยู่อาศัยประมาณ 1,030 หลังคาเรือน ส่วนใหญ่ (980 หลังคาเรือน) ประกอบอาชีพทำนา อาชีพรอง คือ ปลูกอ้อย เลี้ยงหมู เลี้ยงเป็ด และรับจ้างทั่วไป สภาพพื้นที่นาข้าวเป็นพื้นที่ราบต่ำ โดยพื้นที่เขต อ.กู่ทองถือเป็นพื้นที่รับน้ำของ จ.สุพรรณบุรี เส้นทางการน้ำจะไหลไปสู่ จ.นครปฐม แม่น้ำท่าจีน จ.อยุธยา มีน้ำท่วมขังตามฤดูกาลประมาณเดือนตุลาคมถึงธันวาคมของทุกปี ดังนั้นโดยปกติแล้วชาวนาในเขตนี้จะทำนาได้ปีละ 2 ครั้งเท่านั้น ปัญหาล่าสุดเมื่อปี 2551 และ 2553 เกิดปัญหาแมลงเพลี้ยกระโดดระบาดในนาข้าว สร้างความเสียหายให้กับผลผลิตข้าวในพื้นที่จำนวนมาก เนื่องจากการทำนาเพียงอย่างเดียวไม่สามารถเลี้ยงครอบครัวให้อยู่รอดได้ เกษตรกรจึงจำเป็นต้องหาอาชีพเสริมเพื่อหารายได้

การผลิตเชิง เป็นการผลิตเพื่อทำอาชีพเสริมยามว่าง หลังจากการทำนาในชีวิตประจำวัน การผลิตเชิงในตำบลขี้ทะเลาะ มีหลายครอบครัวทำกัน ที่ผ่านมามีหลายครอบครัวประสบปัญหาในเรื่องต้นทุนการผลิตสูงขึ้น มีการแข่งขันเรื่องราคามากขึ้น ทำให้หลายครอบครัวต่างเผชิญกับปัญหาด้านการผลิตและช่องทางการจัดจำหน่ายจากสภาพปัญหาดังกล่าวนั้น พบว่ายังไม่ได้มีการศึกษาอย่างจริงจังทั้งทางด้านโครงการการผลิตและการพัฒนาด้านการตลาดของการผลิตเชิงว่าควรจะมีทิศทางใด ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ผลิตเชิง

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ผลิตเชิง ตำบลขี้ทะเลาะ อำเภอกู่ทองจังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคจากการประกอบการและแนวทางการแก้ปัญหาในการประกอบการเชิง

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

ความหมายและแนวคิดเบื้องต้นของเครือข่าย

ปรีดา นาคเนาทิม (2541) กล่าวว่า การประกอบการ หมายถึง การจัดตั้งองค์การผลิตขึ้นมาเพื่อทำการผลิตสินค้าและบริการโดยการนำเอา ที่ดิน แรงงานและทุนมาดำเนินการผลิตสินค้าและบริการ สนองความต้องการของผู้บริโภค ผู้ดำเนินการผลิตเรียกว่าผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจว่า จะผลิตอะไร อย่างไร และเพื่อใคร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546) กล่าวว่า การบริหารการตลาดนั้น ผู้บริหารการตลาดต้องมีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค และมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยเครื่องมือส่วนผสมการตลาดประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขาย โดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ 2) ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น หากคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าก็ตัดสินใจซื้อสินค้า 3) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและติดต่อสื่อสาร โดยไม่ใช้คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือแบบประสมประสานกัน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสม

กับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุลดจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ 4) การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด

เจริญชัย ฉิมเนียม (2547) ได้วิจัยเรื่อง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ความว่า วิฤตการณ์เศรษฐกิจที่เกิดขึ้นกับประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมาได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดต่างๆ เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดใหญ่ที่ประสบปัญหาอย่างรุนแรง และส่งผลกระทบต่อวงกว้างทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม จากจุดนี้ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับความสนใจมากขึ้น เพราะถึงแม้ว่าจะได้รับผลกระทบไม่น้อย แต่ด้วยจำนวนที่มีมากมายและหลากหลายประเภท อีกทั้งมีความคล่องตัวทำให้ธุรกิจคงอยู่รอดมาได้ไม่น้อย หากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการแก้ไข โดยที่รัฐบาลมุ่งเน้นส่งเสริมหรือแก้ไขปัญหาให้ผ่อนคลาย จนสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันแล้ว วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะเป็นกลไกหลักสำคัญในการฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยให้มั่นคงและยั่งยืนได้ในอนาคต การศึกษาพบว่า ภาครัฐบาลได้ให้การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยบรรจุนโยบายไว้ในส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นครั้งแรกในแผนฯ ฉบับที่ 4 (2520-2524) ซึ่งเป็นมาตรการหนึ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยที่ในแผนฯ ฉบับที่ 8 (2540-2544) ซึ่งภายหลังเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 นโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมเป็นอย่างมากและสืบเนื่องจากผลการส่งเสริมและสนับสนุนจากนโยบายของภาครัฐทำให้วิสาหกิจของประเทศไทยมีความเติบโตอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ โดยที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีขนาดเกือบครึ่งหนึ่งของวิสาหกิจโดยรวม นอกจากนี้ประเทศไทยยังเป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยมีจุดแข็งในหลายด้าน อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังประสบปัญหาในการดำเนินกิจการอยู่มากเช่นกัน โดยอาจเกิดจากนโยบายของรัฐที่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของภาคเอกชนได้ทั้งหมดและภาคเอกชนที่ยังขาดความรู้ ความสามารถที่ทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนในการประกอบธุรกิจ ตลอดจนขาดเทคโนโลยีในการผลิตหรือบริการ ดังนั้น การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการแก้ไขอย่างบูรณาการทั้งต่อนโยบายของภาครัฐและการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนำเศรษฐกิจของประเทศไทยให้มีความเจริญอย่างยั่งยืน

วิธีการทดลอง / วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ เป็นการเก็บข้อมูลภาคสนาม และเก็บข้อมูลจากเอกสารเป็นส่วนประกอบ เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา รูปแบบการเก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้ศึกษาใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ในระหว่างการเก็บข้อมูลผู้ศึกษาขอได้อนุญาตในการใช้เครื่องบันทึกเทป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ผู้ศึกษาจับประเด็นในการตอบสนทนาเพื่อนำมาจดบันทึกคำสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนหลังจากการเก็บข้อมูลแล้วผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้มาทำการเรียบเรียงและจัดหมวดหมู่ของคำสัมภาษณ์ที่ลักษณะเดียว กรอบแนวคำถามในการสัมภาษณ์ครั้งนี้เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์อันประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล (ถ้าผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่ขัดข้อง) พร้อมทั้งป้อนคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับรูปแบบและกลยุทธ์การบริหาร การจัดการ ความสำเร็จและปัญหาอุปสรรค การปฏิบัติงานประเภทสินค้า กระบวนการวางแผนในการประกอบการ การสังเกตผลที่เกิดขึ้นและการประเมินผล เพื่อนำมาใช้ใน

การวิเคราะห์และนำเสนอผลการดำเนินการศึกษาต่อไป ความน่าเชื่อถือของแนวคำถามในการการสัมภาษณ์ ได้รับการตรวจสอบโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร นายสมุด มากระจัน นายกองค้การบริหารส่วนตำบลยั้งทะเลสาบ อำเภอยั้งทอง จังหวัดสุพรรณบุรี และผู้ประกอบการผู้ผลิตซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการสังเกตจะใช้วิธีการบันทึกภาพถ่ายสิ่งที่ได้พบเห็น ที่ได้รับรู้หรือได้สัมผัส การบันทึกเสียงเพื่อลงข้อมูลในแบบบันทึกที่สร้างขึ้นมา การวิเคราะห์และการตีความหมายของข้อมูลตลอดช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษาค้นคว้า โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ รวมถึงการสังเกตพฤติกรรมผู้ให้ข้อมูล มาทำการวิเคราะห์และตรวจสอบหาข้อเท็จจริง ทั้งจากเอกสารชั้นต้นและการสัมภาษณ์ประเด็นเดียวกันในบุคคลอื่น วิเคราะห์ในส่วนปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดของผู้ผลิต

สรุปผลที่ได้จากการศึกษาตามเนื้อหาข้างต้น เริ่มจากกระบวนการกลยุทธ์ทางการตลาด ปัญหาและอุปสรรค การศึกษาครั้งนี้นำเสนอผลงานการศึกษาด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology study) เป็นการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยมีแผนผัง ภาพถ่าย และภาคผนวกประกอบตามที่เห็นสมควร

แผนภูมิรายละเอียด ระยะเวลาทำการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงระยะเวลาทำการวิจัย

ช่วงเวลาที่ใช้	มกราคม				กุมภาพันธ์				มีนาคม			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. การร่างเค้าโครงการวิจัย	←→											
2. พบอาจารย์เพื่อขอคำแนะนำ	←→											
3. ขออนุมัติโครงการวิจัย							←→					
4. ค้นหาข้อมูล เก็บข้อมูล		←→										
5. จัดทำรูปเล่ม (3 บท)			←→									
6. สร้างแนวคำถาม				←→								
7. ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล						←→						
8. ประมวลวิเคราะห์ผลข้อมูล								←→				
9. เขียนรายงานการวิจัย										←→		
10. รายงานผลการวิจัย											←→	
11. ผลงานวิจัยฉบับสมบูรณ์											←→	

ผลการทดลอง/ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการวิเคราะห์ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เรื่อง “รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ผลิตธง ตำบลยั้งทะเล อำเภอร่องทองจังหวัดสุพรรณบุรี” การศึกษาครั้งนี้ ได้เลือกรูปแบบและวิธีการวิจัยโดยใช้ การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology study) คือการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมของผู้ทำวิจัย ถึงกระบวนการการทำงานของผู้ผลิตธง ตำบลยั้งทะเล อำเภอร่องทองจังหวัดสุพรรณบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในบทนี้ จึงแบ่งออกเป็น 5 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ประวัติความเป็นมาของธงชาติ

ตอนที่ 2 สภาพทั่วไปของบ้านยั้งทะเล และประวัติความเป็นมาของเจ้าของกิจการ
“ลำลีเสาชง”

ตอนที่ 3 รูปแบบการผลิตธง

ตอนที่ 4 กลยุทธ์การประกอบการผลิตธง

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข จากการประกอบการผลิตธงผ้า

ตอนที่ 1 ประวัติความเป็นมาของธงชาติ

ธงชาติ ถือเป็นสัญลักษณ์ที่ทั่วโลกใช้ แสดงถึงความเป็นชาติที่มีอารยธรรมรุ่งเรือง มีเสถียรภาพ อธิปไตย ความเป็นหมู่เป็นเหล่า ความเป็นน้ำหนึ่ง การประพฤติปฏิบัติต่อธงชาติจึงเสมือนการประพฤติปฏิบัติต่อคนในชาติ ซึ่งเป็น เจ้าของชาตินั้นๆ และในด้านความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างประเทศจึงต้องมีกระโจมดวงเป็น พิเศษ เกี่ยวกับการปฏิบัติต่อธงชาติของประเทศอื่นๆ

ธง ความหมายตามที่ปรากฏในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง ผืนผ้าที่มีสีและลวดลายต่างๆ ใช้เป็นเครื่องหมายบอกชาติ ตำแหน่งราชการ ใช้เป็นอาณัติสัญญาณตามแบบสากลนิยม และใช้เป็นเครื่องหมายเรือเดินทะเล หมุกณะ สมาคม อาคารร้านค้า และอาณัติสัญญาณอื่นๆ

ในประเทศไทยปรากฏว่ามีประเพณีการใช้ธงเป็นเครื่องบูชาปรากฏอยู่ เข้าใจว่าเป็นแบบคติที่รับมาจากอินเดีย ซึ่งมีวัฒนธรรมใช้ธงเป็นเครื่องประดับบูชาสำหรับงานพิธี ๓ ชนิดคือ ธง หรือ ธวัช ได้แก่ ธงผ้าหรือกระดาษรูปสี่เหลี่ยม หรือสามเหลี่ยม ใช้ปักบนปลายไม้หรือปลายเสา ปฏากะ หรือ ปตাকা ได้แก่ธงปฏากหรือธงตะขาบ คือ วัตถุเป็นแผ่นใช้ห้อยลงโดยผูกติดกับปลายไม้หรือปลายเสา โตรณะ ได้แก่ธงราวสามเหลี่ยมทำด้วยกระดาษ ใบมะม่วง หรือใบโศก ใช้โยงผูกระหว่างเสา ๒ ต้นหรืออิงที่ข้างฝา

ธงไทยที่ใช้บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ได้แก่ธงปฏาก หรือธงตะขาบ หรือเรียกตามภาษาท้องถิ่นว่า "ตุ้ง" เวลามีการบำเพ็ญกุศลในวัด ไทยจะใช้ธงปฏากหรือตะขาบผืนใหญ่ ยาว ๓ วา หรือ ๔ วา ห้อยไม้ลำใหญ่ปักไว้หน้าวัด นอกจากนั้นยังใช้ธงตะขาบเขียนรูปพระเจ้าผู้คิดปักไว้ที่หน้าวัดหลังจากเสร็จ พิธีทอดกฐินแล้ว และใช้เขียนรูปพระพุทธรูป พุทธประวัติ เจดีย์ เลขยันตร์ ต่างๆ เช่น ที่เรียกว่าพระบฏ ห้อยไว้บูชาด้วย ธงจึงรวมอยู่ในเครื่องบูชาทางศาสนาของคนไทย

สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ ทรงวินิจฉัยว่า ชงที่มีลักษณะเป็นแบบไทยแท้มี ๓ ลักษณะ คือ

1. ชง มีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าสี่ด้านๆ บางผืนก็ลงเลขยันต์ใช้สำหรับนำขบวนต่างๆ เช่นแห่ เข้าพิธีตรุษ เป็นต้น

2. ชงชัย เป็นรูปสามเหลี่ยมตัดตะแคงมุม ทำนองเดียวกับชงมังกรของจีน ผิดกันแต่ที่จีนเอาด้านยาวไว้ข้างล่างและมีกริบเป็นรูปเปลวตลอดผืน ส่วนของไทยเอาด้านยาวไว้ข้างบน กริบทำเพียง ๓ หรือ ๕ ชาย ใช้สำหรับนำขบวนขนาดใหญ่ เช่น ขบวนพยุหยาตรา ชงกระดาศที่ใช้ประดับตกแต่งในพิธีทางศาสนาที่ทำเป็นรูปชงชัย

3. ชงปฎาก หรือ ชงจระเข้ มีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า แขนงห้อยลงโดยใช้ทางด้านกว้างผุก ใช้เป็นเครื่องบูชาอย่างเดียวไม่ใช้นำขบวนแห่ ที่เรียกว่าชงจระเข้เพราะทำด้วยผ้าขาวเขียนรูปจระเข้

นอกจากชงในพิธีทางศาสนาแล้ว ประเทศไทยไม่มีการกำหนดระเบียบหรือแบบอย่างการใช้ชงไว้แน่นอน ตามหลักฐานต่างๆ ปรากฏว่าตั้งแต่สมัยโบราณ ไทยเรายังไม่มีธงชาติโดยเฉพาะ เมื่อเวลาจัดกองทัพไปทำสงคราม จะใช้ธงสีต่างๆ ประจำทัพเป็นเครื่องหมายทัพละสี ต่อมาเมื่อมีการเดินเรือค้าขายกับต่างประเทศทางตะวันตกในสมัยกรุงศรีอยุธยา ได้ใช้ธงสีแดงติดเป็นเครื่องหมายว่าเป็นเรือบรรทุกสินค้าของไทย จดหมายเหตุของชาวต่างประเทศกล่าวว่า ในรัชกาลสมเด็จพระนารายณ์มหาราช มีเรือฝรั่งเศสแล่นเข้ามาสู่ปากน้ำเจ้าพระยา เมื่อถึงป้อมของไทย ไทยชักธงชาติฮอลันดาขึ้นรับเรือฝรั่งเศส เพราะไม่มีธงชาติของตนเอง แต่เรือฝรั่งเศสไม่ยอมสลุตรับธงฮอลันดาเพราะเคยเป็นอริกันมาก่อน และถือว่าไม่ใช่ธงชาติไทย ฝ่ายไทยจึงแก้ไขโดยนำธงแดงขึ้นชักแทนธงชาติ เรือฝรั่งเศสจึงยอมสลุตคำนับ ตั้งแต่นั้นมาธงสีแดงจึงกลายเป็นธงชาติของไทยเรื่อยมา



ธงพื้นแดงตลอด (อดีต - 2325)

ครั้น ถึงสมัยกรุงธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์ ก็ยังใช้ธงสีแดงเกลี้ยงชักเป็นเครื่องหมายประจำเรือค้าขายกับต่างประเทศอยู่ ธงแดงนี้ใช้ชักขึ้นทั้งในเรือหลวงและเรือราษฎร ต่อมาพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ทรงพระราชดำริว่า เรือหลวงกับเรือราษฎรควรมีเครื่องหมายให้เห็นแตกต่างกัน จึงมีพระบรมราชโองการให้นำรูปจักรสีขาวยึดไว้กลางธงแดงเป็นเครื่องหมายใช้ เฉพาะเรือหลวง ส่วนเรือค้าขายของราษฎรทั่วไปยังคงใช้ธงแดงเกลี้ยงกันอยู่



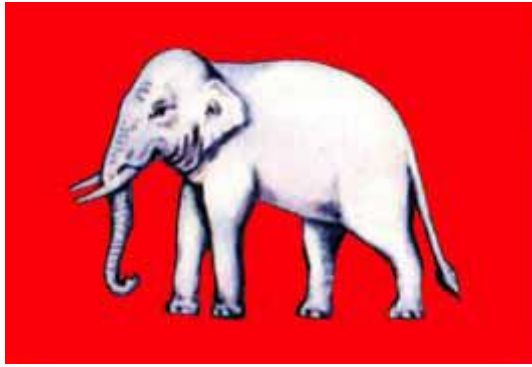
ธงพื้นแดงมีรูปวงจักรสีขาวตรงกลาง (2325 - 2352)

ถึงรัชกาลพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ได้ช้างเผือกสามเชือก ซึ่งตามประเพณีไทยถือว่าเป็นเกียรติยศอย่างยิ่ง จึงมีพระบรมราชโองการให้ทำรูปช้างเผือกไว้กลางวงจักรในธงเรือหลวงด้วยสมัยนี้ธงเรือสินค้าของราษฎรก็ยั้งใช้ธงแดง



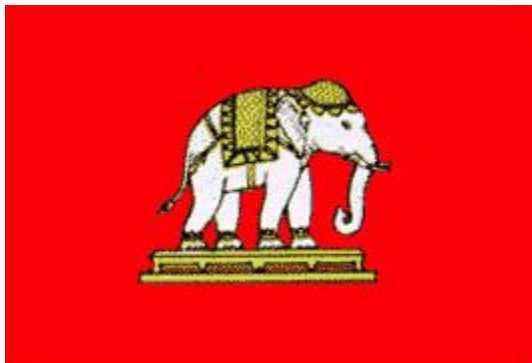
ธงพื้นแดง มีรูปวงจักรและช้างเผือกอยู่ตรงกลาง (2352 - 2394)

รัชกาลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทำหนังสือสัญญาเปิดการค้าขายกับชาวตะวันตกใน พ.ศ. 2398 มีเรือสินค้าของประเทศต่าง ๆ ในยุโรปและอเมริกาเดินทางเข้ามาค้าขายมากขึ้น และมีสถานกงสุลตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ สถานที่เหล่านั้นล้วนชักธงชาติของตนขึ้นเป็นสำคัญ จึงจำเป็นที่ไทยจะต้องมีธงชาติที่แน่นอน พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระราชดำริว่า ธงสีแดงที่เรือสินค้าไทยใช้อยู่ นั้นซ้ำกับประเทศอื่น ยากแก่การสังเกต ไม่สมควรใช้อีกต่อไป ควรใช้ธงอย่างเรือหลวงเป็นธงชาติ แต่โปรดให้เอารูปจักรออกเสีย เพราะเป็นเครื่องหมายเฉพาะพระเจ้าแผ่นดิน คงไว้แต่รูปช้างเผือกอยู่กลางธงแดง



ธงพื้นแดง มีช้างเผือกอยู่ตรงกลาง (2394 - 2459)

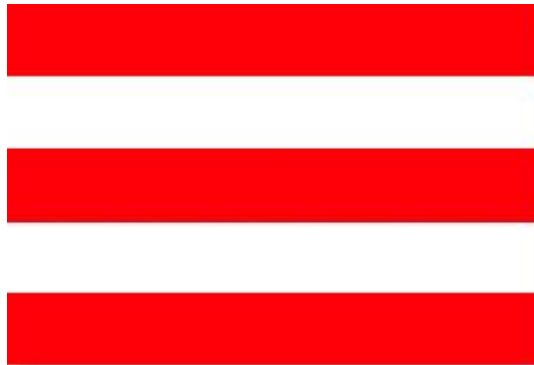
ภายหลังพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระราชดำริว่า เมื่อมองธงชาติซึ่งใช้อยู่ในขณะนั้นแต่ไกลจะมีลักษณะไม่ต่างจากธงราชการเท่า ไหร่ และรูปช้างที่อยู่ตรงกลางธงก็ไม่งดงาม จึงโปรดเกล้าฯ ให้ออกประกาศแก้ไขเพิ่มเติม พระราชบัญญัติธง รัตนโกสินทรศก 129 เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2459 แก้ไขลักษณะธงชาติเป็น "ธงพื้นแดง กลางเป็นรูปธงช้างเผือก ทรงเครื่อง ยืนแทน หันหลังเข้าเส้า" ประกาศนี้ให้เริ่มบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม พ.ศ.2459 เป็นต้นไป (ขณะนั้น ยังนับเดือนเมษายนเป็นเดือนเริ่ม ศักราชใหม่)



ธงพื้นแดง มีช้างเผือกยืนบนแท่นหันหลังให้เส้าธง (2459 - 2460)

ในพ.ศ.2460 ได้มีการแก้ไขลักษณะธงชาติอีกครั้งหนึ่ง เนื่องจากขณะนั้นประเทศไทยได้ประกาศตนเข้าร่วมกับฝ่ายสัมพันธมิตรเพื่อรบกับ เยอรมัน ออสเตรีย และฮังการี ในสงครามโลกครั้งที่ 1 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระราชดำริว่า การประกาศสงครามครั้งนี้ นับเป็นความเจริญก้าวหน้าขั้นหนึ่งของประเทศ สมควรจะมีสิ่งเตือนใจสำหรับวาระนี้ไว้ในภายในหน้า สิ่งนั้นควรได้แก่ธงชาติ ทรงเห็นว่าลักษณะที่ได้แก้ไขไปแล้วในพ.ศ.2459 นั้น ยังไม่สง่างามเพียงพอ จึงโปรดเกล้าฯ ให้เพิ่มแถบสีน้ำเงินแก่ขึ้นอีกสีหนึ่งเป็นสามสี ตามลักษณะธงชาติของนานาประเทศที่ใช้กันอยู่โดยมากขณะนั้น เพื่อให้เป็นเครื่องหมายว่าประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกับฝ่าย สัมพันธมิตร เพื่อต่อต้านปราบปรามฝ่ายอธรรม อีกประการหนึ่งสีน้ำเงินก็เป็นสีประจำพระชนมวารเฉพาะพระองค์ด้วย จึงเป็นสีที่สมควรจะประกอบไว้ในธงชาติไทยด้วยประการทั้งปวง การเปลี่ยนธงชาติครั้งนี้ จมื่นอมรคุณนาร์ภัย (แจ่ม สุนทรเวช) ซึ่งรับราชการใกล้ชิดพระยุคลบาทในขณะนั้น ได้เขียนเรื่องราว

เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงลักษณะธงชาติว่า พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระราชดำริจะเปลี่ยนธงช้างเป็นธงแถบสี เพราะทรงเห็นความลำบากของราษฎรที่ต้องสั่งซื้อธงผ้าพิมพ์รูปช้างมาจากต่างประเทศ และบางครั้งเมื่อเกิดความสะเพร่าติดธงผิด รูปช้างกลับเอาขาชี้ขึ้นเป็นที่น่าละอาย หากเปลี่ยนเป็นธงแถบสี ราษฎรก็สามารถทำธงใช้เองได้ และจะช่วยขจัดปัญหาการติดผิดพลาด ได้ทรงพยายามเลือกสีที่มีความหมายทางความสามัคคีและมีความสง่างาม ก่อนออกพระราชบัญญัติฉบับใหม่ ได้ทรงทดลองใช้ธงริ้วขาวแดงติดอยู่ที่สนามเสือป่าหลายวัน



ธงพื้นริ้วขาวแดง (ระหว่างปี 2460)

ภายหลังจึงตกลงพระทัยใช้สีน้ำเงินแก่เพิ่มขึ้นอีกสีหนึ่ง การเพิ่มสีน้ำเงินนี้ปรากฏพระราชหัตถเลขาในบันทึกส่วนพระองค์ วันเสาร์ที่ 18 สิงหาคม 2460 ว่า ได้ทอดพระเนตรบทความแสดงความเห็นของผู้ใช้นามแฝงว่า “อะแควร์ริส” ในหนังสือพิมพ์กรุงเทพฯ เดลิเมต์ ภาษาอังกฤษ ฉบับวันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2460 ได้ทรงแปลข้อความนั้นลงในบันทึกด้วย มีความโดยย่อว่า

“เพื่อน ชาวต่างประเทศของผู้เขียน (อะแควร์ริส) ได้ปรารถถึงธงชาติแบบใหม่ว่า ยังมีลักษณะไม่สง่างามเพียงพอ ผู้เขียนก็มีความเห็นคล้อยตามนั้น และเสนอแนะด้วยว่า ริ้วตรง กลางควรจะเป็นสีน้ำเงินซึ่งเป็นสีส่วนพระองค์ของพระมหากษัตริย์ ซึ่งถ้าเปลี่ยนตามนี้แล้ว ธง ชาติไทยก็จะประกอบด้วยสีแดง ขาว น้ำเงิน มีสีเหมือนกับธงสามสีของฝรั่งเศส ธงยูเนียนแจ็ก ของอังกฤษ และธงดาวของสหรัฐอเมริกา ประเทศพันธมิตรทั้ง ๓ คงเพิ่มความพอใจในประเทศ ไทยยิ่งขึ้น เพราะเสมือนยกย่องเขา ทั้งการที่มีสีของพระมหากษัตริย์ในธงชาติ ก็จะเป็นเครื่องเตือนให้ระลึกถึงพระองค์ในวาระที่ประเทศไทยได้เข้าร่วมกับเหตุการณ์สำคัญต่างๆ ด้วย”

พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเห็นด้วยกับข้อเสนอนี้ เมื่อทรงทดลองวาดภาพธงสามสีลงในบันทึก ทรงเห็นว่า ดงงามดีกว่าริ้วขาวแดงที่ใช้อยู่ ต่อมาเมื่อเจ้าพระยาราม ราชพ (ขณะนั้นยังเป็นพระยาประสิทธิศุภการ) ไปเฝ้าสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้ากรมหลวงพิชณุโลกประชานาถ ได้นำแบบธงไปถวายเพื่อทูลขอความเห็น สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอเจ้าฟ้ากรมหลวงพิชณุโลกประชานาถก็ทรงเห็นชอบ รับสั่งว่าถ้าเปลี่ยนในขณะนั้นจะได้เป็นอนุสรณ์ในการเข้าร่วมสงครามโลกครั้งที่ 1 ด้วย พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดให้พระยาศรีสุริยปริชาร่างประกาศ แก้แบบธงชาติ และได้ทรงนำเรื่องเข้าที่ประชุมคณะเสนาบดีเพื่อฟังความเห็น ที่ประชุมลงมติเห็นชอบธงสามสีตามแบบที่คิดขึ้นใหม่

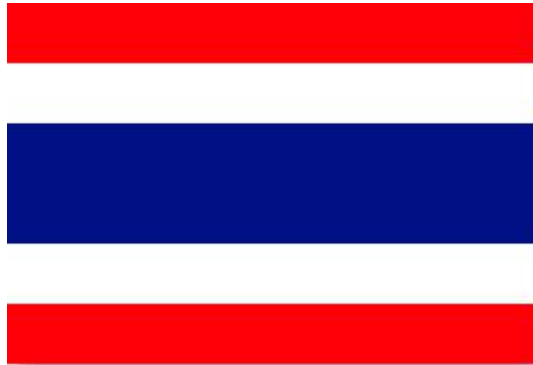
พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติธงขึ้น เรียกว่า พระราชบัญญัติธง พระพุทธศักราช 2460 ออกประกาศเมื่อวันที่ 28 กันยายน พ.ศ.2460 มีผลบังคับภายหลังจากวันออกประกาศในหนังสือราชกิจจานุเบกษาแล้ว 30 วัน ลักษณะธงชาติมีดังนี้ คือ เป็นธงรูปสี่เหลี่ยมรี ขนาดกว้าง 2 ส่วน ยาว 3 ส่วน มีแถบสีน้ำเงินแก่กว้าง 1 ใน 3 ของความกว้างของธงอยู่กลาง มีแถบสีขาวกว้าง 1 ใน 6 ของความกว้างของธงข้างละแถบ แล้วมีแถบแดงกว้างเท่ากับแถบขาวประกอบข้างนอกอีกข้างละแถบ และพระราชทานนามว่า “ธงไตรรงค์” ส่วนธงรูปข้างกลางธงพื้นแดงของเดิมนั้นให้ยกเลิก

ความหมายของสีไตรรงค์ คือ

สีแดง หมายถึง ชาติและความสามัคคีของคนในชาติ

สีขาว หมายถึง ศาสนาซึ่งเป็นเครื่องอบรมสั่งสอนจิตใจให้บริสุทธิ์

สีน้ำเงิน หมายถึง พระมหากษัตริย์ผู้เป็นประมุขของประเทศ



ธงไตรรงค์ (2460 - ปัจจุบัน)

พ.ศ.2470 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระราชดำริว่า ประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงแบบธงชาติมาหลายครั้ง คือ จากธงพื้นแดงเกลี้ยงมาเป็นธงแดงมีข้างเผือกไม่ทรงเครื่องอยู่ตรงกลาง ธงพื้นแดงข้างเผือก ทรงเครื่องยื่นแทนและธงไตรรงค์ แม้ว่าธงไตรรงค์จะให้ความสะดวกในการใช้และการสร้างขึ้นใช้ แต่ ธงไตรรงค์ก็ยังไม่เป็นที่รู้จักของต่างประเทศ โดยทั่วไปอย่างแพร่หลายว่าเป็น ธงชาติไทยเช่นธงช้าง นอกจากนี้ ธงไตรรงค์ยังมีสีคล้ายกับสีธงชาติของบางประเทศและคล้ายกับสีของธงบริษัทต่าง ประเทศบางแห่ง ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้ง่ายผิดกับธงช้างซึ่งไม่ซ้ำกับธงชาติใดเลย เพื่อให้ไม่ต้องเปลี่ยนธงชาติบ่อย ๆ จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ราชเลขาธิการบันทึกพระราชกระแสพระราชทานไปยังองคมนตรี ด้วยมีพระราชประสงค์จะทรงฟังความคิดเห็นส่วนมากประกอบพระราชวินิจฉัย บันทึกฉบับนี้ลงวันที่ 7 เมษายน พ.ศ.2470 กำหนดให้องคมนตรีทั้งหลายทูลเกล้าฯ ถวายความคิดเห็นภายใน 15 วัน นับแต่ได้รับบันทึก มีข้อควรพิจารณา ดังนี้

1. เลิกธงไตรรงค์แล้วใช้ธงช้างแทน
2. ใช้ธงช้างเป็นธงราชการ ใช้ธงไตรรงค์เป็นธงชาติ
3. ใช้ธงช้างเป็นธงราชการและธงชาติ ใช้ธงไตรรงค์เป็นสีสำหรับประเทศ คือ ใช้ตกแต่ง สถานที่ใน

งานรื่นเริง เป็นต้น

4. ใช้ธงไตรรงค์ผสมกับธงช้างพื้นแดงเป็นธงเดียวกัน

5. คงใช้ธงไตรรงค์เป็นธงชาติตามเดิมดังที่เป็นอยู่ขณะนั้น

เมื่อองคมนตรีได้ทำหนังสือแสดงความคิดเห็นขึ้นทูลเกล้าฯ ถวายแล้ว ปรากฏว่า ความเห็นทั้งหมดแตกต่างกันและไม่ได้ชี้ขาดลงไป ดังนั้นจึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้คงใช้ธงไตรรงค์เป็นธงชาติต่อไป ตามพระราชวินิจฉัยลงวันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ.2470

ถึงรัชกาลพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวอานันทมหิดล ได้ตราพระราชบัญญัติธงเป็นฉบับแรกในรัชกาลเมื่อ พ.ศ. 2479 ในส่วนที่ว่าด้วยธงชาตินั้นยังคงใช้ธงไตรรงค์ แต่ได้อธิบายลักษณะให้เข้าใจง่ายขึ้น คือ “ลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยม มีขนาดกว้าง 6 ส่วน ยาว 9 ส่วน ด้านกว้าง 2 ใน 6 ส่วน ตรงกลางเป็นสีขาบ (น้ำเงินเข้ม) ต่อจากแถบสีขาบออกไปทั้งสองข้าง ข้างละ 1 ใน 6 ส่วนเป็นแถบสีขาว ต่อแถบสีขาวออกไปทั้ง 2 ข้าง เป็นแถบสีแดง” ลักษณะธงตามกฎหมาย



ตามความในมาตรา 5 (1) ของพระราชบัญญัติธง พุทธศักราช 2522 ซึ่งเป็นพระราชบัญญัติธงฉบับที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน

ตอนที่ 2 สภาพทั่วไปของบ้านผู้ทะเลาะ และประวัติความเป็นมาของเจ้าของกิจการ “คำลีเสาธง”

บ้านผู้ทะเลาะ เป็น 1 ใน 7 หมู่บ้านในตำบลผู้ทะเลาะ อำเภอร่องทอง จังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอร่องทองไปทางทิศใต้ประมาณ ๗ กิโลเมตร มีลักษณะพื้นที่เป็นที่ราบเหมาะแก่การเกษตรกรรม มีประชากรรวม 1,030 ครัวเรือน ประชากรส่วนใหญ่ (80 %) ประกอบอาชีพทำนา รับจ้างทั่วไป (15 %) ค้าขาย (3 %) อื่น ๆ (2 %)

ประวัติผู้บริหารกิจการ “คำลีเสาธง” คือ คุณคำลี ดิษฐกรจันทร์ มีสมาชิกครอบครัวทั้งหมด 4 คน ตนเองแม่ และลูก อีก 2 คน มีพื้นที่นาจำนวน 2 แปลง คือ 9 ไร่ และ 15 ไร่

แนวทางปฏิบัติของคุณคำลี คือเผยแพร่งานอาชีพที่ตนเองถนัด ให้กับผู้ที่สนใจสนับสนุนทั้งด้านสติปัญญา และทุนทรัพย์ในการสร้างบุคลากร ที่มีคุณภาพออกสู่สังคมร่วมกับหน่วยงาน องค์กร ทั้งทางภาครัฐและเอกชนในการร่วมมือสร้างสรรค์สังคมทุกด้าน ทุกวิถีทางที่สามารถกระทำได้ ทั้งนี้ เพื่อบรรลุเป้าหมาย อันพึงปรารถนาของสังคมโดยรวมต่อไป

เส้นทางการเดินทางสู่แหล่งผลิตตรง ตำบลยั้งทะเลาย อำเภออุทงจังหวัดสุพรรณบุรี ใช้เส้นทางไปตามถนนทางหลวงหมายเลข 4(ถนนเพชรเกษม)แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 321(ถนนมาลัยแมน)ที่จังหวัดนครปฐม ผ่านนครปฐม-อำเภอกำแพงแสน-บ้านทุ่งคอก-บ้านสระยายโสม-อุทง ระยะทางประมาณ 128 กิโลเมตร หรือจะเลือกอีกเส้นทางคือ ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 340(ตลิ่งชัน-สุพรรณบุรี)แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 357(ทางเลี่ยงเมืองสุพรรณบุรี)แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 321(ถนนมาลัยแมน)ผ่าน บางบัวทอง-อำเภอลาดบัวหลวง-อำเภอบางปลา-สุพรรณบุรี-บ้านสวนแดง-อุทง ระยะทางประมาณ 122 กิโลเมตร ทั้ง 2 เส้นทางนี้จะมาพบกับร้าน “ลำลีเสาชง” โดยมีคุณลำลี ดิษฐกรจันทร์ เป็นทั้งเจ้าของกิจการ และผู้บริหารควบคู่ไปด้วยเช่นเดียวกัน

จุดเริ่มต้น

การเริ่มทำการตัดเย็บชง อาศัยแนวความคิดจากความรู้เดิมในเรื่องของการตัดเย็บผ้า จำได้ว่า ก่อนเข้าพรรษา ที่วัดมีงานบุญ ต้องใช้ชงเยอะมาก ชงชาติ ชงธรรมจักร หลายขนาด ทั้งเล็กทั้งใหญ่ เต็มไปหมด ตั้งแต่ซุ้มประตู ศาลาการเปรียญ มายังท้ายวัด เห็นเขาไปซื้อชง แล้วเสียขายเงิน เลยไปบอกเขาว่า ถ้าใช้ชงจำนวนมาก ให้บอกก่อนล่วงหน้า จะเย็บไว้ให้ จะได้ไม่ต้องไปเสียเงินมาก ตั้งใจช่วยเพราะอยากทำบุญ (ลำลี ดิษฐกรจันทร์ 2556)

พอถึงใกล้ออกพรรษา ต้องมีงานกลึง ทาง อบต.ยั้งทะเลายมาหาที่บ้าน เอาผ้ามาให้ บอกว่าเย็บผ้า ปีนกัน ขอให้ช่วยตัดเย็บเป็นชงชาติ หลายขนาด หลังจากไปนานมา มีเวลาว่างก็เริ่มทำ มีเพื่อนบ้านมาช่วยกัน เย็บ มีจักรหลายคัน คนเยอะ (ลำลี ดิษฐกรจันทร์ 2556)

หลังจากหมดงานบุญไป ก็ยังเย็บชงกันต่อ เพราะยังมีผ้าที่เหลืออยู่ ทาง อบต. เข้าไปกรุงเทพฯ พอกลับมา บอกว่า ร้านที่กรุงเทพฯ สนใจจะซื้อชงไปจำหน่าย เห็นฝีมือการเย็บชงแล้วถูกใจ ให้ที่อยู่ไว้ติดต่อ แล้วเขาก็ติดต่อมา จริง ๆ (ลำลี ดิษฐกรจันทร์ 2556)

ตอนที่ 3 รูปแบบการผลิตชง

ร้านลำลีเสาชง จัดเป็นธุรกิจขนาดย่อม ที่อยู่ในภาคการค้าและภาคการผลิต โครงสร้างขององค์กรแบบง่าย ๆ สายการบังคับบัญชาสั้นๆ ช่องทางการติดต่อสื่อสารในแนวระดับ อำนาจการตัดสินใจอยู่ที่ผู้ประกอบ ระบบการควบคุมแบบไม่เป็นทางการ ลักษณะการออกแบบผลิตภัณฑ์ใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของของผู้ประกอบการและบุคคลในครอบครัวเป็นหลัก

รูปแบบการบริหารจัดการของทางร้าน ดิฉันเป็นคนควบคุมในทุกเรื่องด้วยตัวดิฉันเอง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องกระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพของสินค้า หรือพบกับลูกค้า (ลำลี ดิษฐกรจันทร์ 2556)

เพื่อแสดงให้เห็นถึงระบบกระบวนการผลิต จนถึงการผลิตสินค้าให้แก่ลูกค้าจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ภายในกิจการโดยข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากเจ้าของกิจการผลิตชงผ้า มีดังนี้

วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตชง ส่วนใหญ่จะสั่งจากตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพฯ โดยผ้าที่ใช้ผลิตสามารถแยกเป็นหลายประเภทขึ้นอยู่กับการใช้งาน เช่น Supralon Glossy Polyester (ผ้าสุพราลอน) เป็นผ้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ซึ่งมีคุณสมบัติสำคัญคือเป็นผ้าโพลีเอสเตอร์ 100% ที่มีความทนทานต่อการซักสูงและมีความยืดหยุ่นเหมาะสมสำหรับชงทุกประเภท มีลักษณะเบาและแห้งง่าย เหมาะสำหรับงานพิมพ์ต่างๆ และงานพิมพ์แบบเต็มรูปแบบ Titan spun polyester (ผ้าสปัน โพลีเอสเตอร์) เป็นผ้าทอโพลีเอสเตอร์ที่มีความแข็งแรงทนทานต่อการซักและแรงดึงสับของ ลม ส่วนใหญ่จะใช้ผลิตชงที่ติดตั้งสูง 20 เมตรขึ้นไป หรือพื้นที่ชายฝั่งทะเลและ

บนเรือเดินสมุทร Polystretch (ผ้าโพลีสเตอร์) เป็นผ้าที่มีความยืดหยุ่น เหมาะสำหรับรงที่มีลักษณะแนวตั้งและรงที่ติดรอบริมรั้ว เนื้อผ้าเป็นผ้าเจาะรูเพื่อให้การกระจายของลมที่พัดผ่าน ช่วยยืดอายุการใช้งานได้ถึง 25% ผ้าชนิดนี้สามารถทำรงลักษณะที่เป็นแนวนอนได้ถึงขนาด 150x200 ซม. Trilobe (ผ้าทริโลบ) ให้ความเงางามสูงและเหมาะสำหรับงานกลางแจ้ง มีน้ำหนักมากกว่าผ้า Supralon (สฟูพราลอน) เล็กน้อย ให้การดูดซับสีถึง 50% มากกว่าผ้าทั่วไป จึงให้งานพิมพ์มีความสว่างเงางาม คุณเป็นที่สะดุดตา

ส่วนที่ร้าน “สำลีเสาชง” จะรับผลิตรงและสิ่งพิมพ์บนผืนผ้าด้วยผ้าโพลีเอสเตอร์เท่านั้น ซึ่งการตัดเย็บและพิมพ์ลายบนเนื้อผ้ามีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับรูปแบบที่คุณต้องการ อีกทั้ง ผ้าโพลีเอสเตอร์นั้นสามารถนำกลับมาใช้ได้ถึง 100 เปอร์เซ็นต์ (ซึ่งไม่สามารถทำได้ถ้าเป็นพีวีซี) ดังนั้นเราจึงเรียกผ้าโพลีเอสเตอร์ได้ว่าเป็นผ้าที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

ผ้ามีหลายประเภท ที่ร้านใช้แต่ผ้าโพลีเอสเตอร์ มีความทนทานสูง น้ำหนักเบา ราคาถูก เย็บไม่ค่อยยาก เวลาพิมพ์ลายก็สะดวก แห้งเร็ว (สำลี คิชฐกรจันทร์ 2556)

การจัดซื้อ บ้านยู่ทะเลายเป็นแหล่งผลิตแหล่งใหญ่ของผู้ประกอบการผลิต รงและชุมชนใกล้เคียง ทำให้มีผู้ขายวัตถุดิบ นำสินค้ามาเสนอถึงแหล่งผลิตโดยตรง ผู้ประกอบการเลือกใช้กลยุทธ์ การจัดซื้อจากหลายแหล่งหรือการจัดซื้อแบบถ่วงน้ำหนักเพื่อการจัดรงที่ทันเวลาและอำนาจต่อรองของผู้ซื้อที่มีสูงขึ้น

เรื่องการจัดซื้อวัตถุดิบดินสังจากหลายที่ วัตถุดิบบางชิ้นมีเจ้าประจำมาส่ง ใช้วิธีการโทรสั่ง บางครั้งมีคนมาเสนอขายวัตถุดิบมาจากหลายที่มาก ดินสังเลือกที่ที่ราคาถูก และคุณภาพดีอยู่ในเกณฑ์ที่รับได้ และสามารถส่งของให้เราได้ตามจำนวนและเวลาที่เราร้องการ (สำลี คิชฐกรจันทร์ 2556)

การวางแผน ตลอดจนการปรับปรุงผลงานให้ดีขึ้น นับเป็นหลักการบริหารจัดการขั้นพื้นฐานที่ทุกการประกอบการต้องมีอยู่ในขั้นตอนการดำเนินการ

รูปแบบการจัดรงสินค้า บ้านยู่ทะเลายเป็นแหล่งผลิตที่มีชื่อเสียงไปทั่วประเทศ ผู้ค้าขายส่งหรือผู้ค้าปลีก รายย่อยต่างรู้จักผู้ผลิตที่บ้านยู่ทะเลและมีกรซื้อขายกันเป็นประจำ ส่วนมากผู้ซื้อโทรมาที่ร้านจำหน่ายเพื่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ หากแต่รายใดที่เชื่อใจกันแล้วทางผู้ขายเลือกแบบจัดรงให้ตามต้องการ โดยการจัดรงคำนึงถึงความเหมาะสมของปริมาณสินค้ากับรงที่ส่งสินค้าไป ถ้าเป็นผู้ซื้อจำนวนน้อย ผู้ขายต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบในการรวมกันหลายๆ ราย ให้เต็มรงถึงส่งสินค้า ทางผู้ซื้อต้องประมาณการระยะเวลาของสินค้าคงคลังของตนเอง กรณีนี้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายมีการค้าขายกันมาในระยะเวลาหนึ่งแล้ว

ลูกค้าขายส่งบางรายต้องการให้เราจัดรงสินค้าให้ บางครั้งคนขับรงส่งสินค้าไม่ว่าง หรือบางครั้งจำนวนที่ถูกสั่งซื้อไม่มาก เราก็ส่งให้แต่ต้องคุยกับลูกค้าในเรื่องของเวลาในการจัดรงเพราะเราต้องรอให้ของเต็มรงที่ขายนั้น (สำลี คิชฐกรจันทร์ 2556)

รูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ กลุ่มแรงงานที่ช่วยกิจการด้านต่างๆ หายากและได้มาแล้วฝึกจนชำนาญงาน ฐานะดีแล้ว อยู่ได้ไม่นานก็ออก จึงเป็นปัญหามากสำหรับเรื่องแรงงาน ผู้ประกอบการ ควรดูแลสวัสดิการ บำบัดทุกข์ บำรุงสุข เมื่อคนงานเกิดเจ็บป่วยหรือเดือดร้อน ต้องให้ความช่วยเหลือ หรือเป็นที่พึ่งได้ เสมือนเป็นสมาชิกในครอบครัว ควรใช้เมตตาธรรมเป็นหลักในการปกครอง มีการประชุมอบรมจิตใจ ความประพฤติ มารยาทและทบทวนกฎระเบียบของโรงงานเป็นครั้งคราว

นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มจัดการย่อยซึ่งรับงานไปจัดการกันเอง ในลักษณะที่เราเรียกว่าสาขา โดยรับแบบและวัสดุไปผลิต แล้วส่งผลผลิตกลับมาสู่ระบบเพื่อตรวจสอบคุณภาพ แล้วส่งจำหน่ายในตลาดต่อไป ทำให้เกิดอาชีพการผลิตอย่างกว้างขวางในท้องถิ่น จากนั้นพ่อค้าแม่ค้า ทั้งหาบเร่แผงลอย ร้านค้าทั่วไป หน่วยงานต่างๆ และคนกลางเข้ามารับไปส่งต่อห้างสรรพสินค้า ร้านค้าย่อย และร้านค้าปลีก

เรื่องแรงงาน นอกจากทำกันที่ร้านแล้ว ยังมีบางส่วน บางครอบครัว รับงานกลับไปทำกันที่บ้าน ซึ่งเราก็แบ่งงานให้ไป ถือว่าเป็นการกระจายรายได้ให้ชุมชนมีงานทำ เวลานำกลับมา ก็ต้องมีการตรวจสอบคุณภาพด้วย (สำลี คิษฐกรจันทร์ 2556)

ช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า มีการใช้เทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ ทั้งโทรศัพท์และเครื่องโทรสาร เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และแน่นอนในการสั่งซื้อ

ส่วนใหญ่ลูกค้าจะสั่งซื้อ โดยใช้เครื่องโทรสารส่งใบสั่งซื้อมาให้ หลังจากนั้นจะทำการส่งสินค้าภายในกำหนด หากแต่ลูกค้าขายปลีก เราจะส่งให้ทางบริษัทฯ รับส่งสินค้า เป็นผู้ส่ง (สำลี คิษฐกรจันทร์ 2556)

ตอนที่ 4 กลยุทธ์การประกอบการผลิตธง

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์(Product) จากการดำเนินการด้านผลิตภัณฑ์ ของกิจการผลิตธงผ้าจากยุคเริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน การผลิตมีรายการสินค้ามากมาย ทั้งประเภทของธง ขนาดที่แตกต่างกัน รวมทั้งสินค้าประเภทเสากธง การเก็บบันทึกในปัจจุบัน ได้นำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยบริหารจัดการทั้งในส่วนผลิตภัณฑ์และจำนวนสินค้าคงคลัง

ธงมีหลายประเภท หลายขนาด มีรายละเอียดมากมาย โดยเฉพาะการเย็บ ให้ติดคงทน ไม่มีรอยพับรอยย่นตามรอยต่อ รอยพับ ใช้แรงงานในครอบครัว แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต้องคอยวางแผนการผลิตตามช่วงเทศกาล หรือติดตามข่าวคราวการเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ประจำแต่ละพระองค์ (สำลี คิษฐกรจันทร์ 2556)

กลยุทธ์ด้านราคาผลิตภัณฑ์ (Prices) การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำโดยการคิดราคาขายจากการนำต้นทุน ที่เกิดขึ้นจริง นำมาบวกเพิ่มค่าดำเนินการและกำไรที่ต้องการเพื่อกำหนดเป็นราคาขาย

ทางร้านเป็นผู้ตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ขึ้นเอง โดยพิจารณาจากต้นทุนการผลิตทั้งหมด และลูกค้าที่ซื้อสินค้าปริมาณมาก สามารถซื้อสินค้าได้ถูกกว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้าจำนวนน้อยขึ้นทุกวันนี้ เราไม่ได้คิดแข่งกับใคร เราแข่งกับตัวเราเอง และลูกค้าของเรา โดยเราเน้นคุณภาพ เรานั้นในเรื่องวัสดุ (สำลี คิษฐกรจันทร์ 2556)

จากการสังเกตผู้วิจัยเห็นว่า มีจำนวนมากมาย ยากต่อการจำชื่อเรียก และราคา มีช่างเย็บธงประจำร้าน ได้ให้ข้อมูลถึงราคาที่ขายหน้าร้านว่า

วืการจําราคาขายใ้การคูนาคของรง แบ่งเป็นชนคมีลายพมพ์บนฝ้า ราคาต่างกั ถ้าฝ้าไหนหรือแบบไหนที่จําราคาไม่ได้ หรือไม่แนใจ ก็สอถามจากราคาจากเจ้าของร้านอื่กที่ (สำราญ บุญรอด 2556)

กลุฑ์ด้านชองทางารจ้ดจําหน้าย หรือประเภทของฝ้ือซ้ือ (Place) กลุฑ์ลูกค้าของทางร้านมีท้ังจาประจําและจาจร แบ่งลูกค้าออกเป็นกลุฑ์ คือ

1. กลุฑ์ลูกค้าขายตรง ได้แก่ลูกค้าที่รับสินค้าไปขายปลีกใ้แก่ฝ้ือบริโกคโดยตรงมีปริมาณการซ้ือที่น้อยถึงปานกลาง มีจุดขายอยู่ท้ัวไป ไม่เป็นหลักแหล่ง และรวมไปถึงร้านค้าขายปลีกที่อยู่มุมนต่างจํา
2. กลุฑ์ลูกค้าขายส่ง ได้แก่ลูกค้าที่ส่งสินค้าไปเพื่อจ้ดขายส่งใ้ร้านค้าท้ัวไป หรือส่งตามห้างสรรพสินค้า หรือส่งต่างประเทศ มีปริมาณการซ้ือมา
3. กลุฑ์ลูกค้าซ้ือปลีก คือลูกค้าที่ซ้ือไปใ้เองที่บ้าน ในชวงเทศกาลต่างจํา เช่น วันพ้อ

ทางร้านใ้ช้ชองทางารค้าส่งโดยประมาศ 60% ชวงแรกส่งใ้กับร้านบวรไ้ตรงค้แฉวบวรนิเวศน์ ปัจจุบันส่งตามฝ้ือค้าขายในต่างจ้หวัดเป็นส่วใหญ่ (สำลี คิษฐกรจันทร 2556)

การส่งเสริมการขายโดยใ้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ จากการมีระบบการผลิตที่ใ้ได้ทาการพัฒนาอย่างต่อเนื่ง ทําใ้ห้มุ้บ้านมีช้ือเสียงไปท้ัวประเทศ นอกจากน้ี้ยังมีหน่วยงานและบุคคลสำคัญ มาเยียมชมกจิการมากมาย เช่น ฝ้ือว่าราชการจ้หวัด ทํานวฒิสมาชิกสภาฝ้ือแทนราษฎร องค้การบริหารส่วจ้หวัด

ทางร้านมีการโฆมณาผ่านเว็บ www.thaitambon.com ซึ่งทางสำนักงานพัฒนาชุมชนเป็นคณประชาสัมพันธ้ใ้ ทางร้านไม่มีเว็บไซค้ ของตนเองเนื่งจาก ทางร้านต้องการใ้ลูกค้ามาที่ร้าน และไม่ต้องการใ้ข้อมูลแพร์หลายไปย้งหุ้คณใ้ แต่เราต้องการใ้แพร์หลายไปย้งหุ้คณขายโดยตรงซึ่งคณขายชอบมากถ้าเราไม่เป็ดเผยกับหุ้คณใ้ (สำลี คิษฐกรจันทร 2556)

กลุฑ์ด้านการบริหารจ้ดการบุคลากรฝ้ือปฏิบัติงาน การใ้การรู้การฝีกฝนพิเศษ (People) หลักการการบริหารจ้ดการของกจิการผลิตรงฝ้า ย้ิดหลักการจ้ดการแบบคณธรรม มีความเกื่อกูล เป็นแบบบุดสาหรกรรมภายในคร้วเรื่งน) มีการฝีกอบรม ในการกระบวนการผลิตท้ังในส่วของพนักงานประจํา และฝ้ือรับจ้างรายช้อยที่รับงานไปทาอื่กทอดหนึ่ง ใ้มีคณภาพเท่าเทียมกันในการผลิตทุกจํา ที่ ฝ้ือใ้ข้อมูลของร้านสำลีเสารง ในอื่กคําหน่งหนึ่งทางารเมื่งท้องถึนคือนายคเทศมนตรี ใ้ข้อมูลว่า

ได้มีการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นต่อยอดจากพื้นฐานการผลิตธงผ้าซึ่งเป็นอาชีพที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนที่มีอยู่แล้วให้ยั่งยืน โดยการส่งเสริมพัฒนาท้องถิ่นจัดซื้อจัดหาจักรเย็บผ้าอุตสาหกรรมแบ่งจ่ายให้ชาวบ้านในชุมชนนำไปผลิตธงผ้า เพื่อรวมกันขายส่งให้กับร้านขายส่ง สร้างรายได้เสริมให้กับตนเอง และพัฒนาอาชีพให้สืบต่อไป(นายสุมล มากระจัน 2556)

ส่วนมากเรานเน้นการขายส่งเป็นหลัก พนักงานที่ขายในร้านจึงไม่มีลักษณะพิเศษในการให้บริการ เพียงแต่ใช้ความรู้สั่งสมโดยประสบการณ์จากรุ่นพี่ที่มีอยู่ วิธีการทำงานเป็นในลักษณะของพี่สอนน้อง (สำลี ดิษฐกรจันทร์ 2556)

กระบวนการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และผู้บริโภค ให้กลับมาใช้บริการซ้ำ (Process) หลักการสร้างคามพึงพอใจให้กับลูกค้า และกลับมาซื้อสินค้ากับทางร้านตลอดไป การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าต้องอาศัยหลักการ

1. สร้างศรัทธา ต้องทำให้ลูกค้าเชื่อถือ มีบุคลิกภาพภูมิฐาน และมีภูมิรู้เชิงธุรกิจ การจัดการระบบการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอธยาศัยที่ดี จิตใจกว้างขวาง หนักแน่น มั่นคง มีคุณธรรม ซื่อสัตย์ และรับผิดชอบ สามารถส่งงานได้ตามนัดหมาย จัดสถานที่ผลิตให้ดูดี สะอาดเรียบร้อย และเหมาะสม มีการให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความปรารถนาได้อย่างจริงใจ

2. สินค้ามีคุณภาพ มีความประณีต รูปลักษณ์สวยงามน่ารัก มีการบรรจุหีบห่อกระทำอย่างเหมาะสม ราคุม ส่งมอบสินค้าต้องนับจำนวนไม่ผิดพลาด มีการบริการหลังการขาย เช่น ความผิดพลาดในการผลิตผิดพลาดในเรื่องรูปแบบหรือจำนวน ต้องพิจารณาแก้ไขโดยด่วน ตามเหตุผลอันควรโดยยึดหลักคุณธรรม

3. สินค้าราคาไม่แพงเกินไป เราควรคำนวณวัสดุ ค่าแรง และต้นทุนอื่นๆ ให้ดี เพื่อกำหนดราคาที่เหมาะสม ไม่ขึ้นๆ ลงๆ และลูกค้าต้องยอมรับและพอใจกับราคาสินค้าที่กำหนด 4) การมีน้ำใจ ก็นำไรสู่ลูกค้าในช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลปีใหม่ ควรได้จัดของขวัญหรือมีกิจกรรม สร้างความสัมพันธ์ ส่งบัตรอวยพรให้กับลูกค้า

4. ติดตามถามข่าวคราว ทุกข์ สุข ความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจของลูกค้าอยู่เสมอ เพื่อไม่ให้ลูกค้าลืมและบางที่อาจได้รับการสั่งสินค้าเพิ่มเติมก็ได้

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข จากการประกอบการผลิตธงผ้า

ในขบวนการทำงานกล่าวได้ว่าทุกสถานประกอบการ ต้องพบกับข้อบกพร่องในธุรกิจที่ตนเองได้ดำเนินการมาทั้งสิ้น ขึ้นอยู่กับว่าผู้ประกอบการหรือผู้บริหารในองค์กรนั้นๆ สามารถมองเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และแก้ปัญหาเหล่านั้นได้ลุล่วงมากน้อยแค่ไหน ปัญหาในการประกอบการและแนวทางการแก้ปัญหาในธุรกิจพอแยกออกได้ดังนี้

แหล่งเงินทุนเริ่มแรก ต้นทุนเงินทุนนับเป็นปัญหาขั้นต้นๆ ของธุรกิจการประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางทั่วไป การแก้ปัญหาโดยการเข้าหาแหล่งเงินทุนทั้งการช่วยเหลือจากภาครัฐ เช่นกองทุนหมู่บ้าน หรือ การได้รับการสนับสนุนเครื่องมือ เครื่องจักรทางทางเทศบาล

การบริหารเงินทุนหมุนเวียน มีความสำคัญมากสำหรับการประกอบธุรกิจ การมีกระแสเงินสดหมุนเวียนเพื่อจ่ายให้กับค่าแรงงาน และค่าวัสดุอุปกรณ์การผลิตมักไม่ทันกับความต้องการใช้เงิน การแก้ปัญหาโดยการ เรียกเก็บเงินจากลูกค้าเป็นเงินสด หรือ โอนเงินค่าสินค้าก่อนส่งสินค้าให้ลูกค้า

การเปลี่ยนงานของพนักงาน จากคำกล่าวที่มีมาแต่โบราณว่า “คนในอยากออก คนนอกอยากเข้า” นับว่ายังสามารถนำมาใช้ได้อยู่ในปัจจุบัน แรงงานในท้องถิ่นในวัยหนุ่มสาว มักไม่ค่อยให้ความสนใจกับกับแหล่งงานของชุมชนเท่าที่ควร มาฝึกฝนพอทำงานได้ก็เลิกให้ความสนใจเปลี่ยนไปทำอาชีพด้านอื่นกันเสียส่วนมาก เป็นผู้ ที่อายุมาก หรือเด็กในวัยอยากเรียนรู้ก็ให้ความสนใจแต่เมื่อได้รับความรู้แล้วก็เปลี่ยนงานไปเช่นเดียวกัน การแก้ปัญหาโดยการจ้างเหมาให้กลุ่มชุมชนรับงานไปทำ

การเบิกเงินล่วงหน้าของผู้รับจ้างผลิต ในชนบทความสัมพันธ์ของความเป็นพี่ เป็นน้อง เป็นญาติ เพื่อน พ้อง นับว่ายังมีความผูกพันกันอยู่ การเจ็บไข้ได้ป่วย ลูกเรียนหนังสือ ของบุคคลในความรับผิดชอบของผู้ที่รับจ้างเหมางานผลิตของผ้า ไปทำนับเป็นเหตุผลในการขอเบิกเงินล่วงหน้าจากผู้ว่าจ้าง ได้ทุกทีไป ทำให้มีภาระที่ต้องผลิตสินค้าเพื่อใช้หนี้เงินเบิกล่วงหน้า เป็นเหตุให้ต้องมีการเร่งรัดผลงานเพื่อให้ได้เงินให้เพียงพอต่อการใช้จ่าย ปัญหานี้ นับเป็นการแก้ที่ยากพอสมควรในสังคมชนบท สังคมของความเป็นคนไทยที่มีความอึดมอละง่าย ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน มาแต่ครั้ง โบราณกาลมา

แรงงานมีฝีมือหายาก ผู้ที่มีฝีมือในการออกแบบ ตัด เย็บ ตัดเย็บ มีอยู่จำนวนไม่มากนัก หากมีฝีมือพอทำงานได้ก็มักหัน ไปเริ่มทำกิจการของตนเองขึ้นมาซึ่งก็เป็นธรรมชาติของมนุษย์ปละชนทั่วไปหากแต่ถ้ามีความสำเร็จในการประกอบการ เป็นคุณประโยชน์กับชุมชนและประเทศชาติสืบไป หากช่างมีฝีมือเหล่านั้นไม่ประสบความสำเร็จก็มักถอดใจเลิกอาชีพนี้ไปเลย ทำให้สูญเสียบุคลากรฝีมือดีไป การแก้ปัญหาแบบนี้ใช้วิธีการของการคิดแบบ ชนะ-ชนะ ทั้งสองฝ่ายคือการให้ช่างฝีมือเหล่านั้นค่อยลงทุนร่วมกันกับผู้ประกอบการรายเดิมและค่อยๆ เริ่มลงมือทำไปพร้อมๆกัน แบ่งปันผลประโยชน์อย่างเหมาะสม โดยให้การบริหารจัดการอยู่กับช่างฝีมือท่านั้น ผู้บริหารรายเดิมก็ช่วยประกอบการดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดร่วมกัน

การขยายตัวของส่วนการผลิต การทำธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมครัวเรือน สถานที่ที่ใช้ผลิตสินค้านับเป็นปัจจัยที่สร้างปัญหาให้กับผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก จากแรกเริ่มเดิมทีส่วนมากก็ใช้บ้านตัวผู้ประกอบการเองเป็นแหล่งผลิตสินค้า สำนักงาน โชว์รูมสินค้า สารพัดประโยชน์ หากมีการขยายกิจการ ปัญหานี้ นับว่าหนักหนาพอสมควร สามารถแก้ปัญหาได้คงต้องใช้เวลาพอสมควร หรืออีกทางก็แก้ปัญหาเหมือนดังที่กล่าวมาแล้วคือการ ใช้วิธีจ้างเหมาแก่บุคคลภายนอก

พื้นที่จัดเก็บสินค้า คลังสินค้า ที่จัดแสดงสินค้า ที่มีจำนวนมากหลายรูปแบบปัญหา ก็คือการจัดเรียง ทำให้สิ้นเปลืองพื้นที่เป็นอย่างมาก ต้นทุนด้านพื้นที่เพิ่มขึ้น แนวทางการแก้ปัญหา คือ ทำพื้นที่จัดเก็บสินค้าในแนวสูงในพื้นที่คลังสินค้า

วัตถุดิบ ที่ใช้ในการผลิตนับเป็นต้นทุนผันแปร (Variable cost) ที่สูง โดยประมาณร้อยละ 70 ของต้นทุนการผลิต วิธีทำให้ต้นทุนการผลิตในส่วนนี้ต่ำลงคือ 1) การสั่งซื้อแบบกลุ่มงาน ด้วยการสั่งซื้อสินค้าจากหลายรายเพื่อประโยชน์ด้านราคาและเวลาในการส่งสินค้า 2) การรวมกันซื้อของธุรกิจ เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองของผู้ซื้อวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตซึ่งผ้าในเรื่องของราคาที่เป็นปัจจัยหลักของการผลิต

เครื่องมือเครื่องจักร ในการผลิตมีราคาสูงพอสมควรสำหรับชุมชน แก้ปัญหาด้วยการขอพัฒนาจากหน่วยงานราชการ เพื่อเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มสำหรับชุมชน

การออกแบบของผลิตภัณฑ์ มีการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบอย่างรวดเร็วตามสมัยนิยมที่เกิดจากสื่อสารมวลชนต่างๆ ทั้งโทรทัศน์ ภาพยนตร์ต่างประเทศต่างๆ การแก้ปัญหาคือผลิตตามความสมควรเพื่อดูทิศทางความต้องการของตลาด

การตรวจสอบคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ซึ่งผ้าที่ผลิตมีตั้งแต่ขนาดเล็ก จนถึงขนาดใหญ่ มีจำนวนมากการตรวจสอบคุณภาพของอุตสาหกรรมขนาดย่อมทำได้ด้วยตัวเจ้าของกิจการเอง ทำให้การตรวจสอบไม่ทั่วถึงมีสินค้าไม่ได้คุณภาพหลุดไปถึงมือลูกค้าได้ ผู้ประกอบการแก้ปัญหาด้วยการให้ผู้รับผิดชอบที่รับงานไปทำร่วมตรวจสอบมาในขั้นแรก และความรับผิดชอบใช้ชื่อเสียงที่สะสมกันมาเป็นสิ่งรับประกันคุณภาพไปในตัวเอง

ความล่าช้าของการขนส่ง สินค้าที่จัดส่งให้ลูกค้าที่มีปัญหาล่าช้า ที่เกิดกับการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ค้ารายย่อย จำนวนที่สั่งมามากพอส่งด้วยรถขนส่งเที่ยวเดียวต่อรายจึงจำเป็นต้องรอร่วมกันหลายรายเพื่อให้เต็มปริมาณรองรับของรถขนส่ง การสั่งซื้อสินค้าจึงมีความล่าช้าออกไป การแก้ปัญหาโดยผู้ขายติดต่อประสานงานไปยังลูกค้าที่อยู่ในเส้นทางเดียวกันโดยการระงับวันที่รถส่งสินค้าผ่านและรับใบสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้า ในการลดต้นทุนค่าขนส่งร่วมกัน

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่เรียกว่า ธุรกิจขนาดย่อมนับเป็นการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว รวมถึงชุมชนใกล้เคียง สถานประกอบการผลิตซึ่งผ้า ผู้ประกอบการเป็นผู้เผชิญความเสี่ยงทั้งทางด้านเงินทุน ความไม่แน่นอนของธุรกิจ หากเกิดผลประกอบการสำเร็จ สามารถสร้างความเจริญเติบโตให้กับครอบครัวและชุมชนรวมถึงการพัฒนาประเทศชาติก็ได้อีกทางหนึ่งด้วยซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานอง A. Blbrahim and J.R. Goodwin (อำนาจ ชีรวนิช 2544 : 10) คือ

1. โอกาสกำหนดชีวิตตนเอง ดำเนินชีวิตอย่างเป็นอิสระ ไม่ต้องขึ้นตรงตามนโยบายของผู้อื่น
2. โอกาสสร้างความแตกต่าง ผู้ประกอบการสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ รูปแบบการจัดการบริการได้ด้วยตนเอง
3. โอกาสได้รับกำไรไม่จำกัด โดยสามารถกำหนดค่าดัชนีกำไรได้เองทั้งกำไรมาก กำรน้อย
4. โอกาสได้รับกำไรความพึงพอใจส่วนบุคคล หากธุรกิจประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการนำความสุขที่ได้รับนี้ นำสู่รุ่นลูกหลานและสังคมในโอกาสต่อไป ทำให้เกิดอิสระทางความคิดในการคิดสร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ

การประกอบธุรกิจส่วนตัว หรือการเป็นผู้ประกอบการได้รับผลสำเร็จหรือไม่ สามารถวัดได้จากผลิตภาพ (Productivity) หาได้จาก ผลผลิตต่อต้นทุนหรืออีกกรณีหนึ่งหาได้จาก ดัชนีกำไร หาได้จาก ยอดขายต่อต้นทุน

ซึ่งการใช้กำไรเป็นเกณฑ์ในการวัดมักใช้ระยะเวลา 1 ปี ตามระบบบัญชีของแต่ละธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในการวัดความสำเร็จขององค์กร สามารถนำวิธีการคำนวณดังกล่าวข้างต้นมาวัดความสำเร็จเป็นตัวเลขนของผู้ประกอบการผลิตธงผ้าได้

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยรูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ผลิตธงผ้าตำบลยูงทะเล อำเภออุ้มผาง จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า

1. จากการวิจัยพบว่า การประกอบการผู้ผลิตธงผ้าเป็นธุรกิจขนาดย่อม การดำเนินธุรกิจในตลาดของอุตสาหกรรมนี้ยังคงอยู่ในขั้นตอนแรกของการพัฒนาการด้านการตลาด อันมีผลทำให้กลุ่มฯขาดจุดยึดเหนี่ยวทางการตลาดที่มั่นคง ดังนั้นแนวทางพัฒนา ควรเสริมสร้างศักยภาพในการแสวงหาตลาดและสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับคู่ค้าในตลาด
2. จุดสำคัญในการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (customer value) และมูลค่าเพิ่มทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ ธงผ้า ซึ่งเป็นปัญหาในการแข่งขันในตลาดได้แก่ คุณภาพ ผลิตภัณฑ์ ความประณีตฝีมือการตัดเย็บ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการยังคงละเลยในด้านนี้ และปรากฏว่ามีการเลียนแบบกันอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้เพราะการลอกเลียนแบบทำได้ง่าย เนื่องจากการผลิตที่ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีและวิธีการผลิตที่ซับซ้อน ซึ่งเป็นผลทำให้สินค้าไม่มีเอกลักษณ์ในตัวเองตลอดทั้งการผลิตที่ไม่ได้พิถีพิถันและควบคุมคุณภาพอย่างจริงจังจึงทำให้มูลค่าของผลิตภัณฑ์ลดลง จุดนี้จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ธงแทนที่จะเป็นสินค้าพิเศษ (specialty products) กลับกลายเป็นสินค้าทั่วไปที่มีลักษณะเหมือนกัน ดังนั้นจึงทำให้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ค่อยๆ ลดลง
3. ในด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการต้องพึงพิงช่องทางการจัดจำหน่ายจากตัวแทนจำหน่าย นอกจากนั้นยังไม่ได้ให้ความสำคัญอย่างจริงจังในการสร้างตราผลิตภัณฑ์ (brand) ของตนเอง เมื่อประกอบกับผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายอื่นมีลักษณะที่เหมือนกันแล้วจึงเป็นการยากที่จะเพิ่มมูลค่าทางการตลาดได้ ดังนั้นการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์จึงเป็นทางออกทางหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการที่มีขีดความสามารถในการผลิต ควบคุมคุณภาพ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและตอบสนองต่อตลาดได้อย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป จากการทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่าการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ผลิตธงผ้าตำบลยูงทะเล อำเภออุ้มผาง จังหวัดสุพรรณบุรี คงเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ซึ่งในอนาคตการศึกษาข้อมูลต่างๆ คงมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย จึงมีการศึกษาข้อมูลใหม่ๆ เพิ่มขึ้นจากปัจจุบัน แนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรเลือกศึกษาปัจจัยด้านในด้านหนึ่ง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์เฉพาะด้าน

เอกสารอั้งอฬ

กตั้ญญ หฬรั้ญญสมบูรณั้. การจั้ดการฐรภภจขนาคยอ้ม .พฬมครั้้งที่ 6. กรุ้งเทพมหานคร : เท้กซ์ แอนด์ เจอรันัล พฬบล
เดซัน, 2547.

ณั้ฎฐพันั้ เจอรันันั้.การจั้ดการการผลิตและการด้าเนินงาน.กรุ้งเทพมหานคร : โรงพฬพั้แห่งจุพาลงกรณั้
มหาฬวฬทยาลัย,2542.

จรุ้ญ ทองถาวร. มนุษยสั้พันั้. กรุ้งเทพมหานคร : ทยพฬวฬศุ้ท,2536

จฬตรา เหลือองออน. “การสั้นับสนุนด้าเนินการจฬนแก่ผู้ประกอบการฐรภภจขนาคกลางและขนาคยอ้ม.” ภาคณฬพันั้
พฬรณญาบั้ฉนฬต ภาควฬชาเศรษฐศาสตรั้ฐรภภจ สถาบั้ฉนบั้ฉนฬตพัฒนาบรฬหารศาสตรั้,2543.

เจรฬญชั้ ฉฬมเนฬยม. “วฬสาหภภจขนาคกลางและขนาคยอ้มกั้บการพัฒนาเศรษฐภภจของพฬระเทศไทย.” สารณฬพันั้
พฬรณญาบั้ฉนฬต ภาควฬชาเศรษฐศาสตรั้ มหาฬวฬทยาลัยรามค้าแหง,2547.

คั้ารงศั้กคั้ ฉั้ยสนฬท และสุนฬ เลศแสวงภภจ.การบรฬหารฐรภภจขนาคยอ้ม. กรุ้งเทพมหานคร : วังอภภษร, 2541

ทรวงชั้ บญุ้สงรุ้งเรื่ง. “กลยุ้ทการสั้อสารการตลาดผลภภจกั้ฉนฬตอภภจไม้พฬระคฬษั้ กรณฬศฬภษา โครงการหนึ้งด้าบล
หนึ้งผลภภจกั้ฉนฬต กลุ่มอาชฬพศตรภภจอภภจไม้พฬระคฬษั้.” วฬทยานฬพันั้มหาบั้ฉนฬต สาขาณฬเทศนั้ศาสตรั้
(ฐรภภจ) มหาฬวฬทยาลัยฐรภภจบั้ฉนฬต, 2548

ทั้บพฬม วงสั้พฬระยुरและคณษะ.ควมรู้เบื่งดั้ฉนเกี่ยวกับการประกอบฐรภภจ.กรุ้งเทพมหานคร : อภภษายามการพฬมพั้
,2542.

ชฬรชั้ ลิงคเสลฬต. “การศฬภษาและพัฒนากลยุ้ทและแผนการพฬภบดฬการเพื่อสร้า้ความได้พฬรฬยจฬงแ่งฉน การณฬ
ศฬภษา บรฬษั้ สยาม เค.พฬ.พฬ. จ้ากั้ด.” การคั้ฉนควั้อฬสระมหาบั้ฉนฬต สาขาบรฬหารฐรภภจมหาบั้ฉนฬต
มหาฬวฬทยาลัยหอการค้าไทย, 2551.

ชงชั้ สันตวณั้. หลั้กการจั้ดการ . พฬมครั้้งที่ 4.กรุ้งเทพมหานคร : บรฬษั้ สำนักพฬมพั้ไทยวัฒนาพานฬช จ้ากั้ด ,
2539

นราเขต ยئمสุข. “การศฬภษาควมสั้พันั้ระหว้ากคุณลั้กษณะของผู้ประกอบการกั้บความส้าเรื่งของผู้ประกอบการ
ฐรภภจขนาคยอ้ม : กรณฬศฬภษาฐรภภจไม้ดอกไม้พฬระคั้บ ในอ้าเภอองครภภษั้ จั้งหวั้ฉนครนายนก.” งานวฬจฬ
สั้วนบुकคลศฬลปศาสตรั้มหาบั้ฉนฬต สาขาจฬตวฬทยอู้ดสาหกรรณและองคั้การ ภาควฬชาจฬตวฬทยา
มหาฬวฬทยาลัยธรรมศาสตรั้,2552.

พฬระภัสสร บญุ้ม.ควมรู้เบื่งดั้ฉนเกี่ยวกับการประกอบฐรภภจ.พฬมครั้้งที่ 2. กรุ้งเทพมหานคร : พฬระสานการพฬมพั้,
2543.

พฬรлда นาคเนาวฬม.เศรษฐศาสตรั้จุลภภจ1.พฬมครั้้งที่ 11.กรุ้งเทพมหานคร : สำนักพฬมพั้มหาฬวฬทยาลัยรามค้าแหง
,2541.

ศุสตั้ รุมาคณ.การบรฬหารฐรภภจขนาคยอ้ม. พฬมครั้้งที่ 4.กรุ้งเทพมหานคร : พฬลลคั้สั้เช้ฉนเตอรั้,2538

ภั้ทภภจคตั้ เนคณฬยม. การบรฬหารการจฬนส้าหรับ SME .พฬมครั้้งที่ 2.กรุ้งเทพมหานคร,2546

ยุดา รั้กไทย และศุภภาวฬ วฬทยะพฬระพันั้. การพัฒนาภาวษะผู้ณ้า . พฬมครั้้งที่ 2.กรุ้งเทพมหานคร,2547

เรวฬดล ชาตรฬวฬษณั้. พัฒนาระบบงานสู่ควมส้าเรื่ง . พฬมครั้้งที่ 2 .กรุ้งเทพมหานคร : ดฬไล้ท,2537

- วิมล ประคัลพงษ์และคณะ. การเงินธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : บริษัท สำนักพิมพ์สุภา จำกัด, 2543
- วีรนารถ มานะกิจ. พฤติกรรมของบุคคลในองค์การ. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2533
- วีรวิฐ มาณะศิริรานนท์. ธุรกิจส่วนตัว SME. กรุงเทพมหานคร : ซีระป้อมวรรณกรรม, 2546
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. องค์การและการจัดการ ฉบับปรับปรุง(ปรับปรุงใหม่). กรุงเทพมหานคร : ซีรพีลัมและ
ไซเท็กซ์ จำกัด, 2542.
- การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ธรรมสาร, 2546.
- ศิวาพร มัชฌุกานนท์. การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร : กรมศาสนา, 2533.
- สมคิด บางโม. ธุรกิจทั่วไป. กรุงเทพมหานคร : วิทย์พัฒน์, 2538
- สุนทร อุจจ์ศรี. “ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมในการจัดจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด : กลยุทธ์ในการ
ดำเนินงาน และภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการ.” งานวิจัยส่วนบุคคลศิลปศาสตร์
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- สุปัญญา ไชยชาญ. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : บริษัท พี.เอ.ลิฟวิ่ง จำกัด, 2543.
- เสรี วงษ์มณฑา. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : บริษัท เอ.เอ็น. การพิมพ์ จำกัด, 2548
- แสงจันทร์ ศรีประเสริฐ. เศรษฐศาสตร์ทั่วไป. มหาสารคาม : ห้างหุ้นส่วนจำกัดอภิชาติการพิมพ์, 2542.
- โสภณ ฟองเพชร. การเงินธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : บริษัทเพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด, 2545.
- พิชญ จงสถิตย์วัฒนา. การบริหารการตลาด : การวิเคราะห์กลยุทธ์และการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร :
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. การบริหารการตลาด กลยุทธ์ และยุทธวิธี. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543
- อำนาจ ชีระวนิช. ผู้ประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา. นนทบุรี :
บริษัท มาเออร์ บอส แพลกิ้งจิ้ง จำกัด, 2544.