

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์      แนวทางการจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โรงอิฐวังตาล  
จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน      นายรัชฎ์ ต้นวิระ

ปริญญา      ศีษศาสตรมหาบัณฑิต (อาชีวศึกษา)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญา กำศิริพิมาน  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา อินทรสมพันธ์

ประธานกรรมการ  
กรรมการ

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สภาพการจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งหาแนวทางการจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์โรงอิฐวังตาล จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารองค์กร พนักงาน และลูกค้าของโรงอิฐวังตาล รวม 21 คน โดยเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์ และแบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อวิเคราะห์สภาพการจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และข้อมูลจากการประชุมจากผู้เข้าร่วมการประชุม โดยเครื่องมือที่ใช้เป็นเทคนิคการประชุม เพื่อหาแนวทางการจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยนำเสนอด้วยการพรรณนา ดังนี้

สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. สภาพการจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของโรงอิฐวังตาล คือ โรงอิฐวังตาลมีระบบการจัดการเป็นแบบอุตสาหกรรมครบถ้วน การตัดสินใจด้านการจัดการ การวางแผนงาน การวางแผนผลิต ตลอดจนถึงการจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการเพียงผู้เดียว โครงสร้างองค์กรเป็นแบบไม่เป็นทางการ ไม่มีการแบ่งหน้าที่ชัดเจน ส่งผลให้การทำงานไม่เต็มประสิทธิภาพ กระบวนการผลิตแบบสายประกอบ (Assembly Process) การผลิตตามความต้องการของผู้บริโภค เครื่องจักรมีลักษณะใช้แรงงานคนเป็นส่วนมาก ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง

ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงอิฐวังตาลมีคุณภาพมาตรฐานเหมาะสมกับราคา ด้านสถานที่หาได้สะดวก แต่ขาดการประชาสัมพันธ์โดยสื่อต่าง ๆ แต่การประชาสัมพันธ์จะเป็นลักษณะลูกค้าบอกต่อกันไป

2. แนวทางการพัฒนาจัดการ โรงอิฐวังตาล โดยการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อเป็นแนวทางการจัดการ กลยุทธ์ที่นำมาพัฒนาการจัดการของโรงอิฐวังตาล คือ การพัฒนากลยุทธ์ระดับบริษัท (Developing corporate-level strategy) เพื่อเป็นการกำหนดทิศทางทั้งหมดของโรงอิฐวังตาล โดยการเตรียมกลยุทธ์หลัก 3 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์หลัก (Grand strategy) สำหรับแผนหลักเพื่อการบริหารองค์กร กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การจัดสรรทรัพยากร (Portfolio Strategy) โดยใช้กลยุทธ์ส่วนครองตลาด BCG (BCG Growth – Share Matrix) สำหรับการจัดสรรทรัพยากรขององค์กรได้บรรลุเป้าหมาย กลยุทธ์ที่ 3 แมทริกซ์ TOWS (TOWS Matrix) สำหรับประยุกต์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคให้สามารถผสมผสานกันเพื่อประโยชน์สูงสุดขององค์กร

3. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์โรงอิฐวังตาล มี 2 ด้าน คือ ด้านการผลิต การพัฒนาระบบกระบวนการผลิต ตั้งแต่การพัฒนาปัจจัยนำเข้า (Input) การพัฒนาระบบการผลิต (Process) การพัฒนาผลผลิต (Output) การพัฒนาการป้อนกลับ (Feedback) การเปลี่ยนแปลงที่ไม่ได้คาดหมาย (Random Fluctuation) การควบคุมตรวจสอบคุณภาพทุกกระบวนการผลิต เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของโรงอิฐวังตาลได้คุณภาพมาตรฐานออกมามีผู้บริโภครู้จัก และเป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิต ด้านที่ 2 ด้านการตลาด การพัฒนาโดยทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 4 ประการ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด เพื่อมุ่งเน้นให้ผลิตภัณฑ์ของโรงอิฐวังตาลสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

**Thesis Title** Management Guideline and Product Improvement of the Wangtan Brick Factory, Chiang Mai Province

**Author** Mr. Ratchata Tanwira

**Degree** Master of Education (Vocational Education)

**Thesis Advisory Committee**

Assoc. Prof. Dr. Kanya Kumsiripiman Chairperson

Asst. Prof. Preecha Intarasompun Member

**Abstract**

The purposes of this research were to analyzed management condition, develop product and management guideline product improvement of the Wangtan brick factory, Chiang Mai Province. The studied group consisted of 21 persons; administrator, staff and Wangtan brick factory's client. The research tools consisted of the interviewing and participate observation form to analyzed management condition and improve product, besides that collecting the data from the assembly consisted. The research tools was assembly technique to management guideline and improve product and description analysis.

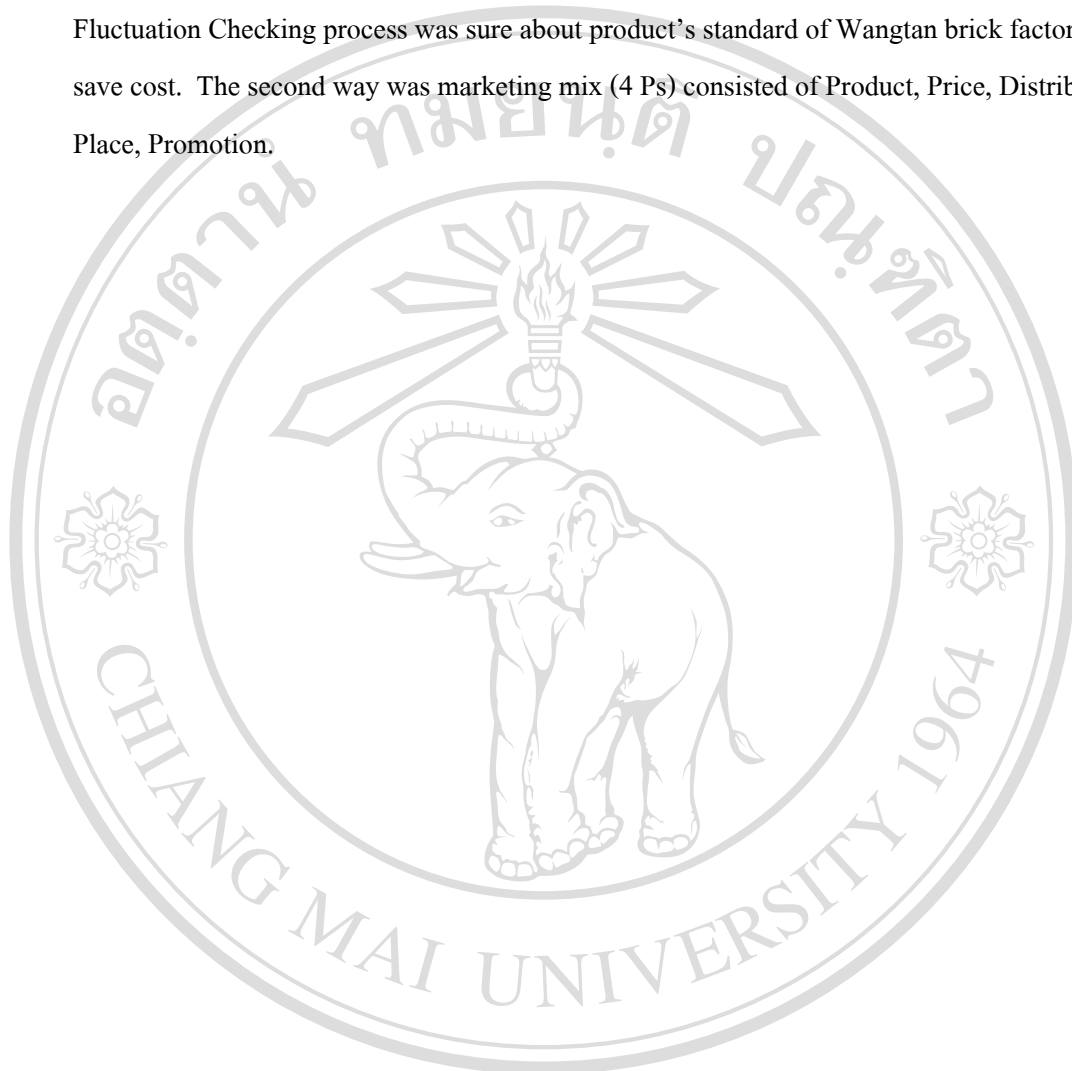
The findings of the research were as follows:

1. The analysis management condition and improve product of the Wangtan brick factory, management system was family style. The management, work planning, produce planning and delivery product to client depend on the person concerned because the construction of organization was informal and there was not promote in another media.

2. Management guideline product improvement of the Wangtan brick factory by fixing the organization strategy. The organization strategy to develop management of Wangtan brick factory was developing corporate – level strategy by preparing Grand Strategy, Portfolio Strategy (BCG Growth – Share Matrix) and TOWS Matrix

3. Improvement guideline product of Wangtan brick factory consisted of 2 ways.

The first were process and produce development; Input, Process, Output, Feedback and Random Fluctuation Checking process was sure about product's standard of Wangtan brick factory and save cost. The second way was marketing mix (4 Ps) consisted of Product, Price, Distribution or Place, Promotion.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved